



Université ABDERRAHMANE MIRA de Bejaia

Faculté des sciences humaines et sociales

Département des sciences de l'information et de la communication

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de master en sciences de l'information et de la communication

Option : communication et relations publiques

Thème

Thème : le rôle des campagnes de communication dans la sensibilisation sanitaire : les campagnes sur les risques de la consommation de drogue chez les lycéens

Cas étude : Lycée YAICI ABD EL KADER

Réalisé par:

KHAROUNI Sid Ali

ZENGADI Amel

Encadré par

Dr. DJELLOULI Nesrine

Année universitaire

2023-2024

REMERCIEMENT

Au terme de ce modeste travail, d'abord nous tenons à remercier le bon Dieu tout puissant qui nous a donné la force et le courage, la santé et la patience pour bien mener notre recherche.

A cette effet, nous tenons à exprimer nos profonde gratitude notre chère promotrice Madame : DJELLOULI Nesrine pour le temps qu'elle a consacré et pour les précieuses informations qu'elle nous à prodigués avec intérêt et compréhension. Par ailleurs, nous témoignons notre connaissance à tous les enseignants de la faculté des Sciences humaines de l'université de BEJAIA qui ont contribué à notre formation durant tout notre cursus universitaire.

Nous adressons aussi nos vifs remerciements à tout le personnel du « lycée YAICI ABDELKADER », précisément monsieur Ikhelef Toufik le directeur de lycée et monsieur Idir Nabil qui nous ont apportés leurs aides durant la période de notre stage. Nos profond et sincère remerciements à nos familles pour leurs ²encouragements et leurs aides financières et morales. Enfin on ne laisse pas cette occasion passer, sans remercier tous ceux qui ont contribué de près où de loin à la réalisation de ce mémoire.

DÉDICACE

Avec mes sincères remerciements et ma profonde gratitude,
Je dédie cet humble travail à mes parents Mohamed et Fadila, qui se sont sacrifiés pour
mon bonheur et ma réussite.

À ma sœur Meriem, qui a toujours été présente pour moi.
À ma binôme Amel, à mon amie Wassila, et à mes amis Azzedine, Islasen, AHCEN, Anis, et
Massi.

Je tiens également à exprimer ma reconnaissance envers toute ma famille pour leur
soutien et leur contribution tout au long de la réalisation de ce travail.

SID ALI

DÉDICACE

Avec mes sentiments de gratitude et de reconnaissances,

A la mémoire de mon père, bien que tu sois parti lorsque j'étais encore très jeune, ton absence a marqué chaque étape de ma vie et ce mémoire est dédié a toi, en espérant que, de la où tu es, tu es fier de moi et de ce que j'ai accompli.

A ma mère pour son soutien indéfectible, ses encouragements, ta force et ta détermination ont été ma plus grande source de motivation.

A mes aimables sœurs, mes nièces et mes deux neveux qui m'ont toujours soutenu et encouragé durant ces années d'étude.

Mes cousins et cousines, à mes amis(es) Et enfin à mon binôme, pour son engagement et sa collaboration

AMEL

SOMMAIRE

<i>INTRODUCTION</i>	II
..... Cadre Méthodologique	4
..... Chapitre I : L'analyse conceptuelle	5
I.1 Les raisons du choix de thème	6
I.1. Les objectifs de la recherche	6
I.2. Problématique.....	7
I.3.Les hypothèses de recherche.....	10
I.4. Définition des concepts clés	12
I.4.1 Communication.....	12
I.4.2 Communication de sensibilisation.....	12
I.4.3 Campagne de communication	13
I.4.4 Campagne de sensibilisation.....	13
I.4.5 Communication de santé.....	13
I.4.6 Consommation de drogues	14
I.5 Les études antérieures	14
I.5.1 Etude N°01 :	14
I.5.2 Etude N°02 :	15
..... Chapitre II : La démarche méthodologique	17
II.1. Approche théorique adoptée.....	18
II.1.1 La communication engageante.....	18
II.1.2 La communication fonctionnaliste :	19
II.2. La méthode de l'étude.....	20
II.3. La technique utilisée.....	21
II.4. la population d'étude.....	23
II.5. La pré-enquête.....	24
II.6. Les difficultés rencontrées :	25
..... Le cadre théorique	27
..... Chapitre III : Campagnes de communication et de sensibilisation	28
Section N°01 : Les campagnes de communication.....	29
III.1.1. Définition de la campagne de communication :	29
III.1.2. Les types de campagne de communication.....	30
III.1.2.a. Les campagnes sur le changement des comportements individuels :	30
III.1.2.b. Les campagnes sur le changement de l'opinion publique :	30
III.1.3. Les objectifs de campagne de communication :	30

III.1.3.a. Objectifs visant les connaissances.....	31
III.1.3.b. Objectifs visant les attitudes.....	31
III.1.3.c. Objectifs visant le contexte social.....	31
III.1.3.d. Objectifs visant l'opinion publique.....	31
III.1.4. Les étapes de la réalisation d'une campagne de communication :	32
III.1.4.a Etablir des objectifs de la campagne	32
III.1.4.b. Identifier le public cible.....	32
III.1.4.c. Définir le message clé.....	32
III.1.4.d. Choisir les canaux de communication.....	33
III.1.4.e. Créer du contenu	33
III.1.4.f. Planifier la diffusion.....	33
III.1.4.g. Mesurer les résultats.....	34
III.1.5. Les types d'évaluation d'une campagne de communication	35
II.1.5.a. L'évaluation formative	35
III.1.5.b. L'évaluation du processus.....	35
Section N°02 : Les campagnes de sensibilisation.....	36
III.2.1. Définition de la sensibilisation	36
III.2.2. L'objectif de la sensibilisation	37
III.2.3. Les modalités de la sensibilisation.....	37
III.2.2 La définition de la campagne de sensibilisation.....	38
III.2.3 Les objectifs de campagne de sensibilisation	39
III.2.4 Les mécanismes de la persuasion dans les campagnes.....	39
III.2.4.a. La persuasion informative.....	39
III.2.4.b. La persuasion mécaniste.....	39
III.2.4.c. La persuasion intégrative.....	40
III.2.4.d. La persuasion suggestive.....	40
..... Chapitre IV : La consommation de drogue chez les lycéens	41
Préambule :	42
Section N°01 : la consommation de drogue.....	42
IV.1.1 Définition de drogue :	42
IV.1.2 Définition de consommation de drogue	43
IV.1.3 Les types de drogue	43
IV.1.4 Les signes d'un abus de drogue	44
IV.1.4.1 Signes émotionnels et sociaux.....	44
IV.1.4.2 Signes physiques	45

IV.1.5 Les conséquences de la consommation de drogue chez les lycéens	46
IV.1.5 .1 Effets sur la santé physique et mentale.....	46
IV.1.5 .2 Effets sur la réussite scolaire.....	46
IV.1.5.3 Effets sur la sécurité.....	46
IV.1.5.4 Effets sur la société.....	46
SectionN°02:la consommation de drogues chez les lycéens.....	46
Facteurs influençant la consommation de drogues chez les lycéens	47
Section N°03 : la prévention en milieu scolaire	48
IV.3.1 Définition de la prévention	48
IV.3.2 Les différents types de prévention	48
V.2.3 Les objectifs de la prévention	49
IV.3.4 Les techniques de prévention dans le contexte de l'usage de drogue.....	49
IV.3.4.1 L'éducation.....	49
IV.3.4.2 Campagnes de communication.....	49
IV.3.4.3 Programmes communautaires	50
IV.3.4.4 Intervention précoce.....	50
IV.3.4.5 Traitement.....	50
IV.3.4 La prévention au milieu scolaire.....	50
..... Le Cadre pratique	53
..... Chapitre V :Présentation du lieu de l'enquête	54
V.1. Présentation du lycée Yaici Abdelkader.....	55
V.2 Répartition des étudiant selon les filières pour l'année scolaire 2023/2024.....	56
V.2. Fiche technique du lycée YAICI ABDELKADER	57
V.3 Les cordonnés du lycée YAICI ABDELKADER.....	57
V.4 Le personnel administratif.....	57
V.5.Divers salles et structures	58
..... Chapitre VI :Analyses et Interprétation des données	59
SECTION I : Analyses et Interprétation des données.....	60
AXE 01 : Identification des enquêtés.....	60
VI.2.Axe N°02 : Le rôle d'implication des lycéens dans la Sensibilisation aux Facteurs de Risque et de Protection contre la Consommation de Drogue au sein de lycée Yaici Abdelkader.....	61
VI.3.Axe N°03 : Les outils de sensibilisation et les acteurs professionnels du travail de prévention dans le lycée Yaici Abdelkader	73
Section02 : Vérification des hypothèses.....	81

VI.3.Axe N°03 : Les outils de sensibilisation et les acteurs professionnels du travail de prévention dans le lycée Yaici Abdelkader.....87

Conclusion Générale.....

Référence Bibliographiques.....

Annexes.....

INTRODUCTION GENERALE

Introduction générale

L'adolescence est une période cruciale de transition vers l'âge adulte, durant laquelle les lycéens façonnent leur identité, définissent leurs valeurs et prennent des décisions importantes qui influencent leur vie future. C'est une phase de développement où ils sont particulièrement sensibles aux influences extérieures et où ils cherchent à affirmer leur indépendance. Cette période de vulnérabilité rend les lycéens plus susceptibles d'expérimenter de nouveaux comportements, y compris la consommation de drogues.

La consommation de drogues, notamment parmi les jeunes, est une préoccupation majeure de santé publique. Les lycéens, en raison de leur proximité sociale au sein du milieu scolaire, sont exposés à diverses pressions et influences qui peuvent les conduire à expérimenter des substances illicites. Cette pratique comporte des risques considérables pour leur santé physique, mentale et émotionnelle, ainsi que pour leur réussite éducative et leur intégration sociale.

Au cœur de cette dynamique évolutive se trouvent les campagnes de communication pour la sensibilisation à la santé, particulièrement celles centrées sur les risques liés à la consommation de drogues chez les lycéens. En utilisant des messages percutants et ciblés, ces campagnes visent à mettre en lumière les dangers et les conséquences potentiellement dévastatrices de l'usage de drogues. Elles ont pour objectif d'informer les jeunes sur les risques associés à la drogue, de modifier leurs attitudes et leurs comportements, et de les encourager à adopter des choix de vie sains et responsables.

Dans le cadre de notre recherche, nous nous proposons d'explorer de près le rôle crucial des campagnes de communication dans la sensibilisation des lycéens aux risques associés à la consommation de drogues. Notre objectif est d'évaluer comment ces campagnes influencent la perception des jeunes face à cette problématique et quels effets elles ont sur leurs attitudes et leurs comportements.

Nous avons ainsi choisi le lycée **Yaici Abd al Kader** Technicum Ihaddaden comme organisme d'accueil pour mener notre étude, car il s'agit d'une institution où des activités de sensibilisation sont régulièrement organisées.

Pour réaliser notre recherche, nous avons découpé notre travail en trois grandes parties :

La première consiste en la **partie méthodologique**, subdivisée en deux chapitres :

Introduction générale

- ❖ Le premier chapitre sur **l'analyse conceptuelle** englobe la problématique, les hypothèses, les objectifs d'études, la définition des concepts et les études antérieures.
- ❖ Le deuxième chapitre, **la démarche méthodologique**, englobe l'approche théorique, la méthode d'étude, les techniques utilisées, la population d'étude, la pré-enquête et les difficultés rencontrées.

La deuxième partie concerne le **cadre théorique**, qui comporte deux chapitres :

- ❖ Le premier chapitre, intitulé "**Introduction aux campagnes de communication et de sensibilisation**", est divisé en deux sections : campagne de communication et campagne de sensibilisation.
- ❖ Le deuxième chapitre porte sur **la consommation de drogue chez les lycéens** et se divise en trois sections : la consommation de drogue, les facteurs influençant la consommation chez les lycéens et la prévention au milieu scolaire.

La dernière partie englobe le **cadre pratique** de la recherche, qui comprendra deux chapitres

- ❖ la présentation de l'organigramme d'accueil.
- ❖ le deuxième chapitre contiendra l'analyse et l'interprétation des résultats ainsi qu'une synthèse des résultats de la recherche.

Enfin, après la vérification des hypothèses, nous avons terminé notre étude avec une conclusion sur les résultats obtenus tout au long de notre recherche.

Cadre Méthodologique

CHAPITRE I

L'analyse conceptuelle

Préambule

La méthodologie est une boussole indispensable dans toute démarche scientifique, guidant le chercheur à travers les méandres de la réflexion et de l'exploration. Elle structure non seulement notre pensée, mais également la forme concrète de notre recherche, en détaillant les techniques et les approches utilisées pour la concrétiser.

Dans ce chapitre nous détaillerons le cadre méthodologique de notre étude. Nous débuterons en exposant les motivations qui ont orienté notre choix de thème et les objectifs que nous visons à atteindre. Ensuite, nous aborderons la problématisation de notre question initiale et la formulation de nos hypothèses. Par la suite, nous clarifierons les concepts clés inhérents à notre sujet d'étude afin d'offrir une compréhension approfondie de notre domaine de recherche. Enfin, nous examinerons de manière critique plusieurs études antérieures pertinentes, enrichissant ainsi notre cadre de référence et notre compréhension du sujet.

I.1 Les raisons du choix de thème :

Nous avons choisi ce thème afin d'approfondir notre compréhension dans le domaine de la communication de sensibilisation, pour plusieurs raisons. Tout d'abord, nous souhaitons approfondir notre connaissance des campagnes de communication et de sensibilisation, en nous focalisant spécifiquement sur leur application dans le milieu scolaire. Ensuite, nous voulons explorer en détail le processus de ces campagnes en milieu scolaire, en examinant les différentes étapes de réalisation, les stratégies et méthodes appliquées, ainsi que les acteurs impliqués. De plus, il est crucial pour nous de comprendre les moyens de communication utilisés pour la prévention contre l'usage de drogues, en étudiant les différentes plateformes et canaux employés pour transmettre efficacement les messages de sensibilisation. Enfin, nous désirons analyser le rôle clé du milieu scolaire en tant qu'acteur majeur dans la diffusion et la promotion de messages de sensibilisation contre l'usage de drogues auprès des élèves

I.1. Les objectifs de la recherche :

Dans toute recherche scientifique, la clarté de la vision initiale est cruciale pour assurer son succès (Bonville, 2014, p.14). Dans le domaine des sciences humaines, entreprendre une recherche revient à approfondir un sujet choisi en fonction de son importance et de son intérêt, et la sélection du sujet constitue le premier pas dans la formulation du problème de recherche (Angers, 1996, p. 78).

Notre choix de thème de recherche est motivé par plusieurs raisons :

Tout d'abord, notre recherche constitue une expérience visant à approfondir notre compréhension dans le domaine de la communication de sensibilisation, en nous concentrant spécifiquement sur son application dans le milieu scolaire. Nous aspirons à découvrir les différentes stratégies et méthodes utilisées dans ce contexte.

Ensuite, nous examinerons comment les campagnes de communication peuvent être efficacement utilisées pour sensibiliser les jeunes aux risques associés à la consommation de drogue. Ce sujet revêt une importance particulière dans un monde où les pressions sociales et les influences externes peuvent influencer les comportements des jeunes.

De plus, cette recherche nous offre l'opportunité de mettre en pratique les connaissances que nous avons acquises au cours de notre formation académique et notre spécialité, de les développer et découvrir l'entourage et le monde professionnel.

Enfin, nous nous interrogeons sur l'efficacité de ces campagnes pour susciter une prise de conscience chez les jeunes quant à la gravité des risques liés à la consommation de drogue. Nous souhaitons déterminer si ces initiatives parviennent à créer un changement perceptible dans les comportements des jeunes et à encourager des choix de vie plus sains et responsables.

I.2. Problématique

Dans la société contemporaine, la communication est un processus essentiel qui sous-tend toutes nos interactions quotidiennes. Elle va bien au-delà de la simple transmission d'informations, jouant un rôle central dans la facilitation de l'interaction sociale. Que ce soit par le langage verbal, le langage corporel ou les moyens de communication modernes, comme les réseaux sociaux, la communication nous permet de créer des liens avec les autres membres de la société, de partager des expériences et d'établir des relations interpersonnelles significatives.

De plus, la communication favorise également l'échange d'informations, qu'elles soient formelles ou informelles. Cela comprend la transmission de connaissances, d'idées, d'opinions et d'émotions. Grâce à la communication, nous apprenons les uns des autres, nous partageons nos expériences et nous construisons collectivement notre compréhension du monde qui nous entoure. En permettant cet échange continu, la communication enrichit notre vie quotidienne et contribue à notre développement personnel et social. et dans ce contexte on trouve la communication publique.

La communication publique englobe l'ensemble des activités menées par les institutions et les organisations publiques pour transmettre et échanger des informations. Son objectif principal est de présenter et d'expliquer les décisions et actions publiques, de promouvoir leur légitimité, de défendre des valeurs reconnues et de contribuer au maintien du lien social, comme l'a dit **Pasquier** la communication publique est « *l'ensemble des activités d'institutions et d'organisation publique visant à transmettre et échanger des informations dans le but principale de présenter et d'expliquer des décisions et les actions publique, d'en promouvoir la légitimité de défendre des valeurs reconnues et d'aider au maintien de lien social* » (Pasquier, 2017, p. 35)

Dans ce cadre,, la communication publique joue un rôle de premier plan, particulièrement dans le domaine de la santé. Elle vise à informer et sensibiliser le public sur les enjeux sanitaires, à promouvoir des comportements sains et à encourager les changements de comportement. En effet, la communication publique est un outil privilégié pour susciter une prise de conscience collective et inciter les individus à adopter des comportements favorables à leur santé.

Au fil du temps, la communication publique a gagné une importance dans le domaine de la santé, devenant un pilier fondamental de la société. Elle englobe un ensemble d'activités menées par des institutions et des organisations publiques visant à transmettre et échanger des informations pour présenter et expliquer des décisions et des actions publiques. Son objectif principal est de promouvoir la légitimité des actions entreprises, de défendre des valeurs reconnues et de contribuer au maintien du lien social.

Cependant, malgré les progrès réalisés dans le domaine de la santé publique, la consommation de drogues chez les adolescents reste un défi majeur à l'échelle mondiale. Les jeunes, en particulier les lycéens, sont particulièrement vulnérables aux pressions sociales et aux influences extérieures qui les poussent à expérimenter des substances psycho actives, mettant ainsi leur santé et leur bien-être en péril.

Selon une enquête mondiale réalisée par l'**Organisation Mondiale de la Santé** (OMS, 2022) Les statistiques montrent que la consommation de drogues chez les adolescents est alarmante. En, environ 15 % des lycéens ont admis avoir consommé des substances illicites au moins une fois au cours de l'année écoulée. En France, une étude menée par l'Observatoire Français des Drogues et des Toxicomanies (OFD ,2021) a révélé que 24 % des élèves de terminale avaient

déjà expérimenté le cannabis, et 10 % étaient des consommateurs réguliers. (Mana, 2023, p. 05).

En Algérie, la consommation de drogues chez les lycéens est un problème de plus en plus préoccupant. Selon (le journal Algérien de Santé Publique), une étude menée par l'Office à National de Lutte contre la Drogue et la Toxicomanie (ONLCDT) en 2022, environ 15% des lycéens auraient expérimenté des substances illicites au moins une fois. Parmi ces substances, le cannabis est le plus couramment consommé, suivi par les médicaments détournés de leur usage médical, tels que les tranquillisants. Ces chiffres alarmants soulignent l'importance de renforcer les campagnes de sensibilisation et les programmes de prévention dans les établissements scolaires.

Ce phénomène représente un grand danger non seulement pour les adolescents eux-mêmes, mais aussi pour leurs familles et la société dans son ensemble. La consommation de drogues à un jeune âge peut avoir des conséquences durables sur le développement cognitif et émotionnel des adolescents, perturbant leur parcours éducatif et compromettant leurs perspectives d'avenir. Les parents, souvent désemparés et inquiets face à ce fléau, craignent pour la sécurité et le bien-être de leurs enfants. Ils se sentent parfois impuissants et démunis devant l'ampleur du problème. Il est donc impératif de trouver des solutions efficaces pour endiguer ce phénomène. Cela nécessite une approche multi facette incluant l'éducation préventive, l'accès à des ressources de soutien psychologique, et la mise en place de campagnes de sensibilisation ciblées. En renforçant la communication entre les parents, les éducateurs et les professionnels de la santé, nous pouvons créer un réseau de soutien solide pour aider les adolescents à faire des choix informés et à éviter les pièges de la consommation de drogues.(Arnoult , 2013, p 159 , 180)

Au fil des années, de nombreuses initiatives de communication ont été déployées pour sensibiliser les adolescents aux dangers de la consommation de drogues. Des campagnes médiatiques, des programmes éducatifs en milieu scolaire, des interventions communautaires et des initiatives en ligne ont été mises en œuvre dans le but de fournir des informations factuelles, de promouvoir des attitudes positives et de prévenir les comportements à risque. Dans ce contexte, les campagnes de communication se présentent comme des outils cruciaux pour sensibiliser et prévenir ce problème alarmant.

Les campagnes de communication peuvent jouer un rôle crucial dans le contexte de la consommation de drogues chez les adolescents. Elles peuvent aider à sensibiliser les jeunes aux dangers de la consommation de drogues, à promouvoir des attitudes et des comportements sains, ainsi qu'à fournir des informations sur les ressources disponibles pour un soutien et une aide. Cependant, pour que ces campagnes soient efficaces, elles doivent être soigneusement conçues, ciblant précisément les adolescents, tout en tenant compte de leurs attitudes, comportements et influences sociales.

C'est pourquoi nous nous intéressons aux rôles des campagnes de communication dans la sensibilisation sanitaire, en particulier aux campagnes sur les risques de la consommation de drogues chez les lycéens. Dans le cadre de notre étude, nous avons délibérément sélectionné un échantillon représentatif pour examiner le processus impliqué dans les campagnes de prévention contre l'usage de drogues au sein du lycée Yaici Abdelkader ainsi que l'importance de ces dernières pour sensibiliser les lycéens à ce danger. Pour ce faire, nous allons combiner l'approche fonctionnaliste pour analyser les mécanismes sociaux au sein de la communauté éducative, et l'approche engageante pour favoriser l'implication active des individus dans les campagnes de sensibilisation. Cette combinaison d'approches permettra une compréhension approfondie des interactions et des comportements liés à la sensibilisation en milieu scolaire.

Notre problématique tourne autour de la question principale suivante :

- **Quel est le rôle des campagnes de communication dans la sensibilisation des élèves du lycée YAICI ABD EL KADER contre la consommation de drogue ?**

Pour mieux cerner notre problématique, nous nous proposons deux questions secondaires :

- Qu'utilise le lycée YAICI ABD EL KADER pour présenter efficacement les facteurs de risque et de prévention contre la consommation de drogue ?
- Quels sont les moyens de communication et les acteurs professionnels que mobilise le lycée YAICI ABD EL KADER dans son travail de sensibilisation contre la consommation de drogue ?

I.2. Les hypothèses de recherche

D'après **François Deplateau**, une hypothèse est : *«une réponse provisoire à la question de départ qui est issue de la théorie dans une démarche hypothético-déductive (de l'observation de la réalité dans une démarche inductive). Cette réponse provisoire sera corroborée ou*

falsifiée lors de la prochaine étape de la démarche scientifique (les tests empiriques) ».
(Deplteau, 2010, p. 162).

Cette définition nous permet de retenir que l'hypothèse, nous transpose de l'étape abstraite vers l'étape concrète de la recherche pour répondre aux questions de départ ainsi délimité notre recherche, nous avons formulé les hypothèses suivantes :

Dans le cadre de notre recherche sur les rôles des campagnes de communication dans la sensibilisation sanitaire, nous avons formulé les hypothèses suivantes :

- Impliquer les lycéens dans les activités de sensibilisation, en présentant les facteurs de risque tels que la pression des pairs, et les facteurs de protection, comme le soutien familial, jouent un rôle crucial dans la manière dont ils reçoivent les informations et réagissent aux moyens de prévention de la consommation de drogue.

L'hypothèse propose que l'implication des lycéens dans les activités de sensibilisation contribue à la prévention de la consommation de drogue et à la promotion de comportements sains. Cette implication aborde les facteurs de risque, qui sont des éléments augmentant la probabilité qu'un individu adopte des comportements à risque, tels que la consommation de drogue. Par exemple, la pression des pairs est un facteur de risque majeur où les pairs exercent une influence négative en incitant les adolescents à participer à des comportements dangereux pour être acceptés socialement. En revanche, les facteurs de protection sont des éléments qui réduisent la probabilité de comportements à risque et renforcent la résilience des individus.

- Le lycée YAICI ABD EL KADER utilise une variété d'outils et de supports traditionnels et numériques et mobilise plusieurs acteurs professionnels dans leurs travaux de sensibilisation pour informer les élèves sur les risques de la consommation de drogue et les moyens de prévention

Cette hypothèse suggère l'utilisation d'une variété d'outils et de supports traditionnels et numériques dans les activités de sensibilisation au sein du lycée YAICI ABD EL KADER. Cela pourrait inclure des brochures, des affiches, des vidéos, des sites web interactifs, etc. Ainsi que la participation des différents acteurs professionnels, tant internes qu'externes à l'école dans le travail de sensibilisation et acceptés socialement. En revanche, les facteurs de protection sont des éléments qui réduisent la probabilité de comportement à risque et renforcent la résilience des individus.

I.4. Définition des concepts clés :

Selon **Maurice Angers** : « *les concepts sont des représentations mentales, générales et abstraites d'un ou plusieurs phénomènes ainsi que de leurs relations* » (Angers, 1997, p28)

Chaque recherche possède ses propres concepts, dont l'objectif est de déterminer les notions théoriques abordées dans un mémoire. Ces concepts aident à décrire et à synthétiser le contenu de la recherche. Dans le cadre de notre étude, nous allons définir les concepts suivants :

I.4.1 Communication

Selon **Claude Roy**, la communication est « *un processus verbal ou non par lequel on partage une information avec quelqu'un ou avec un groupe de manière que celui-ci comprenne ce qu'on lui dit. La communication permet aux partenaires de se connaître, d'établir une relation entre eux.* » (Roy, 1995, P.39)

- **Définition opérationnelle :**

La communication est un processus d'échange d'informations, de connaissances, d'idées, de sentiments et de significations entre les acteurs scolaires, tels que les élèves, les enseignants, et le personnel administratif. Elle est essentielle pour le bon fonctionnement de l'école et la création d'un environnement d'apprentissage positif et collaboratif.

I.4.2 Communication de sensibilisation

Selon **Bernard Dagenais**, la communication de sensibilisation : « *est une stratégie de communication visant à informer et à éduquer le public sur des enjeux spécifiques, afin de changer les attitudes et les comportements. Elle implique l'utilisation de divers moyens de communication pour attirer l'attention sur un problème particulier et encourager le public à adopter des comportements souhaités.* » (Dagenais, 1999, p45)

- **Définition opérationnelle**

La communication de sensibilisation est un processus qui vise à informer et à éduquer les élèves, les enseignants et les parents sur les dangers de la consommation de drogues. Elle a pour objectif de modifier les perceptions et les comportements à risque en fournissant des informations claires et pertinentes, en organisant des ateliers éducatifs et en utilisant divers supports de communication comme des affiches, des brochures et des campagnes sur les réseaux sociaux.

I.4.3 Campagne de communication :

Selon **Philippe Marek**, une campagne de communication est : « *une série d'actions de communication coordonnées, utilisant différents supports et canaux, visant à atteindre un objectif spécifique auprès d'un public cible. Elle est conçue pour transmettre des messages clés de manière efficace et cohérente afin de modifier les attitudes ou les comportements du public ciblé* ». (Marek, 2014, p 89)

- **Définition opérationnelle :**

Une campagne de communication dans le contexte scolaire consiste en une série d'activités et de messages planifiés et coordonnés pour informer les élèves et le personnel éducatif sur les risques associés à la consommation de drogues. Elle utilise divers médias tels que les affiches, les brochures, les vidéos éducatives et les réseaux sociaux pour diffuser des messages de prévention et encourager des comportements sains.

I.4.4 Campagne de sensibilisation :

Selon **Jean-Marc Lehu**, une campagne de sensibilisation : « *est une initiative de communication visant à attirer l'attention du public sur un problème spécifique, afin de provoquer une prise de conscience et de susciter une action collective. Elle utilise des messages percutants et des stratégies de communication ciblées pour engager le public et promouvoir des changements de comportement* » (Lehu, 2009, p 112)

- **Définition opérationnelle**

Une campagne de sensibilisation en milieu scolaire est une initiative visant à accroître la conscience des élèves et du personnel sur les dangers de la consommation de drogues. Elle utilise des messages éducatifs et des activités interactives pour encourager des comportements préventifs et fournir des informations sur les ressources disponibles pour l'aide et le soutien.

I.4.5 Communication de santé :

Selon **Dominique Wolton**, la communication de santé est : « *un ensemble de pratiques et de stratégies de communication utilisées pour diffuser des informations sanitaires, promouvoir des comportements sains et améliorer la santé publique. Elle inclut la diffusion de messages de prévention, l'éducation sanitaire et la promotion de la santé à travers divers canaux de communication* ». (Wolton, 1997, p.132)

- **Définition opérationnelle**

La communication de santé en milieu scolaire vise à partager des informations sur les conséquences sanitaires de la consommation de drogues, avec l'objectif de promouvoir des comportements de santé positifs parmi les élèves et les enseignants. Elle comprend des activités éducatives, des sessions d'information et des campagnes médiatiques pour encourager une culture de la santé et du bien-être.

I.4.6 Consommation de drogues :

Selon **Michel Reynaud**, la consommation de drogues désigne l'utilisation de substances psycho actives, légales ou illégales, qui peuvent altérer les fonctions mentales et physiques de l'individu. Elle englobe l'usage occasionnel, l'abus et la dépendance, avec des conséquences variées sur la santé, le comportement et le bien-être de l'individu. (Reynaud, 2002, p 54)

- **Définition opérationnelle**

La consommation de drogues en milieu scolaire fait référence à l'utilisation de substances psycho actives par les élèves. Cela peut avoir des effets néfastes sur leur santé physique et mentale, leur comportement et leurs performances académiques. Elle inclut l'expérimentation, l'usage régulier et la dépendance aux drogues, avec des répercussions sur le climat scolaire et la sécurité des élèves.

I.5 Les études antérieures :

I.5.1 Etude N°01 :

Cette étude s'agit d'un mémoire réalisé par Julie Fafard, c'est un mémoire présenté à la faculté des arts et sciences en vue de l'obtention du grade de Master, science en criminologie de l'université de Montréal, en décembre 2014, qui porte le titre suivant : « *Le trafic de drogue dans les écoles secondaires vu par les jeunes vendeurs* ».

Ce mémoire se compose de trois chapitres, le premier chapitre explorera ce que la littérature scientifique rapporte au sujet de la vente opérée par et pour des adolescents, le deuxième chapitre présentera la méthodologie de recherche, et le chapitre final de ce mémoire sera consacrée à l'analyse et à la discussion des résultats.

L'étudiante de ce mémoire a mené son étude à travers plusieurs questions suivantes : quelle forme prend l'intervention auprès des jeunes vendeurs fréquentant toujours l'école en 2014 ? Comment les élèves pratiquant la vente, la perçoivent-ils ? Qu'en pensent les vendeurs auxquels elles s'adressent ?

L'objectif extrême de cette recherche est de cerner la réalité de la vente de drogue dans les écoles secondaires, explorer le vécu des jeunes vendeurs sur le phénomène de normalisation de la prise et la vente de drogue, examiner la perception des vendeurs adolescent au sein de leur milieu scolaire et enfin explorer la vision qu'ont les jeunes vendeurs du réseau de vente de stupéfiants propres aux écoles secondaires.

Le chercheur a opté pour « la méthode qualitative » en raison des objectifs de la recherche qui cherchent à recueillir la perception des jeunes vendeurs au sein de leur milieu scolaire et cette méthode permet la compréhension des adolescents et à leur interprétation du marché de drogue dans les institutions scolaires. Ensuite, pour aller de pair avec l'approche qualitative, le chercheur a utilisé l'entretien à tendance semi-directif comme technique de recherche, sur un échantillon de 12 individus.

- Les résultats de cette recherche sont les suivants :
- Les jeunes interviewés semblent donc percevoir la normalisation de la consommation de cannabis comme un phénomène fluctuant dans le temps.
- Les adolescents rencontrés fréquentent toujours l'école secondaire et ils semblent percevoir l'école comme un excellent milieu de vente.
- L'ensemble des jeunes rencontrés ont souligné que leur participation au milieu de la drogue, en tant qu'acheteurs, semble avoir favorisé leur implication dans la vente de stupéfiants.
- D'après le vécu des jeunes rencontrés, la violence semble bien présente au sein du réseau de vente dans les écoles secondaires.
- A la lumière des propos des personnes rencontrées, ces interventions (les caméras, les surveillants d'école et les équipes cynophiles) paraissent insuffisantes.

Cette étude nous a permis de mieux comprendre l'usage des drogues en milieu scolaire et d'examiner les perceptions des élèves concernant la consommation de drogues dans les écoles, ainsi que leurs points de vue sur les interventions.

I.5.2 Etude N°02 :

C'est un article scientifique, il s'agit d'un rapport d'enquête sur la consommation de drogue en milieu scolaire Yaounde (Cameroun). Cette enquête est réalisée par Père Joseph Armel Fopa Djouda, en juin 2017, l'enquêteur a pris deux cas de deux établissements secondaires confessionnels, cet article à été publié par une association Foi & Justice de Cameroun.

L'objectif principal de l'enquête est de préciser le niveau de la consommation de drogue chez les élèves des établissements secondaires au Cameroun, déterminer les drogues consommées, déterminer le taux de prévalence, enfin déterminer et analyser les perceptions des élèves sur la consommation de drogue ainsi que sur les sanctions.

Afin de satisfaire les buts de cette étude, le chercheur a choisi une approche quantitative en utilisant le questionnaire comme outil de collecte de données à questions fermées était anonyme auto administré. Le questionnaire a été distribué aux 428 élèves, car cette enquête ciblait les élèves du secondaire en zone urbaine, le questionnaire est divisé en deux parties, la première partie se sont des questions sur les caractéristiques des élèves enquêtés et la deuxième sur la consommation de drogues par les élèves.

Ainsi, les résultats de cette enquête sont :

- D'après les répondants, la drogue la plus consommée est l'alcool 82,14^o°, suivie de la chicha 46,62 /°, de la cigarette 25.66 /, du tramol 6,11/, et on retrouve faiblement le Diazépam et la cocaïne. Les élèves sont majoritairement contre l'usage et la vente des drogues aux élèves 71,88 /°.
- Les élèves sont opposés aux sanctions appliquées aux élèves qui sont vendeurs ou consommateur, en fonction du type de sanction envisagé : (entre 49/ et 59,45/).
- Les enquêtés sont conscients de l'effet de la consommation de drogue sur l'état, la santé et l'éducation, et 7.50/ des élèves qui ignorent le niveau de risque de la consommation du Tramol.

Nous avons sélectionné ces deux études pour approfondir notre compréhension des drogues consommées dans les lycées, et des perceptions des élèves concernant les effets de ces drogues.

Chapitre II

La démarche méthodologique

Préambule :

Dans chaque recherche scientifique, la partie méthodologique revêt une importance cruciale car elle définit l'approche et les méthodes utilisées pour mener l'étude, ce chapitre guide la manière dont la recherche est menée. De plus, une méthodologie bien définie permet de structurer le travail de recherche d'orienter les démarches à suivre et obtenir des résultats fiables et de qualité.

II.1. Approche théorique adoptée

Il est incontestable que toute recherche scientifique s'appuie sur une approche théorique, elle consiste à partir d'un modèle théorique de départ pour structurer l'analyse et la compréhension d'un sujet spécifique ; donc, il est essentiel de déterminer le cadre théorique adéquat pour notre recherche, en choisissant la théorie sur laquelle nous nous appuyons, une approche doit être en harmonie avec la nature de notre enquête, les objectifs visés et les données collectées. Par conséquent, le fondement théorique de notre recherche doit prendre en compte ces deux aspects.

II.1.1 La communication engageante

La communication engageante est une procédure mobilisable pour accompagner le changement organisationnel, « la communication engageante repose sur une notion que les arguments persuasifs auront un impact accru tant au niveau d'attitude que des comportements, qu'ils reposent sur un soubassement comportemental ». (Fointiat, 2019, p.105)

C'est une approche qui consiste à faire précéder un message persuasif par la réalisation d'un acte dit préparatoire, cela signifie que pour encourager un individu à modifier son comportement. Il est nécessaire qu'il effectue un acte préparatoire avant de recevoir le message persuasif, car il joue un rôle clé dans l'efficacité de la persuasion et de l'engagement des individus, en effet, l'acte préparatoire consiste à faire réaliser à une personne un premier acte peu contraignant avant de lui présenter un message persuasif.

Les recherches mettent en évidence que cette méthode augmente l'engagement des individus en les rendant acteurs de leur propre démarche, ce qui les incite à adopter des comportements désirés. (Fointiat, 2019, p.106)

En outre, l'acte préparatoire dans une communication engageante permet de créer un lien entre l'individu et le message persuasif à travers une première action concrète et peu coûteuse, par

exemple, préalablement à l'action à une campagne de sensibilisation, il semble nécessaire à effectuer un acte préparatoire peu coûteux mais concret et engageant où les individus deviennent acteurs de la campagne, ce qui renforce leur engagement et leur sensibilité au message persuasif. (Giroundoula et Joule, 2012, p.115)

Nous avons opté pour la théorie de la communication engageante, car elle semble la plus appropriée et bien adaptée à notre sujet de recherche, elle se base sur l'étude de l'engagement des individus ainsi la persuasion et le changement d'attitude de leurs comportements, c'est une théorie qui consiste à sensibiliser à travers une communication par un message clair et une cible bien identifiée.

La communication engageante est cruciale pour la sensibilisation dans le milieu scolaire, elle réside dans sa capacité à impliquer activement les jeunes, à renforcer leur engagement, leur adhésion aux valeurs promues par la campagne de sensibilisation, ainsi que cette approche favorise une meilleure compréhension des enjeux liés à la consommation de drogue et encourager les jeunes à adapter des comportements plus responsables et sains.

II.1.2 La communication fonctionnaliste

D'autre part, nous avons choisi aussi une approche fonctionnaliste pour notre étude, car à l'aide de l'analyse fonctionnaliste, nous voulons comprendre comment les campagnes de communication constituent l'un des moyens de sensibilisation des lycéens aux risques de consommer des drogues. En mettant l'accent sur la fonction de ces derniers dans la sensibilisation en milieu scolaire.

Les approches fonctionnalistes de la communication se penchent sur l'information et les messages qui circulent dans l'organisation (communication interne) et plus largement à l'extérieur (communication externe). (Bonneville et Grosjean, 2011, p.33)

D'après N'da : « *le fonctionnalisme est une approche qui vise à comprendre une réalité en fonction de sa fonction dans la société ou de son utilité, il cherche à expliquer des phénomènes sociaux par les fonctions que remplissent les institutions sociales, les structures des organisations et les comportements individuels et collectifs* » (N'da, 2006, p.113)

N'da ajoute que la méthode fonctionnaliste permet d'analyser les phénomènes ou les institutions en prenant en considération leur interdépendance et leur lien avec la société globale. (N'da, 2006, p.114)

Dans le contexte des campagnes de sensibilisation au sein des établissements, ces deux approches peuvent se compléter efficacement. L'approche fonctionnaliste peut aider à comprendre les mécanismes sociaux fondamentaux qui exercent une influence sur les comportements et les interactions au sein de la communauté éducative. Elle permet d'analyser comment les différentes parties de l'établissement interagissent pour atteindre des objectifs communs en matière de sensibilisation. D'autre part, l'approche engageante met l'accent sur l'implication active des individus dans le processus de sensibilisation. En encourageant la participation et l'engagement des membres de la communauté éducative, cette approche favorise une adhésion plus profonde aux messages transmis lors des campagnes de sensibilisation.

Ainsi, en combinant ces deux approches, les campagnes de sensibilisation qui se réalisent au sein du lycée YAICI ABDELKADER peuvent bénéficier d'une compréhension approfondie des dynamiques sociales et d'une mobilisation efficace des individus pour promouvoir des changements positifs et durables dans la sensibilisation aux enjeux spécifiques abordés.

En combinant une approche fonctionnaliste pour définir les objectifs de la sensibilisation et son rôle, une approche engageante pour favoriser l'engagement des lycéens, afin de créer une campagne de sensibilisation efficace et percutante.

II.2. La méthode de l'étude

La méthode de recherche est un élément fondamental de tout processus de recherche parce qu'elle permet de produire des résultats significatifs et fiables, ainsi qu'il est crucial de choisir une méthode adéquate pour une étude car elle permet de garantir la validité et la fiabilité des résultats obtenus.

La méthode au sens large de procédure logique, inhérente à toute approche scientifique, permet de la considérer comme un ensemble de règles indépendantes de toute recherche et contenu particulier, visant surtout de processus et forme de raisonnement et de perception, rendant accessible la réalité à saisir. (Grawitz, 2001, p.351)

Selon **Mathieu Guidère** la méthode : *«représente l'ensemble des démarches que suit l'esprit humain pour découvrir et démontrer un phénomène scientifique.»* (Guidère, 2004, p.04)

Dans le cadre de notre étude, nous avons adopté **une méthode qualitative** pour mener notre étude, car elle permet une description complète et détaillée d'un sujet de recherche, en mettant l'accent sur les perceptions et les expériences des individus concernant le sujet étudié.

D'après **Kohn** et **Cristiaens** , faire de la recherche qualitative : « *est une façon de regarder la réalité sociale, plutôt que chercher les bonnes réponses, la recherche qualitative se préoccupe également de la formulation des bonnes questions* ». (Kohn, Cristiaens, 2014, p.67)

De même, d'après **Paul N'da**, le but principal de la recherche qualitative en sciences humaines et sociales est de comprendre des phénomènes sociaux (des groupes d'individus, des situations sociales, des représentations...) Comprendre, c'est en produire les sens. Il s'agit de rendre compte de la réalité sociale telle qu'elle est vraiment vécue et perçue par les sujets ou telle qu'elle se déroule dans les institutions. (N'da, 2015, p.22)

Dans notre étude, nous cherchons à examiner et à comprendre profondément le rôle des campagnes de sensibilisation sur la consommation de drogue chez les lycéens.

Nous avons opté pour cette méthode dans notre étude réalisée au sein du lycée "Yaici AbdEl Kader" à Béjaia en vue de mettre en lumière le rôle des campagnes de sensibilisation sur la consommation de drogue chez les lycéens et dans ce cas, il est essentiel de comprendre les nuances et les motivations qui sous-tendent les comportements des lycéens. De plus, cette approche nous permettra d'explorer de manière approfondie le phénomène et de vérifier nos hypothèses de recherche.

II.3. La technique utilisée

La recherche qualitative utilise des techniques de recherche qualitatives pour examiner des faits spécifiques (étude de cas, observation, analyse qualitative de contenu, entretien semi-structuré ou structuré, etc.) sans fournir immédiatement des données chiffrées. (N'da, 2015, p.22)

La technique de recherche réside dans sa capacité à structurer et à guider le processus de collecte d'informations de manière rigoureuse et méthodique, la collecte de données qualitative revêt diverses formes, mais les entretiens et l'observation sont parmi les plus utilisés, la technique la plus appropriée pour notre étude c'est la technique de « **l'entretien** ».

Cette dernière est définie par **Luc Van Campenhoudt** et **Raymond Quivy** : « *elle se caractérise par un contact direct entre le chercheur et ses interlocuteurs et par une fiable directivité de sa part* ». (Quivy et Campenhoudt, 2006, p.173)

C'est un dispositif de face à face où un enquêteur a pour objectif de favoriser chez un enquêté la production d'un discours sur un thème défini dans le cadre d'une recherche. (Perret, 2012, p.108). En outre, l'entretien sera généralement structuré sous la forme d'une discussion, où le

chercheur exprime son désir, son intention de bien saisir le point de vue de l'autre. (Gauthier, 2005, p.156)

Etant donné qu'il existe divers types d'entretiens, nous avons choisi d'utiliser la technique de **l'entretien semi-directif** pour collecter nos données ou semi dirigé, c'est-à-dire qu'il n'est ni entièrement ouvert, ni strictement guidé par un grand nombre de questions précises, le chercheur possède d'une série de questions guides qui sont relativement ouvertes pour recevoir une information de la part de l'interviewé et il le laissera venir pour qu'il puisse parler ouvertement et librement. (Quivy et Campenhoudt, 2006, p.174)

Pour **Geneviève Imbert**, l'entretien semi-directif : *« est une conversation ou un dialogue qui a lieu généralement entre deux personnes, il s'agit d'un moment privilégié d'écoute, d'empathie, de partage, de reconnaissance, de l'expertise du profane et du chercheur ».*(Imbert, 2010, p.24)

En ajout, ce type de technique est très flexible et pour la réalisation des entretiens semi-structurés, l'interviewer possède une série de questions qu'il pose non pas dans un ordre strict, mais en fonction du flux conversationnel et des réactions de son interlocuteur. Dans la mesure du possible, il laissera l'interviewé s'exprimer librement, avec les termes qui lui correspondent et dans la séquence qu'il souhaite. Le rôle de l'interviewer sera donc de recentrer l'entretien sur les thématiques étudiées en posant les questions adéquates aux moments propices. (Moscovici et Buschini, 2003, p.173)

Nous avons opté pour cette technique car elle nous a permis d'explorer en profondeur les perceptions, les attitudes et les comportements des individus vis-à-vis de la consommation de drogue chez les lycéens, ainsi d'obtenir une vision plus holistique et contextualisée de la manière dont les campagnes de sensibilisation affectent les lycéens du lycée Yaici Abd El Kader en ce qui concerne la consommation de drogue.

De ce fait, cette méthode qualitative de collecte d'informations, comme les entretiens individuels, permettent d'obtenir des données riches et détaillées sur les expériences, les opinions et les perceptions des individus. En ce qui concerne la consommation de drogue, ces méthodes peuvent être particulièrement utiles pour comprendre les motivations, les conséquences de l'usage de drogues, et les perspectives des personnes concernées.

II.4. la population d'étude

Dans toute enquête, l'une des premières choses à considérer concerne la population étudiée, il est important d'évaluer la facilité d'accès à la population cible et de déterminer la meilleure méthode pour y parvenir. (Moscovici et Buschini, 2003, p.53).

Par conséquent, la détermination de la population d'étude est un processus crucial dans la recherche scientifique, cette dernière correspond à l'ensemble d'individus avec des critères adéquats aux objectifs de l'étude.

Selon (Grinshpoun, 2018, p.25): « *la population est constituée par l'ensemble des sujets concernés par les hypothèses* ».

En outre, N'da ajoute : « *la population c'est une collecte d'individus, c'est-à-dire un ensemble d'unités élémentaires (une personne, un groupe, une ville, un pays) qui partagent des caractéristiques communes précises par un ensemble de critères* » (N'da, 2015, p.99)

Pour notre étude portant sur le rôle des campagnes de sensibilisation sur la consommation de drogue chez les lycéens, notre population d'étude inclut certains membres du personnel administratif du lycée "Yaici Abd El Kader", les enseignants et l'unité de dépistage et de suivi (U.D.S), ainsi que les membres externes concernés d'une manière directe par ce travail de sensibilisation.

- **L'échantillonnage** : Le choix de cet échantillon est déterminé par l'objectif de l'étude, les variables de nos hypothèses et la population traitée et pour avoir des informations pertinentes et obtenir des résultats significatifs et généralistes.

Dans le cadre de notre étude, nous avons sélectionné notre échantillon : les personnels du lycée "Yaici Abd El Kader" : le proviseur, le conseiller de l'orientation scolaire, les enseignants, la psychologue, médecin ainsi que les membres externes : la coordinatrice de l'activité psychologique et de santé mentale au niveau de l'UPS Béjaia, le directeur de l'association « organisation nationale de la jeunesse et de développement durable », et le chef du bureau de formation de la protection civile.

Cependant, **Paul N'da** a déclaré dans son ouvrage qu'il apparaît plus judicieux en recherche qualitative d'avoir un échantillon non probabiliste mais approprié. (N'da, 2015, p.100)

Par la suite, dans le cadre de notre, nous avons opté pour l'échantillonnage non probabiliste typique, en sélectionnant les membres identifiés par le directeur de l'établissement Yaici Abd

El Kader. Selon **Paul N'da** l'échantillonnage typique : « *il s'agit de technique utilisée pour le choix des sujets ou des phénomènes présentant des caractéristiques typiques, les différencient des autres, comme dans l'étude des cas extrêmes ou déviants, ou des cas standards, etc. La sélection des cas particuliers permet d'examiner des phénomènes rares ou inusités* » (N'da, 2015, p.106)

II.5. La pré-enquête

La pré-enquête revêt une importance cruciale dans toute recherche scientifique, marquant le premier contact du chercheur avec le terrain, elle consiste à se familiariser de manière approfondie avec le sujet d'étude et de la population ciblée avant de commencer l'enquête proprement dite, cette phase permet au chercheur d'acquérir une connaissance approfondie du sujet et de la population étudiée ce qui constitue une base solide pour la conception et la réalisation d'une enquête rigoureuse et significative.

La pré-enquête se définit comme étant : « *est une phase de terrain assez précoce dans les buts essentiels sont d'aider à construire une problématique plus précise et surtout à formuler des hypothèses qui soient valides, fiables, renseignées, argumentées et justifiées, aussi la pré-enquête permet d'accomplir le choix de l'instrument et le mode de construction de celui-ci* » (Aktouf, 2006, p.70).

Donc, la pré-enquête est perçue comme une phase essentielle qui facilite le choix de l'orientation de l'étude, elle aide à définir la problématique, à formuler les questions de recherche et les hypothèses, ainsi qu'à sélectionner la méthode et les techniques appropriées pour aborder notre sujet. Nous avons effectué notre phase préliminaire d'exploration au sein du lycée "Yaici Abd El Kader" à Bejaia pendant la période d'enseignement, cette pré-enquête a été fondamentale dans la préparation de notre étude de recherche.

Durant cette période, nous avons recueilli une multitude d'informations sur notre sujet de recherche spécifique au lycée, nous avons consacré une attention particulière à l'examen des campagnes de sensibilisation précédemment menées, qui nous a permis de comprendre en profondeur le déroulement de ces campagnes. Ainsi que, les personnels du lycée ont abordé des cas au cours de nos entretiens exploratoires, ils ont partagé des expériences personnelles et des observations sur les cas de consommation de drogue qu'ils ont rencontrés dans leur environnement, ce qui nous a permis d'enrichir notre compréhension du sujet.

De plus, afin de renforcer notre enquête, nous avons réalisé des entretiens exploratoires avec les élèves durant les heures creuses dans la cour du lycée, ou ils nous ont parlé de la consommation de drogues, des types de drogues et de leurs perceptions concernant les campagnes de sensibilisation déjà menées.

Cette étape initiale nous a permis de préciser nos hypothèses et de mettre à l'épreuve nos questions de recherche, elle nous a aussi aidés à clarifier la problématique de notre étude, et à finaliser le guide d'entretien pour nos futurs entretiens.

Après avoir accomplie cette étape préliminaire, nous avons commencé notre enquête principale au sein du lycée "Yaici Abd El Kader" à Bejaia, pendant une durée de 45 jours, au cours de laquelle nous avons eu l'occasion de mener des entretiens avec les membres du personnels du lycée, allant du proviseur, l'unité de dépistage et de suivi. Pour consolider notre étude, nous avons traité les points de vue des personnes qui ont assisté à la campagne pour voir si cette dernière a apporté des bénéfices.

II.6. Les difficultés rencontrées :

Au cours de notre recherche, nous avons rencontré plusieurs difficultés et obstacles qui ont influencé notre progression. Voici quelques-unes de ces difficultés :

- Nous avons difficilement trouvé un lycée qui répondait à nos critères et qui était disposé à collaborer avec nous.
- Au niveau de notre bibliothèque, nous avons également fait face à un manque de documentation, en particulier dans notre deuxième variable de recherche, il était difficile de trouver des sources fiables et des informations précises sur ce sujet spécifique.
- Nous avons rencontré des difficultés liées à l'accès limité aux ressources pertinentes, beaucoup d'études importantes étaient publiées dans des revues académiques payantes ce qui limitait notre capacité à obtenir une vue d'ensemble complète et à jour du sujet. En conséquence, nous avons dû nous tourner vers des sources plus facilement accessibles, telles que les articles...
- De plus, nous avons été confrontés à des contraintes de temps et à des échéances serrées, bien que la réalisation d'une recherche demande du temps et une planification minutieuse, nous avons dû composer avec des délais stricts pour mener notre enquête et analyser les données collectées.

- Enfin, nous avons dû faire face à des difficultés dans la coordination des entretiens avec les membres externes. La disponibilité des participants et la coordination des horaires ont été des défis logistiques que nous avons dû surmonter pour bien mener nos entretiens.

Malgré toutes ces difficultés, nous avons déployé tous nos efforts pour surmonter les obstacles et mener à bien notre recherche. Ces défis ont également constitué une opportunité d'apprentissage, nous permettant d'accroître notre résilience et notre aptitude à faire face à des situations complexes dans le domaine de la recherche.

En conclusion, ce cadre a exposé en détails notre approche méthodologique pour mener à bien notre étude ; le chercheur ne peut pas choisir librement ses méthodes et techniques de recherche, car ces choix dépendent de la nature de l'objet d'étude et de la population d'étude. Grâce à la phase exploratoire, nous avons pu sélectionner les méthodes et techniques d'investigation qui conviennent le mieux à notre recherche, en tenant compte ces deux aspects. Cette étape nous a également aidés à mieux comprendre notre problématique, ce qui nous a donné l'opportunité de réviser nos hypothèses, pour les rendre plus crédibles et susceptibles d'être vérifiées.

Le cadre théorique

Chapitre III

Campagnes de communication et de sensibilisation

Préambule

La communication peut jouer un rôle crucial dans la création de changement social en influençant les attitudes et les comportements par le biais de campagnes de communication soigneusement élaborées car ces campagnes peuvent contribuer à modifier les normes sociales, et à promouvoir l'inclusion et la justice sociale.

Les campagnes de communication ont une place indispensable pour informer, sensibiliser, mobiliser, et influencer les attitudes et les comportements dans la société, elles jouent un rôle primordial dans la promotion du progrès social, du changement positif et de la construction d'un monde meilleur.

Dans ce chapitre, nous avons divisé cette partie en deux sections distinctes, la première section traite des campagnes de communication, où nous avons mentionné leurs différents types et leurs objectifs, nous avons abordé les étapes de la réalisation d'une campagne de communication, puis nous avons examiné les types d'évaluation utilisés pour mesurer leur efficacité. La deuxième section se concentre sur les campagnes de sensibilisation ou nous avons défini la sensibilisation et les campagnes de sensibilisation, ainsi que leurs objectifs. Et pour finir, nous avons examiné les mécanismes de persuasion utilisés dans ces campagnes.

Section N°01 : Les campagnes de communication

III.1.1. Définition de la campagne de communication :

Selon (Landecy, 2021, p.03), la campagne de communication : *« désigne l'ensemble des actions mise en œuvre par un organisme pour faire passer un message à un public visé, les entreprises l'utilisent pour faire connaître la marque, leurs produits, et leurs services, les organismes et les institutions s'en servent pour sensibiliser la population à certaines problématiques ».*

Donc, nous pouvons définir la campagne de sensibilisation comme un ensemble coordonné d'actions pour diffuser un message précis à un public cible, dans le but de créer de l'engagement et de provoquer une réaction souhaitée chez ce public visé.

Et d'après (Lamb et Brian, 2012, p.06) : *« une campagne de communication est un effort organisé visant à amener le public à faire pression sur des institutions et des personnes de manière à influencer sur leur actions ».*

III.1.2. Les types de campagne de communication

Micheline Frenette a identifié deux types de campagnes : le premier vise à modifier les comportements individuels, tandis que le second cherche à influencer l'opinion publique. Ces distinctions sont abordées dans son ouvrage intitulé : *“La recherche en communication : un atout pour les campagnes sociales”*, 2010 dans la page 7-6.

III.1.2.a. Les campagnes sur le changement des comportements individuels :

Ce sont des campagnes qui engendrent des problèmes sociaux et de promouvoir des comportements qui améliorent le bien-être individuel ou collectif. Pour ce faire, elles utilisent des stratégies de persuasion pour convaincre les individus, influencer les croyances et les connaissances, modifier les attentions ainsi que modifier les attitudes et produire un changement comportemental.

III.1.2.b. Les campagnes sur le changement de l'opinion publique

Ces campagnes considèrent les problèmes comme relevant à la fois de la responsabilité sociale et individuelle, elles reposent sur la prémisse que l'agenda politique est guidé par l'opinion publique. Ce type de campagne a pour but d'augmenter la visibilité d'un enjeu et augmenter les connaissances sur les solutions, ainsi d'engager et mobiliser le public.

III.1.3. Les objectifs de campagne de communication :

Peter Stockinger l'objectif de communication représente le problème qu'une action ou campagne de communication cherche à résoudre, alors que le but est ce que cette même action ou campagne se propose de réaliser. (Stockinger, 2020, p.06)

En outre, **Frenette** affirme que le succès d'une campagne ne pourra être évalué qu'à l'aune d'objectifs bien précis, il est important d'être réaliste dans la formulation des objectifs, car des buts raisonnables en matière de changement de comportements ont une probabilité plus élevée d'être atteints.

Les objectifs des campagnes de communication peuvent différer en fonction des besoins et des objectifs spécifiques (SMART), de l'organisme qui les met en place, car chaque campagne a ses buts, soit en termes de sensibilisation, d'engagement, changement de comportement etc...

Divers types d'objectifs sont identifiés pour les campagnes sociales selon les travaux mentionnés par **Micheline Frenette** dans son ouvrage. (Frenette, 2010, p.49)

III.1.3.a. Objectifs visant les connaissances

- Informer les gens sur les inconvénients personnels et sociaux des comportements indésirables et sur les bénéfices des alternatives ;
- Rappeler les avantages et inconvénients que les gens connaissent déjà et maintenir cette conscientisation ;
- Clarifier les idées confuses et rectifier les idées erronées que les gens peuvent avoir un certains enjeux.

III.1.3.b. Objectifs visant les attitudes

- Susciter des émotions pour augmenter le désir des gens d'adhérer au comportement souhaitable et d'abandonner l'habitude indésirable ;
- Sensibiliser les gens à certains aspects spécifiques de l'intervention ;
- Valoriser ceux qui s'adonnent déjà au comportement recommandé.

III.1.3.c. Objectifs visant le contexte social

- Stimuler la communication interpersonnelle auteur de la problématique concernée
- Augmenter la connaissance des normes sociales en vue d'encourager l'adhésion aux solutions recommandées

III.1.3.d. Objectifs visant l'opinion publique

- Créer ou maintenir une attitude favorable ;
- Générer une ambiance générale positive de manière à minimiser l'opposition aux politiques promues ;
- Créer l'opinion que le problème est un enjeu important pour la communauté.

Cependant, (Stockinger, 2020, p.11), a déclaré dans son article qu'il existe une petite liste d'objectifs stratégiques généraux en communication des organisations, qui sont :

1- Objectif cognitif : (la notoriété)

C'est de faire connaître l'organisation, faire connaître ses marques, ses produits, ses services...

2- Objectif affectif : (la réputation)

C'est de faire apprécier, aimer l'organisation, faire aimer ses marques, ses produits...

3- Objectif conatif : (l’alignement comportemental)

C’est de faire adhérer, adapter un comportement, faire en sorte que le destinataire exprime un comportement qui correspond à celui voulu, souhaité par l’annonceur.

4- Le destin commun :

C’est d’établir des liens durables entre l’organisation et les divers publics avec lesquels elle interagit.

III.1.4. Les étapes de la réalisation d’une campagne de communication :

(Fernandes, 2023, p.02), a déclaré dans son article « *les étapes d’une campagne de communication réussie* », que la conception d’une campagne de communication est un processus complexe qui comporte plusieurs étapes clés afin d’assurer son succès.

III.1.4.a Etablir des objectifs de la campagne :

C’est une étape cruciale qui doit être réalisée avec soin pour garantir la réussite de la campagne, en choisissant le type de campagne en fonction des objectifs spécifiques tels que la création d’une entreprise, la sensibilisation, l’augmentation des ventes...etc. Ces objectifs doivent être Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporel (la méthode SMART).

En revanche, selon **Landecy**, première chose à faire lors de la création d’une campagne de communication : se fixer des objectifs, cette étape est indispensable pour piloter l’ensemble de l’opération avec cohérence, et les objectifs doivent être SMART, car ces critères évitent l’approximation et augmentent les chances de réussite du projet. (Landecy, 2021, p.04)

III.1.4.b. Identifier le public cible

Il est essentiel de comprendre et déterminer précisément qui est les destinataires de la campagne pour adapter le message. Cette étape vise à déterminer de façon précise, détaillée et efficace l’audience cible de la campagne de communication.

III.1.4.c. Définir le message clé

Le message clé est un élément de base de toute la campagne, il faut définir un message court, clair, précis, concis, percutant, convaincant, attirant, facile à comprendre, un message qui doit toucher les émotions de la cible pour créer une réaction.

De plus, (Frenette, 2010, p.55), a mentionné dans son ouvrage : « *la composition du message consiste à traduire en éléments visuels et verbaux la stratégie de communication retenue, on choisira le discours logique, la voie narrative, le témoignage, le dessin animé ou la métaphore* ».

III.1.4.d. Choisir les canaux de communication

Les canaux de communication englobent les médias traditionnels tels que la télévision, la radio., ainsi que les médias numériques tels que les réseaux sociaux, les sites web., il est également important de ne pas négliger l’affichage urbain qui peut prendre diverses formes, il faut également choisir les canaux de diffusion les plus appropriés qui permettent de toucher une très large audience en fonction du public cible et de l’objectif de la campagne.

Par ailleurs, pour (Frenette, 2010, p.57.58) : « *la stratégie de diffusion englobe un ensemble de décisions sur les façons d’acheminer les messages de la campagne jusqu’au public, soit les canaux de diffusion, le moment de diffusion ; les campagnes efficaces font en général appel à une diversité de médias* ».

Elle a affirmé que pour cibler les adolescents, une stratégie pertinente de diffusion consiste à placer des panneaux et des affiches dans les écoles secondaires et à proximité des abribus. Cependant, il est essentiel de doser cette diffusion de manière appropriée.

III.1.4.e. Créer du contenu :

Le contenu doit être créatif, informatif et engageant, il peut consister en vidéos, images, textes écrits ou audio, voire une combinaison de ces formats, dans le but d’atteindre les individus et de susciter leur intérêt, leur engagement ou leur action en fonction des objectifs de la campagne de communication.

Cependant, l’auteur a annoncé que les messages créatifs ont de grandes chances d’être bien accueillis s’ils sont à la fois compréhensibles et pertinents. En effet, la répétition d’un message ennuyeux peut rapidement entraîner de la lassitude ou même du rejet. (Frenette, 2010.p.56)

III.1.4.f. Planifier la diffusion

Cette étape est cruciale dans la création d’une campagne de communication, cette planification doit tenir compte des dates de lancement, les canaux de communication, la détermination du timing, il est essentiel de suivre un calendrier de diffusion bien détaillé indiquant quand et où chaque pièce de contenu sera publiée sur chaque canal, cette étape permet d’exécuter et maximiser l’efficacité de la campagne de communication.

III.1.4.g. Mesurer les résultats

Cette dernière étape est cruciale, elle consiste à mesurer et évaluer les performances de la campagne pour déterminer son succès. **Landecy** a souligné dans son article précédent, 2021, que quel que soit le cas de figure, évaluer les impacts de sa campagne de communication est primordiale, cette démarche permet de légitimer les investissements réalisés et surtout d'améliorer les stratégies à venir.

En outre, **Peter Stockinger** a évoqué dans son article publié en 2021 dans la page 06, sous le titre : « *Le design conceptuel d'une campagne de communication, 2021* », trois étapes fondamentales pour la conception d'une campagne de communication, on y trouve : le design des actions d'une campagne de communication et son plan média, design du message, design des instruments et outils d'une campagne de communication.

1. Design des actions : C'est de définir les actions et le plan média, cette étape comprend quatre points essentiels :

- Quel rythme, quelles périodes et quelle durée ?
- Quels médias, si c'est une campagne média ou hors médias ?
- Quelles actions de communication, dans quels médias ?
- Storyboard et le conducteur de la campagne.

Et les autres quatre points qui définissent le « le plan média »

- Quels médias choisir pour diffuser un message, ces médias choisis doivent avoir une affinité avec la cible ?
- Quelle est la portée géographique et la date de diffusion ?
- Déterminer la fréquence de diffusion et la durée de la campagne ;
- Déterminer les ressources financières disponibles pour la conception de la campagne.

2. Définir le message : le design des éléments de contenu, de discours et de langage

- **Contenu :** le contenu de la campagne c'est la valeur ajoutée de l'objectif à l'adresse du destinataire
- **Le discours :** il peut prendre différents formes, tels que des slogans, des arguments des témoignages, des histoires...etc.

- **Élément de langage** : il se compose de trois éléments :
 - a- Identité verbale et para verbale.
 - b- Identité visuelle stricto sensu, (logo, charte graphique...)
 - c- Identité multi sensorielle incluant, (autres éléments de perception).

3- Design des instruments et outils d'une campagne de communication

Cette étape consiste à définir et à scénariser les instruments et outils de communication.

- Pour chaque action, il s'agit d'identifier les instruments et les outils de communication associés.
- Scénarisation de chaque instrument et outil de communication.
- Scénariser, modéliser ou concevoir des maquettes pour tous les éléments des instruments d'une campagne de communication.
- Les supports (rédactionnels, visuels, audiovisuels).
- Les personnes (leurs comportements, leur langage, leur look...)
- Les lieux (décors, mobiliers,...)

III.1.5. Les types d'évaluation d'une campagne de communication

(Frenette, 2010, p.65.66), a fait référence aux quatre types qui représentent différents moments contribuant à l'évaluation globale d'une campagne :

II.1.5.a. L'évaluation formative

L'évaluation formative est une étape intégrée au processus de création d'une campagne, où les concepts et les matériaux sont présentés afin de corriger les éventuelles lacunes avant leur diffusion, cette évaluation fournit une rétroaction du public à l'égard du message au moment opportun, alors que des modifications sont encore possibles. L'évaluation formative est principalement qualitative car elle vise à offrir aux intéressés une perspective dénuée d'idées préconçus et sans les contraintes imposées par les expériences passées.

En somme, ce type d'évaluation nous permet de savoir quels sont les messages qui peuvent fonctionner pour tel auditoire et qui sont les meilleurs messagers ?

III.1.5.b. L'évaluation du processus

L'évaluation du processus implique de vérifier l'implémentation réussie de la campagne ainsi que sa notoriété auprès de la population cible, il est crucial de contextualiser cette

évaluation en utilisant une recherche documentaire appropriée. En effet, ces évaluations aident à mieux appréhender et comprendre les impacts d'une campagne sociale sur le public cible, lesquels peuvent avoir été influencés par les événements en cours au moment de la diffusion de celle-ci, ce type d'évaluation permet aussi de savoir si le public il a apprécié la campagne ou pas, et combien de personnes ont été rejointes par la campagne.

III.1.5.c. L'évaluation des résultats

Appelée aussi l'évaluation sommative, elle permet de déterminer dans quelle mesure les objectifs fixés ont été atteints, cette évaluation joue un rôle essentiel dans l'accumulation des connaissances et l'amélioration globale des campagnes sociales. En effet, grâce à la mise à disposition des études à un large public à travers des conférences et des publications, cela permet à toute personne intéressée de profiter des leçons tirées, ce qui favorise une meilleure compréhension et une amélioration constante des initiatives sociales.

III.1.5.d. L'évaluation d'impact

L'évaluation d'impact se concentre principalement sur les effets et les influences de la campagne à un niveau collectif, contrairement à l'évaluation des résultats campée le plus souvent dans le court terme, l'impact d'une campagne est envisagé dans une perspective a long terme, ou chaque campagne successive contribue de manière cumulative à un changement sociale. Ainsi, les objectifs visant à influencer l'opinion publique ou à modifier les normes sociales ne peuvent être évalués que sur une longue période.

Section N°02 : Les campagnes de sensibilisation

III.2.1. Définition de la sensibilisation :

La sensibilisation fait référence à l'action visant à provoquer une réaction après avoir été exposé à une substance ou à tout autre stimulus, la sensibilisation ne survient qu'après une exposition en série.

Sensibiliser implique de développer la capacité de réagir à quelque chose dont on a pris conscience, l'objectif recherché est généralement de modifier ou d'adapter un comportement ou une attitude face à une situation spécifique. Il s'agit donc de faire en sorte que les personnes sensibilisées adoptent un comportement approprié, un savoir et/ou savoir être dans une situation précise. (Glineur, 2014, p.08)

Selon **Daniel Gagnon** : « *la sensibilisation est un processus qui implique l'exposition à des stimuli pertinents et la compréhension de l'information transmise, qui peut mener à un changement de comportement ou de perceptive* ». (Gagnon, 2003, p.87)

De plus, **Fernandes** ajoute que la phase de sensibilisation vise à fournir à l'ensemble des acteurs toutes les informations, enjeux, effets du changement à venir, afin qu'ils soient impliqués et deviennent acteurs de toutes les étapes de cette transformation, cela facilitera d'autant plus l'adhésion au nouveau projet, tout en réduisant le risque de rejet. (Fernandes, 2018, p.154)

III.2.2. L'objectif de la sensibilisation :

La sensibilisation a souvent pour objectif de susciter une évolution des attitudes, des croyances, des comportements des individus, envers des enjeux particuliers. En ayant un impact sur les perceptions et les mentalités, elle vise à influencer positivement la façon dont les individus interagissent avec ces enjeux, que ce soit au niveau personnel, communautaire ou même sociétal.

La sensibilisation est fréquemment employée par les organisations en tant qu'outil stratégique afin de mobiliser leur public autour de leurs causes ou de leurs objectifs spécifiques. En engageant les personnes dans des discussions, des initiatives éducatives, les campagnes de sensibilisation visent à stimuler des changements significatifs dans la société.

III.2.3. Les modalités de la sensibilisation

(Lindert, 2023, p.114) annonce que les programmes de sensibilisation et leurs systèmes de mise en œuvre utilisent généralement diverses modalités de sensibilisation. En analysant les situations sur le terrain, nous découvrons de nombreuses modalités pour conduire des actions d'information et de sensibilisation dans le cadre de ces programmes.

Quatre grandes catégories se dégagent :

- **Modalités directes** : les modalités d'information et de sensibilisation directes ont pour but de communiquer avec les personnes, soit individuelle soit en groupe. Les gestionnaires de programmes ou les responsables des systèmes de mise en œuvre mènent des actions de communication, d'informations et de sensibilisation qui touchent directement les populations visées, ces interactions directes peuvent se dérouler dans les bureaux ou dans l'environnement de la population ciblée.

- **La sensibilisation communautaire** : est un processus qui consiste à diffuser au sein d'une communauté des informations et des messages afin d'accroître la connaissance, de modifier les attitudes et d'encourager des comportements favorables au bien être collectif. Cette approche repose souvent sur l'engagement direct avec les membres de la communauté et l'utilisation de réseaux locaux et de leaders communautaires pour garantir une diffusion efficace et pertinente des messages.
- **Sensibilisation au moyen d'intermédiaires** : est une stratégie visant à transmettre des informations à sensibiliser ou à éduquer, un public cible en utilisant des entités ou des personnes qui exercent déjà une influence, ou qui ont un accès privilégié à ce public. Ces intermédiaires peuvent inclure des individus, des organisations, des médias, des leaders communautaires...

Par ailleurs, les deux dirigeants de la fédération internationale pour les droits humains, **Réné Cassin** et **Joseph-Paul Boncour** (2003, p.03) ajoutent dans l'article « Sensibilisation », que la sensibilisation au moyen d'intermédiaires est une stratégie de communication et d'information qui vise à établir une relation durable et mutuelle entre une organisation ou une institution et les communautés concernées par une situation spécifique, en fournissant des informations claires et suscitant le soutien des communautés. Cette approche peut être élaborée et mise en œuvre à travers différents moyens, tels que des communiqués, des sites web, des portraits, des articles de fond et la mise en lumière d'événements sur le sujet.

- **Sensibilisation indirecte** : la sensibilisation indirecte est une méthode de sensibilisation qui se fait par le biais de supports de communication tels que les affiches, des vidéos, des sites web, des messages sur les réseaux sociaux, cette approche permet de toucher un large public sans nécessiter une interaction directe avec le public cible.

III.2.2 La définition de la campagne de sensibilisation

La sensibilisation consiste à agir activement, à s'engager de manière concrète et à adopter une position forte sur un sujet, elle vise à informer, faire prendre conscience d'un problème spécifique et aider au changement de comportements individuels ou collectifs.

Les campagnes de sensibilisation visant à des changements de comportements individuels, des normes et des attitudes sociales. (Goffman, 2003, p.04)

Par ailleurs, une agence de communication de proximité « *SIGNORA communication* », ont défini sur leur site « signora.agency » en 2022, que la campagne de sensibilisation est une action

menée par des acteurs institutionnels, professionnels, associatifs, en direction de public ciblés, afin de les informer, de leur faire prendre conscience d'un sujet précis et de contribuer à modifier leurs comportements individuels ou collectifs. Les thématiques d'une campagne de sensibilisation peuvent être variées, tels que la santé, la solidarité, l'éducation, la lutte contre la consommation de drogue chez les adolescents...etc.

III.2.3 Les objectifs de campagne de sensibilisation :

L'objectif est de souligner et de faire la promotion d'une réelle solution grâce à une situation perçue comme problématique pour l'intérêt général, et de changer les comportements individuels et les attitudes sociales. La sensibilisation est un mode actif d'intervention, un engagement concret et un positionnement fort affichés sur un sujet.

Pour atteindre ces objectifs, il est important de planifier méticuleusement la campagne, en définissant le public cible, en utilisant des recherches existantes pour formuler un message efficace et en élaborant un programme de communication.

III.2.4 Les mécanismes de la persuasion dans les campagnes

Selon (PettyetBrinol, 2007, p.58): *« la persuasion est partout, elle joue un rôle essentiel dans le domaine politique religieux, en psychothérapie, dans l'éducation et dans les relations sociales de la vie quotidiennes. L'influence sociale exercée à travers la persuasion est également le moyen, le plan répandu et plus civilisé de contrôle social dont disposent les gouvernements et les individus ».*

(Kharrat, 2015, p.44-45) ajoute que ces acteurs publics peuvent utiliser un ou plusieurs mécanismes de persuasion pour communiquer efficacement, qui sont :

III.2.4.a. La persuasion informative

Pour garantir une compréhension optimale du message, l'émetteur public cherchera à convaincre le citoyen en utilisant des arguments rationnels et un contenu informatif, la communication sera basée sur les résultats issus d'enquêtes et d'observations.

III.2.4.b. La persuasion mécaniste

Ce mécanisme de persuasion vise à influencer le comportement du citoyen en se basant sur la répétition d'un message simple, il repose sur le phénomène du matraquage, qui influencera le processus d'adoption du comportement.

III.2.4.c. La persuasion intégrative

Le citoyen évolue au sein d'un groupe social ou les individus partagent des valeurs, des normes et des croyances auxquelles chaque membre s'identifie. L'acteur public peut utiliser ces valeurs communes pour introduire un comportement spécifique ou pour les modifier en les alignant sur l'une de ces valeurs partagées.

III.2.4.d. La persuasion suggestive

Ce mécanisme repose sur la dimension symbolique et affective du récepteur, il exploite la psychologie individuelle en créant une tension ou un déséquilibre inconscient suite à l'exposition au message, ce message peut comporter des images des discours ou des vidéos, qui captent l'inconscient et susciter le désir de réduire cette tension, le comportement recommandé par le message apporte la solution, permettant ainsi au récepteur de retrouver son équilibre en l'adoptant.

En conclusion, les campagnes de communication et de sensibilisation ont un rôle essentiel dans la promotion de causes sociales, la modification des comportements et la diffusion des informations essentielles auprès du public. Ces initiatives, qu'elles soient menées par des organisations gouvernementales ou des entreprises, visent à mobiliser l'attention collective et à encourager des actions concrètes.

Les campagnes de communication et de sensibilisation sont des moyens efficaces pour stimuler le changement social et avoir un impact sur les comportements individuels et collectifs ; ces campagnes réussissent à toucher et à mobiliser un large public, grâce à une combinaison de messages stratégiques, de canaux de diffusion adaptés et d'engagement communautaire.

Chapitre IV

La consommation de drogue chez les lycéens

Préambule :

La consommation de drogue parmi les lycéens constitue un sujet alarmant, menaçant la société et exacerbant la criminalité. Ce fléau a malheureusement touché la nouvelle génération, particulièrement vulnérable à cette période de leur vie. Ce chapitre vise à examiner en détail la consommation de drogue chez les lycéens, un phénomène préoccupant nécessitant une analyse approfondie des facteurs qui l'influencent, ainsi que la mise en place de mesures de prévention efficaces. Nous aborderons les différents aspects de cette consommation, y compris les caractéristiques, les conséquences, les facteurs de risque et de protection, ainsi que les stratégies de prévention dans le contexte scolaire.

Section N°01 : la consommation de drogue**IV.1.1 Définition de drogue :**

La mission interministérielle de la lutte contre les drogues et les conduites addictives a défini la drogue comme : « toute substance psychotrope ou psychoactive qui perturbe le fonctionnement du système nerveux central (sensations, perceptions, humeurs, sentiments, motricité) ou qui modifie les états de conscience. Une drogue est un produit susceptible d'entraîner une dépendance physique et/ou psychique. Les dangers ou risques d'une substance dépendent de nombreux facteurs : l'âge et le sexe du consommateur, le mode de consommation, la fréquence à laquelle il consomme, etc. » (Mildeca, 2008, p.01)

En 1969, le **Comité OMS** d'experts de la pharmacodépendance a donné la définition suivante d'une drogue : «*Toute substance qui est introduite dans l'organisme vivant, peut modifier une ou plusieurs de ses fonctions*» » (OMS, 1982, p 03)

Une autre définition se porte sur la drogue : «*Toute substance pharmaco logiquement active sur l'organisme, réputé donné lieu à une dépendance ou Produit psycho actif ou synthétique, utilisé par une personne en vue de modifier son état de conscience ou d'améliorer ses performances, ayant un potentiel d'usage nocif, d'abus ou de dépendance de dont l'usage*

peut être égal ou non pour plusieurs objectifs :

- *Satisfaire la curiosité de désir d'expérimentation afin de connaître l'effet de produit.*
- *Chercher de l'évasion.*
- *Répondre aux pressions de groupe (groupe de rock)*

- *Besoin d'assurance et de confiance en soi pour faire face aux problèmes*
- *Réduire l'angoisse, oublier une peine ou un échec» (Denis, 2005, p06*

IV.1.2 Définition de consommation de drogue :

Selon INSEE La consommation de drogues est un terme qui englobe plusieurs comportements liés à l'usage de substances psycho actives. Selon l'Observatoire français des drogues et des toxicomanies (OFDT), la consommation de drogues peut être qualifiée de plusieurs manières :

- **Expérimentation** : Cela fait référence à au moins un usage de drogue au cours de la vie. Cet indicateur sert principalement à mesurer la diffusion d'un produit dans la population.
- **Usage occasionnel** : Cela signifie au moins un usage de drogue dans l'année. Pour le tabac, il s'agit des personnes déclarant fumer ne serait-ce que de temps en temps.
- **Usage régulier** : Cela se réfère à au moins trois consommations d'alcool dans la semaine, le tabagisme quotidien, l'usage de somnifères ou tranquillisants dans la semaine, ou 10 consommations de cannabis dans le mois.

(INSEE, 2016, p01)

IV.1.3 Les types de drogues

Il existe plusieurs types de drogues qu'on peut subdiviser en drogues douces et drogues dures :

- **Le Cannabis** (drogue douce) : Il se présente sous trois formes : L'herbe (marijuana) : Feuilles, tiges et sommités fleuries, simplement séchée. Se fume généralement mélangés à du tabac, roulée en cigarette souvent de forme conique (le joint, le pétard, le stick...). (Deny,2002,p 340)
- **La Résine** : Résine obtenue à partir des sommités fleuries de la plante. Se présente sous la forme de plaques compressées, barrettes de couleur verte, brune ou jaune selon les régions de production. Se fume généralement mélangé à du tabac : « le joint ». Le haschich est fréquemment coupé avec d'autres substances plus ou moins toxiques comme le henné, le cirage, la paraffine....
- **L'huile** : Préparation plus concentrée en principe actif, consommée généralement au moyen d'une pipe. Son usage est actuellement peu répandu.
- **La cocaïne** (drogue dite dure): Se présente sous la forme d'une fine poudre blanche. Elle est extraite des feuilles de cocaïne. Elle est prisée (la ligne de coke est « sniffée »).Également injectée par voie intraveineuse ou fumée. La cocaïne est parfois frelatée,

coupée ou mélangée à d'autres substances par les trafiquants, ce qui accroît sa dangerosité et potentialise les effets et les interactions entre des produits dont on ne connaît pas la composition.

- **Le crack** : Le crack est un mélange de cocaïne, de bicarbonate de soude et d'ammoniaque présenté sous forme de petits cailloux. L'utilisateur inhale la fumée après les avoir chauffés. Cette opération provoque des craquements, origine de son nom. Ce mode de consommation provoque des effets plus intenses que ceux de la cocaïne : le produit arrive plus rapidement au cerveau, la durée de son effet est plus brève. L'usage régulier de crack peut provoquer des hallucinations et entraîner des comportements violents, des épisodes paranoïdes, des états suicidaires.
- **L'héroïne (drogue dure)** : C'est un opiacé puissant, obtenu à partir de la morphine. Les opiacés sont des substances naturelles contenues dans le latex recueilli sur une plante, le pavot, qui sert également à la fabrication de l'opium. L'héroïne se présente sous la forme d'une poudre. Elle est la plupart du temps injectée en intraveineuse, après dilution et chauffage. Les pratiques d'injection semblent en baisse. L'héroïne est également sniffée et fumée.
- **La morphine** : La morphine est le principal composant actif de l'opium (l'opium contient 10 % de morphine). Au niveau du cortex cérébral, elle entraîne un ralentissement des facultés d'attention, d'idéation et de mémorisation. Une utilisation longue à dose élevée déclenche des manifestations psychodysleptiques avec épisodes délirants et hallucinatoires. La morphine est un déprimeur respiratoire et les doses trop fortes entraînent la mort par arrêt respiratoire. (Kasm, 2005, p.03-14)

IV.1.4 Les signes d'un abus de drogue :

Selon l'Office des Nations Unies Contre la Drogue et le Crime (UNUDC, 2013) les signes d'un abus de drogue peuvent être regroupés en :

IV.1.4.1 Signes émotionnels et sociaux :

- Sautes d'humeur, excitation, colère, hostilité, dépression ;
- Mensonges et vols à répétition ;
- Refus d'admettre les effets néfastes de la drogue ;
- Refus de voir des amis de longue date ou des personnes qui pourraient remarquer un changement de comportement ;

- Appels téléphoniques mystérieux ;
- Refus de vous présenter certains amis ou d'en parler avec vous ;
- Réponses évasives quant à ses activités ;
- Perte de motivation ;
- Manque d'intérêt pour la vie quotidienne ;
- Absentéisme scolaire

IV.1.4.2 Signes physiques :

- Somnolence ;
- Tremblements ;
- Yeux rouges, pupilles dilatées ;
- Manque d'intérêt pour l'hygiène et l'apparence personnelles ;
- Troubles de l'élocution ;
- Perte d'appétit ou boulimie ;
- Mauvaise coordination des mouvements ;
- Yeux cernés ;
- Habitudes de sommeil irrégulières ;
- Refroidissements et toux à répétition ;
- Perte de poids.

(Office des Nations Unies Contre la Drogue et le Crime –UNUDC-, 2013, p 02)

IV.1.5 Les conséquences de la consommation de drogue

La consommation de drogue peut avoir de graves conséquences sur la santé physique, mentale et émotionnelle d'une personne. Sur le plan physique, l'abus de drogues peut entraîner des problèmes de santé tels que des maladies cardiaques, des lésions cérébrales, des dommages aux organes internes et des risques accrus de contracter des maladies infectieuses. Au niveau mental, la consommation de drogue peut altérer la capacité de penser clairement, causer des troubles de l'humeur, des épisodes de paranoïa et des problèmes de mémoire. Les conséquences émotionnelles incluent souvent l'isolement social, des difficultés relationnelles et des troubles de l'estime de soi. En outre, la consommation de drogue peut également avoir un impact négatif sur la vie professionnelle, sociale et financière d'une personne, pouvant même conduire à des problèmes juridiques. (Reading, 2013, p 21-23)

IV.1.5 Les conséquences de la consommation de drogue chez les lycéens :

La consommation de drogue chez les lycéens peut avoir des conséquences graves sur leur santé physique, mentale et leur bien-être général, ainsi que sur leur réussite scolaire et leur sécurité. Voici un aperçu des principales conséquences de la consommation de drogue chez les lycéens :

IV.1.5 .1 Effets sur la santé physique et mentale :

La consommation de drogue peut entraîner des effets néfastes sur la santé des lycéens, perturbant leur capacité à se concentrer en classe, à interagir socialement et à maintenir un mode de vie sain. Les effets peuvent varier en fonction des substances consommées, mais peuvent inclure des troubles du sommeil, des difficultés de concentration, des changements de comportement, une diminution de la vigilance et des risques accrus de problèmes de santé mentale.

IV.1.5 .2 Effets sur la réussite scolaire :

La consommation de drogue peut avoir un impact négatif sur la réussite scolaire des lycéens. Les effets néfastes sur la santé mentale et la capacité de concentration peuvent entraîner une baisse des performances académiques, des absences répétées en classe et une diminution de la motivation pour les études.

IV.1.5.3 Effets sur la sécurité :

La consommation de drogue peut également compromettre la sécurité des lycéens, en particulier lorsqu'il s'agit de substances qui altèrent la perception et la coordination. Cela peut augmenter les risques d'accidents, de comportements à risque et d'exposition à des situations dangereuses.

IV.1.5.4 Effets sur la société : La consommation de drogue peut avoir des répercussions importantes sur la société, notamment en termes de coûts pour les systèmes de santé et de justice pénale, ainsi que sur la productivité économique. De plus, la consommation de drogue peut contribuer à des comportements dangereux et à des problèmes sociaux, tels que la criminalité et la violence

Section N°02: La consommation de drogues chez les lycéens

IV.2.1 Facteur influençant la consommation de drogues chez les lycéens

Selon le **Centre national de prévention du crime (CNPC) de Sécurité publiqueCanada,**

les facteurs de risque et de protection peuvent être regroupés en cinq catégories ou domaines :les caractéristiques individuelles, les interactions avec les pairs, l'environnement scolaire, la dynamique familiale et l'influence communautaire :

TYPES	Facteurs de risque	Facteursdeprotection
Facteurs de risque liés à la communauté	<ul style="list-style-type: none"> • Communautés dés organisées; • Lois et normes favorables à l'usage de drogues; • Perception de l'accès aux drogues ; • Le manque d'infrastructures sociales et de loisirs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cohésion et liens sociaux dans la communauté; • Normes défavorables l'usage de drogues ; • Présence de programmes communautaires positifs; • Accès à des ressources sociales et économiques; • Soutien des voisins et des membres de la communauté ;
Facteurs de risque liés à la famille	<ul style="list-style-type: none"> • Attitudes parentales favorables à l'usage de drogues; • Mauvaise gestion familiale : • Histoire familiale de comportements antisociaux: • Les difficultés financières : • Les ruptures familiales telles que le divorce ou la séparation. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sanctions familiales à l'usage de drogues; • Relations parentales positives; • Soutien familial positif et solide; • Communication ouverte et constructive entre les membres de la famille; • Engagement parental actif dans la vie de l'enfant; • Stabilité financière et sécurité dans le foyer;
Facteurs de risques liés aux Individus/Pairs	<ul style="list-style-type: none"> • Initiation précoce à des comportements antisociaux; • Attitudes favorables à l'usage de drogues ; • Usage de drogues chez les pairs; • Les troubles de comportement chez l'individu lui-même 	<ul style="list-style-type: none"> • Relations positives entre les pairs ; • Réseau de pairs qui ne consomment pas de drogues.

Section N°03 : la prévention en milieu scolaire :

IV.3.1 Définition de la prévention :

La prévention fait référence à l'ensemble des mesures prises pour éviter un événement prévisible qui pourrait causer des dommages à un individu ou à une collectivité. Ces mesures peuvent être conçues et mises en œuvre par divers organismes pour prévenir divers types de risques, tels que la délinquance, les accidents ou les maladies. (Quenault, 2020, p33)

Dans le domaine de la santé, la prévention est définie par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) comme l'ensemble des actions menées dans le but d'améliorer la santé publique. L'objectif est d'éviter l'apparition de troubles ou de maladies qui pourraient affecter la population et de faire progresser son état de santé général

Dans un contexte plus large, la prévention peut également faire référence à l'ensemble des mesures prises pour préserver une situation donnée (sanitaire, sociale, économique, environnementale...) d'une dégradation, d'un accident ou d'une catastrophe. Cela peut impliquer l'évitement des perturbations négatives ou la réduction de leur probabilité, ainsi que la mise en place de mesures de protection pour limiter les effets négatifs des perturbations lorsqu'elles se produisent

IV.3.2 Les différents types de prévention

Il existe principalement trois types de prévention, qui sont définis par **l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS)** et qui correspondent à des états successifs de la situation :

- **Prévention primaire** : Ce niveau de prévention vise à éviter ou réduire la survenue ou l'incidence des maladies, des accidents et des handicaps. Il englobe des mesures visant à prévenir les comportements à risque, les risques environnementaux et sociaux, ainsi que les facteurs consolidant et structurants tels que les compétences psychosociales. Par exemple, des campagnes de prévention en milieu scolaire, la formation des salariés aux risques environnementaux et la promotion d'une alimentation respectueuse de l'environnement font partie de la prévention primaire.
- **Prévention secondaire** : Ce niveau de prévention vise à intervenir pour diminuer la prévalence d'une maladie dans une population. Il recouvre les actes destinés à agir au tout début de l'apparition du trouble ou de la pathologie afin de s'opposer à son évolution, ou pour faire disparaître les facteurs de risque. Par exemple, des programmes

de dépistage précoce et des interventions visant à traiter précocement une maladie font partie de la prévention secondaire.

- **Prévention tertiaire :** Ce niveau de prévention vise à prendre en charge une maladie existante, généralement chronique, afin de prévenir d'éventuelles complications ou aggravations des lésions. Par exemple, dans le cas du diabète, la prévention tertiaire repose sur une surveillance régulière, une excellente hygiène de la peau, un examen fréquent des pieds et la pratique régulière d'une activité physique (Flajolet, 2001, p. 01)

V.2.3 Les objectifs de la prévention :

La prévention dans la société vise principalement à protéger la santé et le bien-être des individus et des communautés. Elle a pour but de réduire l'incidence et la sévérité des maladies et des blessures, d'améliorer la qualité de vie et de promouvoir des comportements sains et sûrs. Par exemple, les campagnes de vaccination visent à prévenir l'apparition de maladies infectieuses, tandis que les programmes d'éducation à la santé visent à encourager des habitudes alimentaires saines, l'activité physique et l'abstention de fumer.

Enfin, la prévention vise à renforcer les systèmes de santé. En mettant l'accent sur la prévention plutôt que sur le traitement, les systèmes de santé peuvent devenir plus résilients et capables de répondre aux défis de santé futurs. Dans l'ensemble, la prévention est un élément essentiel pour favoriser une société saine et prospère. (Shanklad, 2022, p 4-6)

IV.3.4 Les techniques de prévention dans le contexte de l'usage de drogue :

La prévention de l'usage de drogues repose sur plusieurs techniques et stratégies :

IV.3.4.1 L'éducation : elle commence à l'école, lieu d'acquisition du savoir et d'exemplarité des modèles exemple, l'éducation porte indirectement sur la famille mais elle doit être poursuivie tout le long de la vie, à l'université mais aussi en milieu professionnel pour prendre en compte les risques d'accidents ou de maladies professionnelles. (Bourdillon, 2005, p 08).

IV.3.4.2 Campagnes de communication : Des campagnes de sensibilisation publiques peuvent être lancées pour informer le grand public sur les risques liés à la consommation de drogue et pour encourager les individus à éviter ou à cesser d'utiliser des substances illicites. Ces campagnes peuvent être menées à travers divers médias tels que la télévision, la radio, les réseaux sociaux et les affiches dans les lieux publics.

IV.3.4.3 Programmes communautaires : Les programmes communautaires peuvent jouer un rôle clé dans la prévention de l'usage de drogues. Ces programmes peuvent comprendre des activités de mentorat, des programmes de loisirs et des initiatives de renforcement de la communauté. (Griffiths et Dandurand, 2007, p 38-40)

IV.3.4.4 Intervention précoce : L'intervention précoce peut aider à prévenir l'usage de drogues chez les personnes à risque. Cela peut comprendre le dépistage de l'usage de drogues, l'orientation vers des services de traitement et le soutien aux familles. (Richelle et Cardon, 2023, p. 44)

IV.3.4.5 Traitement : Le traitement de l'usage de drogues peut aider à prévenir l'usage futur de drogues. Cela peut comprendre la thérapie comportementale, les médicaments et le soutien à la récupération. (El Khoury, 2016. P.44)

IV.3.4 La prévention au milieu scolaire

La prévention au milieu scolaire est essentielle pour promouvoir un environnement sûr et favorable à l'apprentissage. Parmi les stratégies de prévention couramment utilisées on trouve :

- **Sensibilisation et éducation :** Organiser des programmes éducatifs et des ateliers sur des sujets tels que la résolution des conflits, la gestion du stress, le harcèlement et l'intimidation, les dangers des drogues et de l'alcool, etc. (Mcdougall, 1993. p11)
- **Promotion du bien-être émotionnel :** Mettre en place des services de soutien psychologique et des groupes de discussion pour aider les élèves à faire face au stress, à l'anxiété et aux problèmes émotionnels. (Duranleau, 2023, p 27)
- **Renforcement des compétences sociales :** Offrir des activités et des programmes qui encouragent le développement de compétences sociales telles que la communication efficace, la coopération et le respect mutuel. (Salma, 2019, P,34)
- **Surveillance et intervention précoce :** Mettre en place des mécanismes de surveillance pour repérer les signes précoces de comportements à risque ou de problèmes de santé mentale, et intervenir rapidement en fournissant un soutien approprié.
- **Collaboration avec les familles et la communauté :** Impliquer activement les parents, les tuteurs et les membres de la communauté dans les initiatives de prévention, en les informant des défis auxquels sont confrontés les jeunes et en les encourageant à participer à des activités de prévention .(André, 2015,p 79)

Au terme de ce chapitre, nous pouvons constater que la consommation de drogue représente une crise sanitaire majeure qui affecte non seulement la santé individuelle, mais aussi la société dans son ensemble. Il existe différents types de drogues, chacune ayant ses propres effets et conséquences sur la santé physique et mentale des individus.

Nous avons identifié plusieurs signes de consommation de drogue parmi les lycéens, notamment la modification soudaine de leur comportement, des changements dans leurs performances scolaires, des troubles du sommeil, des problèmes de santé physique et des relations interpersonnelles tendues. Ces signes doivent être pris au sérieux et traités de manière appropriée pour prévenir les conséquences néfastes de la consommation de drogue sur la vie des jeunes.

La prévention joue un rôle crucial dans la lutte contre la consommation de drogue chez les lycéens. Elle comprend plusieurs types d'approches, notamment la prévention primaire, qui vise à empêcher le début de la consommation de drogue, la prévention secondaire, qui vise à identifier et à intervenir précocement chez les individus à risque, et la prévention tertiaire, qui vise à réduire les dommages liés à la consommation de drogue chez les personnes déjà dépendantes.

Dans le milieu scolaire, la prévention revêt une importance particulière, car c'est un environnement où les jeunes passent une grande partie de leur temps et où ils sont influencés par leurs pairs et leurs enseignants. Les écoles peuvent jouer un rôle clé en mettant en place des programmes de sensibilisation, en fournissant des ressources éducatives sur les dangers de la consommation de drogue et en offrant un soutien aux élèves en difficulté.

La consommation de drogue chez les lycéens représente une menace sérieuse pour leur santé et leur bien-être. La prévention, avec ses différentes approches et techniques, est essentielle pour lutter contre ce problème et promouvoir un mode de vie sain et équilibré chez les jeunes.

Lors de notre étude sur la consommation de drogue chez les lycéens, nous avons rencontré des difficultés à trouver des ressources gratuites sur internet ou à la bibliothèque de notre université pour approfondir notre recherche. Les ouvrages disponibles sont souvent payants, ce qui rend l'accès difficile pour les étudiants et chercheurs ayant des budgets limités. Il est essentiel de rendre ces ressources plus accessibles en les proposant gratuitement ou à prix réduit, et en les rendant disponibles dans les bibliothèques publiques et universitaires. Cette

problématique entrave non seulement la recherche académique, mais également les actions de prévention et d'intervention auprès des jeunes.

Le Cadre pratique

Chapitre V

Présentation du lieu de l'enquête

Préambule :

Dans ce chapitre nous allons parler du lieu de notre enquête, le lycée Yaici Abdelkader, nous présenterons les données générales de ce lycée et son histoire, notamment la fiche technique et le personnel, et nous aborderons également les statistiques des élèves pour l'année 2023/2024.

V.1. Présentation du lycée Yaici Abdelkader :

Le lycée Moudjahid Yaici Abdelkader est un établissement public d'enseignement secondaire inauguré en septembre 1984 sous le nom de Technicum Ihaddaden, une école spécialisée dans les techniques. En 2006, il a évolué pour devenir un lycée offrant toutes les filières d'enseignement. En 2017, il a été renommé en lycée Moudjahid **YAICI ABDELKADER**.

À ses débuts, l'école accueillait exclusivement 200 élèves techniques, comprenant 120 internes et 80 externes. Après sa transformation en lycée, sa capacité d'accueil a augmenté pour atteindre jusqu'à 1000 élèves. Actuellement, pour l'année scolaire 2023/2024, sa capacité est de 965 élèves, répartis entre 440 garçons et 525 filles.

L'administration du lycée est gérée par un personnel comprenant un proviseur, un censeur, un gestionnaire et un secrétaire. Au départ, l'équipe enseignante se composait de seulement 18 enseignants pour encadrer les 200 élèves. Cependant, avec l'augmentation du nombre d'élèves au fil des ans, le nombre d'enseignants et de personnel administratif a également augmenté.

En 2006, après sa transformation en lycée, des changements ont été apportés, notamment la suppression du système d'internat au profit de la demi-pension, avec une capacité d'accueil de 700 élèves.

Le lycée Moudjahid Yaici Abdelkader a obtenu de bons résultats dans le palmarès du baccalauréat, se classant notamment cinquième au niveau de la wilaya avec un taux de réussite égale à 76%. Il est également réputé pour ses activités sportives, ayant remporté plusieurs championnats dans des disciplines telles que le volley-ball et le basket-ball. Par ailleurs, il participe activement à des événements culturels, musicaux et artistiques, contribuant ainsi à l'épanouissement de ses élèves. Des moments de détente sont également offerts aux élèves sous forme d'excursions scolaires et d'organisation de fêtes, favorisant ainsi une bonne ambiance au sein de l'établissement.

Voici la liste chronologique des proviseurs qui ont exercé au lycée Moudjahid Yaici Abdelkader depuis sa création jusqu'à ce jour :

- AdouaneArbi (1984-2000)
- Houari Ferhat (2000-2002)
- Ben Toumi (2002-2006)
- Houari Ferhat (2006-2014)
- Kaabach (2014-2017)
- Didi Nacira (2017-2019)
- MakhloufSamah (2019-2021)
- Ikhlef Toufik depuis 2021 jusqu'à ce jour
(Document interne du lycée)

V.2 Répartition des étudiant selon les filières pour l'année scolaire 2023/2024

Tableau N°1 : Répartition des étudiants selon les filières pour l'année scolaire 2023/2024

Année Filières	1 ère année	Deuxième année	Troisième année
La filière scientifique	242	\	\
La filière littéraire	88	\	\
Mathématiques	\	19	22
Le génie des procédés	\	14	19
Le génie civil	\	32	20
Les langues étrangères	\	44	43
Les sciences	\	77	80
les lettres et la philosophie	\	63	57
la gestion	\	35	53
Le génie électrique	\	29	23

(Source : Document interne du lycée)

V.2. Fiche technique du lycée YAICI ABDELKADER

- Situation géographique : Iheddaden rue des Aurès , Bejaia, Algeria.
- Superficie : 4 hectares.
- Capacité actuelle : 965 élèves
- 65 professeur (22 masculin / 43 féminin)
- 30 agents ouvriers
- 27 agents d'administration
- Bibliothèque pour élèves : 10.380 titres.
- Salle des cours : 25 salles.

V.3 Les coordonnées du lycée YAICI ABDELKADER

Tableau N°02 : Les coordonnées du lycée Yaici Abdelkader

Numéro téléphone	034.16.93.75
Numéro de fax	034.16.93.75
Numéro d'enregistrement national	060100075
E-mail	lycee06010@debejaia.dz
Numéro de mécanographe	06010

(Source : Document interne du lycée)

V.4 Le personnel administratif

Tableau N°03 : personnel administratif. (Document interne du lycée)

Personnel administratif	68
Administrateurs	17
Paramédical	5
Assistants d'éducation	14
Travailleurs de services	29
Travailleurs de services	2
Agent détective	1

(Source : Document interne du lycée)

V.5.Divers salles et structures :

Tableau N°04 : Divers salles et structures.

salles	25	laboratoires	7
- salle de prière	1	Restaurant ou cantine scolaire	1
salle des professeurs	1	salle d'archive	1
bibliothèque	1	- magasin des produits d'entretien	
terrains de sport (un pour volley-ball et l'autre pour handball)	1	magasin fourniture bureau (papierect ..)	1
labo génie procédé	2	Bureaux administratifs	7

(Source : Document interne)

Chapitre VI

**Analyses et Interprétation
des données**

Préambule :

Dans ce chapitre, nous allons explorer les résultats de l'enquête. Ce cadre est divisé en deux parties distinctes. La première se concentrera sur l'analyse et l'interprétation des données recueillies, structurées autour de trois axes principaux. La seconde partie sera consacrée à la discussion des hypothèses avancées

SECTION I : Analyses et Interprétation des données

Dans cette section, nous allons analyser et interpréter toutes les informations recueillies auprès du personnel administratif du lycée Yaici Abdelkader à partir des entretiens semi-directifs. Cette partie se structure principalement autour de trois axes. Le premier axe sera dédié à l'identification des répondants, le deuxième axe examinera les données relatives à la première hypothèse de l'enquête, et le troisième axe se concentrera sur la deuxième hypothèse, dans le but de confirmer ou d'infirmer nos hypothèses de recherche.

AXE 01 : Identification des enquêtés**Tableau N° 06 :** Données personnelles de la population d'étude :

N° d'enquête	genre	Fonction occupée	Expérience (année)
Enquête 01	Féminin	Médecin généraliste	27
Enquête 02	Féminin	Psychologue	11
Enquête 03	Féminin	Psychologue	5
Enquête 04	Masculin	directeur	20
Enquête 05	Féminin	Conseillère éducatrice	27
Enquête 06	Masculin	Enseignant de l'espagnol	12
Enquête 07	Masculin	Enseignant de génie électrique	6
Enquête 08	Masculin	Enseignant de sciences islamique	17

Enquête 09	Masculin	Enseignant de physiques	28
Enquête 10	Féminin	Coordinatrice	20
Enquête 11	Masculin	Directeur d'une association	5
Enquête 12	Masculin	Pompier	14

(Source : Réalisé par nous même)

Les données recueillies montrent une diversité significative parmi les personnes interrogées, tant en termes de genre que de profession. L'échantillon comprend 12 personnes, dont 05 femmes et 07 hommes, exerçant diverses fonctions telles que médecins généralistes, psychologues, conseillers éducateurs, enseignants, directeurs, et autres professionnels. L'expérience professionnelle des participants varie largement, allant de 5 à 28 ans, ce qui indique une richesse d'expertise et de perspectives.

VI.2.Axe N°02 : Le rôle d'implication des lycéens dans la Sensibilisation aux Facteurs de Risque et de Protection contre la Consommation de Drogue au sein de lycée Yaici Abdelkader

L'objectif principal de cette étude est d'évaluer le rôle de l'implication des lycéens dans les actions de sensibilisation aux facteurs de risque et de protection liés à la consommation de drogues au sein du lycée Yaici Abdelkader. Cette démarche s'inscrit dans une volonté de comprendre non seulement comment ces actions sont perçues et intégrées par les élèves, mais aussi leur efficacité réelle sur les comportements et les attitudes des jeunes vis-à-vis des drogues.

VI.2.1 Organisation des campagnes de sensibilisation contre la consommation de drogue au sein du Lycée Yaici Abdelkader

Lors de nos enquêtes, nous avons constaté que l'organisation des campagnes de sensibilisation suit un processus bien défini : la coordinatrice propose le thème, puis le directeur informe tous les acteurs impliqués, les acteurs principaux préparent alors des affiches et tout le matériel nécessaire, Ensuite, le directeur accorde l'amphithéâtre et une journée spéciale, généralement le mardi après-midi, où tous les élèves sont libres. Tandis que les enseignants sont chargés d'informer les élèves.

La coordinatrice de santé mentale explique :

« la sensibilisation se fait durant toute l'année, nous n'avons pas une période ou une date fixe pour faire de la sensibilisation, nous avons un programme de sensibilisation qui est tracé le début de l'année, c'est à nous de rédiger les thématiques selon les visés et selon sujet d'actualité, comme le phénomène de la consommation de drogue on le fait avec tous les niveaux pas seulement les lycéens ».

Le psychologue et le médecin ont expliqué : *« D'abord, les thèmes sont proposés par la coordinatrice. Ensuite, on commence par des affiches pour informer. Enfin, le proviseur ou directeur informe les professeurs pour transmettre le message aux élèves concernant le thème de la consommation de drogue. On le précise souvent car c'est un phénomène dont presque toute la société souffre et pour bien l'organiser, le directeur nous donne l'amphithéâtre et une journée spéciale, généralement le mardi après-midi, où tous les élèves sont libres. La disponibilité du matériel comme le data show est également importante, ainsi que la présence des élèves pour un contact direct avec eux »*

Elles ajoutent :

« Même les élèves sont impliqués dans ce travail. Nous leur demandons de préparer de petits exposés sur la consommation de drogue ou de donner leur avis sur ce phénomène. Nous ne désignons pas seulement un groupe, ni seulement les bons élèves ou ceux qui consomment de la drogue ; nous visons la participation de tout le monde, même si seul un petit nombre y participe, généralement environ 8 à 10 personnes ». »

Le directeur ajoute :

« En tant que directeur, je coordonne avec la conseillère pédagogique pour choisir les thèmes de sensibilisation. Nous utilisons des affichages stratégiques dans les zones fréquentées par les élèves pour annoncer les campagnes. Des réunions sont organisées avec les enseignants pour les impliquer directement dans la transmission des messages aux élèves, en mettant l'accent sur l'importance de la prévention de la consommation de drogue. Nous organisons également des conférences dans l'amphithéâtre du lycée, en utilisant des équipements comme des projecteurs pour faciliter une communication efficace. »

L'enseignant d'espagnol vu qu'il a participé dans plusieurs campagnes de communications a détaillée dans ce point :

« C'est le directeur qui nous informe d'abord ou il nous envoyé des e-mails ou même de voir des affichages après nous on essaye de ramener tous les élèves on essaye de les faire le show pour venir et participer, on prépare nos avis et ce qu'on va dire dans cette sensibilisation »

Le pompier et le directeur de l'association ajoutent :

« Nous autant qu'acteurs externes, nous sommes toujours invités par la coordinatrice elle-même ou le proviseur du lycée. »

L'analyse de cette question nous a permis de comprendre le processus d'organisation des campagnes de communication et de sensibilisation dans le lycée YAICI ABDELKADER, ainsi que l'importance qu'ils accordent à ces initiatives. En plus d'offrir des journées spéciales pour que tous les élèves puissent y assister, nous comprenons aussi que les lycéens s'impliquent d'une manière directe dans le processus de sensibilisation. En faisant des exposés et en participant dans des discussions liées à la consommation de drogue, ils auront l'occasion de partager des informations importantes sur les dangers de ce dernier avec leurs pairs. L'établissement fournit également tout le matériel nécessaire et informe tous les élèves de ces événements afin de garantir le bon déroulement et de transmettre le message à tous les étudiants.

Notre étude a mené aux mêmes résultats que l'étude réalisée par Wided Bourasse et Sarah Arkoub en 2023 sur le thème « Le rôle de la communication de sensibilisation dans le milieu scolaire » au lycée ANNANI. Nous avons observé une similarité entre nos résultats et ceux de l'étude antérieure concernant l'implication des élèves dans le travail de sensibilisation. Cette implication se réalise par le biais de l'encouragement à leur participation aux divers programmes, ce qui permet de les impliquer activement dans les initiatives de sensibilisation

VI.2.2 L'efficacité des campagnes, de communication sur la prévention de la consommation de drogues Drogue au sein du Lycée Yaici Abdelkader

Tous les enquêtés jugent que les campagnes de communication sont très importantes et elles jouent un rôle crucial dans la sensibilisation de la nouvelle génération aux dangers de la consommation de drogues, ainsi qu'à ses conséquences.

La coordinatrice de santé mentale déclare :

« Qui dit sensibilisation dit prévention, et la prévention est un volet de la santé. Il est primordial de sensibiliser pour informer, éduquer, changer les mentalités, les comportements, et changer les idées par rapport à l'addiction; vu que les élèves sont au courant de tous, ils connaissent toutes les drogues mais ils ont des informations erronées sur ça, c'est pour cela il est important d'en parler et expliquer aux élèves c'est quoi le précabalais , Saroukh..., sur le plan psychologique, mental, psychiatrie, organique, sur le rendement scolaire et sur la vie familial»

La psychologue a souligné que la sensibilisation est efficace car informer les élèves du caractère dangereux de la drogue les dissuade de s'y impliquer.

Le médecin général aussi partage le même avis avec la psychologue, elle déclare :

« Je pense que les campagnes de sensibilisation générale sont très bénéfiques par rapport à la sensibilisation des élèves à toutes les circonstances. Exceptionnellement pour les drogues, parce qu'actuellement c'est le fléau actuel qui se réponde au niveau des collèges, au niveau des lycées. Notre rôle justement c'est de contrer toutes les propositions auxquelles sont exposées nos élèves. »

La conseillère éducatrice en se basant sur les observations des comportements des élèves au sein du lycée, déclare :

« Même en l'absence de statistiques précises sur la consommation de drogue, on peut remarquer des changements de comportement chez certains élèves après le travail de sensibilisation, ce qui suggère que ces campagnes sont efficaces. »

L'enseignant de génie électrique ajoute :

« Elle est efficace. Elle aide les personnes, surtout les consommateurs de drogue. Par exemple, pour ceux qui sont accros à la drogue, qui sont malades, et qui ont toujours des problèmes familiaux, la communication avec des compagnons peut leur permettre de trouver un soutien similaire à une deuxième famille. »

Le pompier ajoute aussi :

« On est arrivé à un point où les campagnes de sensibilisation ne sont plus efficaces avec cette nouvelle génération, car la drogue c'est devenu comme une mode pour eux, mais il faut toujours continuer à faire des sensibilisations car c'est le seul moyen qu'on peut faire pour les aider »

Le directeur de l'association déclare avec colère :

« avec cette nouvelle génération il faut tout le monde y associer et ils doivent être parfaitement préparés, que ce soit les parents, l'école, la sécurité doit passer régulièrement aux écoles, pour combattre ce fléau, et pour faire face à ce phénomène il faut en parler, il nous faut beaucoup de campagnes de sensibilisation à la radio et sur les réseaux sociaux surtout »

L'analyse de cette question nous conduit à comprendre que les campagnes de communication jouent un rôle crucial dans la sensibilisation contre la consommation de drogue. Elles sont essentielles pour aider tous les élèves à prendre conscience des dangers liés à la drogue et à ses conséquences.

Les campagnes de sensibilisation peuvent impacter les niveaux de connaissance, les attitudes et les comportements en fournissant des informations, en guidant vers le changement et en rappelant l'importance du sujet. Une bonne visibilité de ces campagnes peut conduire à des changements positifs dans les comportements à risque. (Wendy, 2006, p. 18)

Selon le Centre national de prévention du crime, au cours des dernières années, plusieurs programmes de prévention ont été évalués, dont plusieurs avec des résultats concluants. Les recherches et les évaluations réalisées à ce jour indiquent que certaines composantes des programmes de prévention mises en place en milieu scolaire se sont avérées prometteuses et ont fait la démonstration de leur efficacité dans différentes écoles. (Centre national de prévention du crime (CNPC), 2009, p 9)

VI.2.3 Avis des enquêtés pour sur l'amélioration des ces campagnes de sensibilisation

Les personnes interrogées ont suggéré plusieurs outils et méthodes pour améliorer ces campagnes, notamment en impliquant les parents, en encourageant la participation sportive, en proposant des activités scientifiques pour occuper le temps des élèves, et en collaborant avec des intervenants externes.

Enseignant de physiques propose :

« Pour améliorer l'efficacité des campagnes de sensibilisation, je propose premièrement d'organiser des campagnes dans tous les établissements scolaires, en insistant beaucoup plus sur les lycées et CEM, faire participer un bon nombre de psychologues, la sûreté de l'élève, les profs qui ont connu des cas en classe, faire participer des cas réels et même les influenceurs et les imams. »

L'enseignant en génie électrique souligne l'importance de ne pas laisser les élèves avoir du temps libre. Il explique :

« Pour améliorer l'efficacité des communications auprès des lycéens, il ne suffit pas simplement de leur dire qu'ils devraient faire du sport ou participer à des activités culturelles, Il est crucial de les organiser activement.»

Il ajoute également :

« Notre lycée a récemment organisé un tournoi de volleyball. La grande majorité des étudiants y ont participé, et même ceux qui ne jouaient pas étaient occupés à regarder les matchs. Cette initiative leur a offert une alternative constructive et les a empêchés de se sentir seuls, réduisant ainsi les risques de recours à la drogue. De plus, il est essentiel de sensibiliser les élèves aux dangers et aux conséquences de la drogue. »

La conseillère éducatrice propose :

« Pour améliorer la sensibilisation à la drogue, il est essentiel de montrer aux élèves tous les types de drogues sous différentes formes afin qu'ils les reconnaissent et ne soient pas dupés par quelqu'un »

Le directeur de l'association insiste sur ce point :

« Il faut leur présenter des témoignages, car elles permettent d'augmenter les chances de sensibiliser efficacement les élèves et de provoquer un changement positif. »

Il ajoute également :

« Rendre nos communications plus efficaces, je crois qu'il est essentiel de diversifier les formats et les canaux de communication. Cela inclut l'intégration de sessions interactives, l'utilisation des réseaux sociaux et des applications mobiles éducatives. Renforcer la formation des enseignants et des conseillers sur les techniques de communication moderne et l'écoute active serait également bénéfique pour atteindre les élèves de manière plus efficace. »

L'enseignant de sciences islamiques propose :

« Nous devons nous concentrer sur les aspects religieux et informer les étudiants que la drogue est interdite dans notre religion. En l'aidant à améliorer leur relation avec Dieu et l'islam, cela les aidera à éviter tous les dangers qui sont interdits dans notre foi. »

Les réponses des enquêtés révèlent une diversité de propositions en fonction de leur poste occupé, mais toutes convergent vers le même objectif : améliorer les campagnes de sensibilisation pour les rendre plus efficaces et adaptées à cette catégorie, afin prévenir les risques liés à la consommation de drogues.

VI.2.4 Réactions des lycéens aux Campagnes de Sensibilisation contre la Consommation de Drogue

Toutes les personnes interrogées ont déclaré que la réaction des élèves est positive et qu'ils sont à l'écoute. Le médecin confirme dans ces propos :

« Je pense que les lycéens sont à l'écoute. C'est une génération qui est très à l'écoute, qui est très éveillée, très sensibilisée. C'est une réaction positive. Ils sont là, ils réagissent, ils sont contents, ils sont ouverts à ce qu'on leur propose »

La coordinatrice confirme avec un sourire :

« Une fois la confiance établie, l'élève nous posera des questions que ce soit par rapport à lui ou sur d'autres personnes et il partagera ses opinions, mais il faut d'abord aller vers lui pour se rapprocher et avoir une certaine ouverture. »

La conseillère éducatrice ajoute :

« Ils sont très intéressés et écoutent attentivement. Ils sont curieux et cherchent à comprendre ce qu'est la drogue, quelles sont ses différentes formes, ainsi que ses conséquences. »

L'enseignant d'espagnol et celui de génie électrique partagent le même avis. Ils ont déclaré :
« *La majorité des lycéens sont satisfaits de ces campagnes de sensibilisation. Ceux qui ne consomment pas de drogue apprennent à quel point ce domaine est dangereux et qu'il faut l'éviter autant que possible. Quant à ceux qui en consomment, ils prennent conscience des conséquences de cette pratique et envisagent sérieusement d'y mettre fin.* »

La psychologue ajoute :

« *Ils réagissent de manière positive, et certains participent même activement à ce travail de sensibilisation.* »

Le pompier et le directeur de l'association partagent le même avis :

« *Leurs réactions au début sont un peu défensives, y a certains élèves qui s'intéressent beaucoup, mais y a une partie qui n'y prête pas attention.* »

En analysant les réponses à cette question, nous pouvons conclure que la réaction des lycéens est généralement positive. Ils sont à l'écoute et cherchent à comprendre les dangers et les conséquences de la consommation de drogue, et même les consommateurs cherchent à changer leur comportement surtout lorsqu'ils ont impliqué les élèves dans ce travail de prévention.

À l'échelle mondiale, plusieurs programmes de sensibilisation ont suscité une réaction positive chez les élèves. À titre d'exemple, le programme LST comprend plusieurs leçons destinées aux élèves des écoles secondaires. C'est un programme de sensibilisation qui a montré son efficacité selon le CNEP. D'après le CNPC « *Les études d'évaluation ont démontré que ce programme est efficace avec plusieurs catégories d'étudiants. Ce programme, en plus de réduire la consommation de tabac, d'alcool et de marijuana jusqu'à plus de 80 %, est à même de faire diminuer des formes plus sérieuses de consommation telles que l'usage hebdomadaire de plusieurs drogues, fumer un paquet de cigarettes par jour, boire des boissons alcoolisées de façon immodérée ou se saouler.* » (Centre national de prévention du crime (CNPC, 2009 , p.13)

VI.2.5 Les messages les plus convaincants dans ces les campagnes de sensibilisation au risque de consommation de drogue

Sur ce point, les enquêtés ont exprimé des opinions différentes. Certains pensent que le message le plus efficace est celui qui demande aux jeunes de faire attention dès la première fois qu'ils sont confrontés à la drogue. D'autres estiment que le message le plus efficace est celui qui met

en avant les conséquences de la toxicomanie. Il y a aussi ceux qui cherchent à réduire le facteur de risque en encourageant à éviter les mauvaises influences des amis.

La coordinatrice nous a dit que :

« C'est les messages directes et avec un langage approprié aux élèves, que l'addiction existe dans le milieu scolaire et que ce n'est pas un tabou d'en parler ; quand on fait de la sensibilisation l'élève a le droit à la parole, à la communication, donc nos messages sont pour l'intérêt de l'élève. »

Le médecin général affirme que la meilleure manière de passer le message consiste à sensibiliser sur l'importance de faire attention dès la première, elle dit :

« Le message le plus efficace consiste à sensibiliser à l'importance de faire attention lors de la première fois et à éviter de franchir le premier pas vers la consommation de drogue. Car une fois essayée, cela va entraîner une dépendance et une recherche constante de cette drogue, poussant les gens à des comportements désespérés, y compris l'agression, pour l'obtenir. »

La conseillère éducatrice dit :

« Le message le plus efficace est celui qui met en évidence la différence entre les personnes avant et après la consommation de drogue, afin de montrer son effet sur leur santé physique, mentale, ainsi que sur leur vie familiale, professionnelle et sociale. »

La psychologue partage la même opinion avec le médecin, de plus elle a souligné l'importance d'avoir des bons amis, Elle a dit :

« Le message le plus efficace est de souligner l'importance d'avoir de bons amis et de participer à diverses activités, tout en évitant d'être tenté par la curiosité d'essayer la drogue. »

L'enseignant de génie électrique ajoute :

« Les messages les plus efficaces semblent être ceux qui s'adressent aux activités préférées des étudiants, comme le sport et le dessin, afin de les occuper et de remplir leur temps. »

Après avoir analysé les réponses, il apparaît que plusieurs messages de sensibilisation sont efficaces. Certains mettent l'accent sur les risques liés aux mauvaises fréquentations et aux influences familiales, tandis que d'autres insistent sur l'importance de s'engager dans des activités sportives et culturelles. De plus, les messages dissuadant de franchir le premier pas dans la consommation de drogue et ceux mettant en garde contre ses conséquences sont

également efficaces. Ces messages se complètent et doivent être pris en compte pour rendre la campagne de communication plus efficace

VI.2.6 l'effet des Campagnes de Sensibilisation sur les Attitudes des Lycéens

Tous les enquêtés jugent que les communications de sensibilisation sont très importantes pour les élèves et que cela influence positivement sur leurs comportements.

La coordinatrice affirme :

« Premièrement sur un changement d'idéologie, on corrige les informations et on donne des informations justes, si le consommateur est conscient du danger il va avoir esprit du recul, et si on arrive à le faire donc automatiquement l'élève change ses attitudes, il va être volontaire pour une prise de charge ; l'effet de ces campagnes c'est de basculer les mentalités et changer l'état d'esprit de l'élève. »

Le médecin généraliste a déclaré

« L'effet de ces campagnes est positif car elles visent à sensibiliser les étudiants et à leur ouvrir les yeux sur les conséquences de la consommation de drogue. »

L'enseignant de physique dit :

« L'impact est généralement très positif. Nous observons une prise de conscience accrue chez les élèves et, dans certains cas, une modification de leur comportement. Les discussions ouvertes aident à créer un environnement où les élèves se sentent à l'aise pour parler de leurs préoccupations et chercher de l'aide »

D'autre part, la conseillère d'orientation annonce : *« Elle a un impact positif sur les élèves, qui sont attentifs et réceptifs et certains ont même arrêté leur consommation après avoir suivi une campagne de sensibilisation. »*

Nous constatons d'une manière claire que les campagnes de sensibilisation ont un effet positif sur les élèves, les encourageant à modifier leur comportement. Ces observations soulignent l'importance de continuer à mener des initiatives de sensibilisation pour favoriser des comportements positifs et une prise de conscience chez les élèves, surtout en ce qui concerne la consommation de drogue. Pour assurer un changement durable, il est crucial de renforcer ces efforts de sensibilisation, ce qui contribuera à réduire la consommation de drogue parmi les élèves.

VI.2.7 Les Principaux Facteurs de Protection dans les Campagnes de Sensibilisation

La majorité des enquêtés ont déclaré que le soutien familial et la participation aux activités sportives et culturelles sont les facteurs de protection les plus importants et qui devraient être mis en avant dans la campagne de sensibilisation

La psychologue annonce :

« Les principaux facteurs de protection dans les campagnes de sensibilisation sont la communication ouverte entre les parents ou les membres de la famille avec leur enfant (relation parentèle positive) et participation ou activités comme le sport. »

La coordinatrice déclare :

« C'est la prise en compte de la vulnérabilité de l'élève et sa prédisposition psychologique, la communication, et le soutien familial qui est un facteur essentiel dans la prévention »

L'enseignant d'espagnol ajoute avec un sourire :

« Il est important de prêter attention à la fréquentation et au soutien familial, ainsi qu'à l'établissement d'un lien solide entre les parents et les élèves. [...] Il est également crucial de se concentrer sur les études et de s'efforcer d'être parmi les meilleurs. En outre, une orientation vers la pratique d'activités sportives ou artistiques peut être bénéfique. »

Le proviseur partage également le même avis. Selon sa déclaration :

« Il est essentiel de promouvoir l'importance d'un environnement familial stable, des activités extra-scolaires telles que le sport ou les arts, ainsi que l'engagement communautaire. Ces facteurs de protection contribuent à un développement sain et à la résilience face aux influences négatives. »

Le pompier et le directeur de l'association ont la même opinion :

« C'est que la communication est un facteur de prévention essentiel surtout dans le milieu familial, et aussi le soutien familial joue un rôle très important. GFV »

Les réponses des enquêtés soulignent l'importance cruciale du soutien familial et de l'implication dans des activités sportives et culturelles en tant que facteurs de protection dans la lutte contre la consommation de drogue chez les jeunes. Leur avis met en lumière le rôle fondamental des liens familiaux solides et de la participation active des jeunes à des activités structurées en dehors de l'école pour promouvoir des comportements sains et résilients. Ces

éléments renforcent non seulement les relations familiales, mais offrent également aux jeunes des alternatives positives à la drogue, favorisant ainsi leur développement personnel et social. En mettant en avant ces facteurs de protection dans les campagnes de sensibilisation, on peut espérer maximiser leur efficacité pour prévenir la consommation de drogue chez les élèves.

VI.2.8 Les partenariats avec des organisations de santé publique et des associations spécialisées

Les enquêtés ont confirmé la présence de partenariats avec diverses organisations de santé, des organisations sportives et culturelles.

La coordinatrice déclare :

« on travaille avec les croissants rouges, et beaucoup avec des associations des parents d'élèves, l'éducation (les enseignants, les inspecteurs, et les conseillers d'éducation), on amène des associations pour des activités pour pousser les élèves à pratiquer des activités physiques pour se débarrasser de cette addiction »

Le psychologue nous a annoncé :

« Nous faisons généralement appel à la Direction Générale de la Jeunesse et des Sports (DGS), ainsi qu'aux services de sécurité comme les gendarmes et parfois les pompiers. Nous travaillons également avec une association appelée Organisation Nationale des Jeunes et du Développement Durable (ONJDD). Parfois, des psychologues externes participent, comme lors de la dernière sensibilisation où un psychologue du lycée ANNANI a participé. Nous avons également la présence de responsables de centres islamiques pour parler du côté religieux »

On analysant les différentes réponses, on constate que le lycée Yaici Abdelkader collabore avec plusieurs organisations, telles que la Direction Générale de la Jeunesse et des Sports, les services de sécurité comme la gendarmerie et les pompiers, ainsi que des associations spécialisées comme Organisation Nationale des Jeunes et du Développement Durable. Cette collaboration diversifiée témoigne de l'engagement de l'établissement dans des campagnes de sensibilisation pluridisciplinaires. Ce partenariat renforce l'efficacité des initiatives de sensibilisation en offrant une expertise diversifiée et une compréhension approfondie des enjeux liés à la consommation de drogue parmi les jeunes

VI.3.Axe N°03 : Les outils de sensibilisation et les acteurs professionnels du travail de prévention dans le lycée Yaici Abdelkader:

VI.3.1. Les acteurs professionnels qui animent les campagnes de communication et qui participent dans ce travail de sensibilisation dans le lycée Yaici Abdelkader

L'ensemble des personnes interrogées se sont mises d'accord sur le fait que le processus de sensibilisation est animé par tous les acteurs professionnels du lycée Yaici Abdelkader, notamment les médecins généralistes, les psychologues du lycée, les conseillers éducatifs, les enseignants, et les services de sécurité.

La coordinatrice a déclaré :

« Ce sont les psychologues de l'UDS qui organisent les journées avec le programme déjà établi. Nous avons aussi des médecins qui travaillent sur le plan de la santé physique, et nous intervenons sur le plan psychologique par rapport au rendement scolaire. Nous faisons également appel à la protection civile et à la gendarmerie. »

Le directeur a également mentionné que les acteurs professionnels impliqués dans le travail de prévention sont principalement les médecins généralistes, les psychologues scolaires, les conseillers éducatifs, et les enseignants. Les services de sécurité, tels que la police et les gendarmes, peuvent également être impliqués, ainsi que des intervenants de services de santé au travail et des membres d'associations spécialisées en prévention des addictions.

Le pompier a ajouté :

« Dans ce type de campagne de sensibilisation, les acteurs professionnels impliqués sont le personnel de santé, le conseiller d'éducation et les gendarmes. »

La psychologue a répondu avec enthousiasme :

« J'ai mis en avant mon engagement personnel en raison de mon expertise dans les domaines de la psychologie et de la sensibilisation. » Elle a insisté : « Je consacre une attention particulière et je suis souvent disponible dans l'établissement pour aider les élèves à surmonter leurs difficultés et à les sensibiliser aux enjeux importants. »

Tous les acteurs professionnels s'animent et s'engagent dans les campagnes de sensibilisation, mais les psychologues et les médecins sont les plus impliqués dans ce domaine. Leur dévouement et leur disponibilité régulière font d'eux une ressource précieuse pour les

élèves, qui peuvent compter sur leur soutien et leurs conseils tout au long de leur parcours scolaire

Selon l'étude réalisée en 2021 par Melissa Bennamar et Mouni Bennamar sous le thème "Le rôle des campagnes de communication pour la sensibilisation des citoyens de la crise sanitaire COVID-19 "à la radio Soummam Bejaia, nous avons observé une similarité entre nos résultats et ceux de l'étude antérieure concernant les acteurs professionnels impliqués dans le travail de prévention. Ce qui confirme que la collaboration entre différents professionnels est cruciale pour le succès des campagnes de sensibilisation. Nos résultats confirment cette nécessité, tout en mettant en lumière l'importance d'une approche multidisciplinaire pour aborder efficacement les enjeux de santé et de sécurité dans le milieu scolaire.

VI.3.2 Les outils utilisés dans le travail de sensibilisation et de prévention de la consommation de drogue au lycée Yaici Abdelkader :

À la lumière de cette question, tous les interviewés ont concordé sur le fait que le lycée Yaici Abdelkader utilise une variété d'outils et de moyens pour sensibiliser et prévenir la consommation de drogue parmi les élèves.

Le médecin généraliste souligne l'importance des ateliers de sensibilisation et de la communication directe :

« Nous organisons des ateliers de sensibilisation et de communication. Nous utilisons des posters et des prospectus. Nous invitons également les élèves à discuter directement avec nous, que ce soit avec le psychologue ou le médecin. La présence et le soutien continu sont essentiels. »

Le psychologue met en avant l'efficacité des supports visuels :

« Les présentations avec data show, les dépliants et les affichages sont des outils efficaces pour diffuser des informations de manière visuelle et percutante. »

L'enseignant de physique précise :

« Nous utilisons des présentations avec des data-shows ainsi que des fiches explicatives sur les inconvénients et les conséquences de la consommation de drogue. Ces supports visuels rendent les informations plus accessibles pour les élèves. »

La coordinatrice ajoute :

« C'est un contact direct donc c'est le bouche à l'oreille, une communication verbale, des ateliers, des conférences, le data show et des affiches ; on utilise aussi le site web ou le réseau de l'établissement pour publier un résumé sous forme de vidéo »

Les différents moyens, outils et canaux de communication utilisés au lycée Yaici Abdelkader dans le cadre de la prévention de la consommation de drogue incluent des outils traditionnels comme les affiches, Les dépliants et prospectus, Les ateliers de sensibilisation et le contact direct et interpersonnel avec les élèves ainsi les supports numériques comme les ordinateurs et projecteurs et les présentations vidéo via data-show

La conseillère d'orientation exprime son avis sur l'efficacité de ces outils :

« Il y a une surutilisation des méthodes traditionnelles, malgré cela, l'affichage reste une méthode très visible et efficace, permettant d'atteindre simultanément un grand nombre de personnes. »

L'enseignant de physique ajoute :

« Les moyens, outils et canaux de communication utilisés dans cet établissement pour la prévention n'ont pas connu de changements significatifs au fil des années, privilégiant les méthodes classiques telles que l'affichage, le data-show, les ateliers et le contact direct. »

D'après les réponses obtenues, les moyens, les outils et les canaux de communication utilisés dans le cadre de la prévention au lycée Yaici Abdelkader sont bien établis et cohérents. Cependant, certains membres du personnel montrent un intérêt pour le développement des outils numériques, ce qui suggère que les moyens de communication actuellement utilisés au lycée sont plutôt traditionnels.

Selon l'article de l'UNESCO intitulé "*Education for Sustainable Development: A road map*", les outils de communication visuelle tels que les affiches, les vidéos et les supports numériques jouent un rôle essentiel dans la sensibilisation et l'éducation des jeunes sur des sujets importants comme la prévention de la consommation de drogue. Ces outils permettent de transmettre des messages de manière claire et engageante, facilitant ainsi une meilleure compréhension et rétention de l'information parmi les élèves.

VI.3.3 Le point de vue des enquêtés par rapport aux canaux de communication qui leur semblent les plus importants pour mieux réussir une campagne de sensibilisation contre la consommation de drogue.

La réussite des campagnes de sensibilisation contre la consommation de drogue dans le milieu scolaire dépend largement de l'efficacité des canaux de communication utilisés. Les réponses de nos enquêtés offrent un aperçu précieux sur les canaux qu'ils estiment les plus importants pour atteindre les élèves et les sensibiliser de manière significative

La coordinatrice et le directeur de l'association s'accordent sur l'importance du contact direct avec les élèves. La coordinatrice insiste :

« Pour moi, le meilleur canal pour sensibiliser, c'est le moyen humain, le contact direct avec l'élève parce que quand vous vous rapprochez de lui, vous établissez une relation de confiance, et là on gagne cette confiance où l'élève vient vers nous pour le sauver. »

Le directeur de l'association renforce cette idée :

« À mon avis, le meilleur canal de communication, c'est la communication verbale, le contact direct, il est plus efficace. »

Le pompier, cependant, propose une perspective différente :

« Personnellement, la communication verbale c'est un moyen ennuyant, pour les élèves particulièrement les adolescents, donc je dirai la meilleure façon pour attirer leur attention, c'est les vidéos. »

Le professeur de génie électrique et la conseillère éducative mettent en avant les réseaux sociaux comme canaux de communication privilégiés. Le professeur de génie électrique déclare :

« Les réseaux sociaux sont les canaux de communication les plus efficaces, car la majorité des jeunes d'aujourd'hui passent la plupart de leur temps sur leur téléphone. »

La conseillère éducative ajoute :

« Les canaux de communication les plus efficaces sont les différents réseaux sociaux tels que Facebook et TikTok, où les élèves peuvent voir des exemples concrets à travers des images et

des vidéos réelles, ce qui leur permet de mieux comprendre les conséquences de la consommation de drogue en voyant des personnes réelles vivre ces situations. »

La psychologue et le médecin généraliste prônent une approche multicanal. La psychologue affirme :

« Tous les outils sont intéressants, par exemple la radio, les réseaux sociaux et les présentations. Chacun offre une manière unique de diffuser des informations et d'atteindre différents publics. »

Les réseaux sociaux permettent de toucher un large public de manière rapide et interactive. Ils offrent également la possibilité de partager des contenus variés (vidéos, images, textes) qui peuvent être facilement diffusés et commentés. Des recherches montrent que les campagnes de santé publique sur les réseaux sociaux peuvent être très efficaces pour influencer les comportements des jeunes (Korda & Itani, 2013, p14).

Comme nous avons déjà mentionné, le médecin généraliste partage cet avis, elle déclare :

« Je pense que tous les canaux se complètent. Il faut agir sur tous les fronts, que ce soit les médias, que ce soit les équipes médicales. »

Les enquêtés soulignent l'importance de diversifier les canaux de communication pour les campagnes de sensibilisation contre la consommation de drogue parmi les lycéens. Le contact direct, les vidéos, et les réseaux sociaux sont identifiés comme des moyens particulièrement efficaces pour toucher les élèves. Une approche multicanal, combinant différents outils de communication, semble être la stratégie la plus prometteuse pour maximiser l'impact des messages de sensibilisation. En tenant compte des préférences et des comportements des élèves, les campagnes peuvent être mieux adaptées et plus engageantes, renforçant ainsi leur efficacité.

Le contact direct offre une plateforme essentielle pour établir une relation de confiance et répondre de manière immédiate et personnalisée aux préoccupations des élèves. Cette approche est appuyée par des recherches en psychologie de l'éducation, démontrant que les interactions en face-à-face renforcent l'engagement et la compréhension des élèves (Goleman, 2006, p76).

Parallèlement, les vidéos ont le pouvoir de captiver l'attention des apprenants et de transmettre des messages complexes de manière visuelle et engageante, en particulier chez les adolescents, qui sont souvent plus réceptifs aux stimuli visuels (Mayer, 2009). Les réseaux sociaux offrent une plateforme permettant d'atteindre un large public de manière rapide et interactive, tout en facilitant le partage de contenus variés (vidéos, images, textes) pouvant être

facilement diffusés et commentés. Des recherches soulignent l'efficacité des campagnes de santé publique sur les réseaux sociaux pour influencer les comportements des jeunes (Korda & Itani, 2013, p 15-23.).

En adoptant une approche multicanal, il est possible de maximiser l'impact des campagnes de sensibilisation en touchant les élèves par différents moyens et en renforçant les messages à travers des canaux variés. Des études ont montré que l'utilisation combinée de plusieurs canaux de communication peut augmenter l'efficacité des campagnes de santé publique (Noar, 2006, p11.)

VI.3.4 Le rôle principale des divers acteurs dans les campagnes de sensibilisation

D'après nos enquêtés, les campagnes de sensibilisation contre la consommation de drogues au lycée Yaici Abdelkader sont le fruit d'une collaboration étroite entre divers acteurs internes et externes, chacun apportant son expertise et son engagement pour atteindre les élèves de manière efficace et impactant.

La psychologue, mettant en avant son engagement dans la prise en charge des étudiants dès les premiers signes de détresse, déclare :

« Mon rôle principal est la prise en charge des étudiants, surtout dès les premiers jours. Nous nous efforçons de les écouter attentivement, et si nous constatons que la situation dépasse nos capacités de gestion, nous les orientons vers un psychiatre. »

Le médecin, soulignant l'importance de protéger les élèves des influences malveillantes qui les entourent, déclare :

« Notre rôle principal, c'est de sensibiliser les élèves par rapport à toutes ces substances nocives. On doit refléter la dangerosité de s'exposer à ces produits par rapport à leur scolarité, leur vie sociale et leur santé mentale. D'autant plus que l'élève, il est vraiment entouré de gens malveillants. »

La coordinatrice, assumant la responsabilité de la planification et de l'organisation des actions de sensibilisation, annonce avec un sourire :

« Je suis la coordinatrice de l'activité psychologique et sentimentale au niveau de l'UPS de Béjaia. Je programme et établis des actions de sensibilisation. Je suis le premier acteur qui gère toutes les actions de sensibilisation, je donne toutes les consignes aux psychologues des UDS pour organiser les sensibilisations. »

Les pompiers, insistant sur leur contribution à l'information des élèves sur les conséquences de la consommation de drogues, ajoutent :

« La protection civile conseille les élèves et leur montre les conséquences de la consommation de drogue. C'est ce qu'on peut faire, car la protection civile n'a pas une relation directe avec le tabac, mais ça reste un acteur principal dans les campagnes de sensibilisation. »

Le directeur de l'établissement, garantissant l'organisation des campagnes de sensibilisation et le soutien aux élèves, déclare :

« Mon rôle principal dans ces campagnes est l'organisation de ces campagnes, ainsi que la sensibilisation et le soutien des élèves aux dangers de la consommation de drogues. »

La conseillère d'éducation, veillant au bon déroulement des campagnes et à l'écoute attentive des élèves, affirme :

« Mon rôle principal dans ces campagnes est d'assurer l'organisation et le bon déroulement, tout en répondant aux questions des élèves. De plus, j'essaie également de les écouter attentivement et de leur donner des conseils. »

L'enseignant de sciences islamiques, encourageant la participation des étudiants aux campagnes de sensibilisation et leur ouvrant les yeux sur les dangers de ce phénomène, conclut en déclarant :

« Mon rôle principal, comme tous les autres enseignants, c'est d'informer les étudiants afin qu'ils participent à ces campagnes. De plus, nous participons à différentes activités comme des conférences et nous donnons des exposés et des conseils aux élèves sur ce thème pour leur ouvrir les yeux sur le danger de ce phénomène. »

La mise en œuvre des campagnes de sensibilisation au lycée de Yaici Abdelkader repose sur une collaboration active entre divers acteurs internes et externes. Chaque acteur apporte une contribution unique, qu'il s'agisse de sensibilisation, de prise en charge, de coordination ou de conseil. Cette approche collaborative permet d'assurer une couverture complète et efficace des programmes de prévention, renforçant ainsi leur impact sur les élèves.

VI.3.5 Le rôle des parents dans les campagnes de sensibilisation à la consommation de drogue :

Les résultats des enquêtes menées auprès de divers acteurs du lycée Yaici Abdelkader mettent en lumière l'importance d'implication des parents dans ces initiatives.

Le médecin souligne l'importance pour les parents de fournir des conseils sur le plan familial et émotionnel : *« Leur rôle généralement est de donner des conseils dans le cadre familial et aussi d'essayer de toucher le côté émotionnel des élèves. Ils peuvent donner des exemples sur les souffrances d'une maman ou d'un papa quand ils voient leur fils dans cette situation de consommation de drogue ou quand il sera puni, par exemple, en entrant en prison. »*

L'enseignant d'espagnol met en avant l'importance de la participation des parents pour mieux comprendre les comportements des consommateurs de drogues.

« Faire participer les parents pour connaître le comportement ou les comportements des consommateurs de drogues, pour savoir ce que leurs fils consomment ou pas. »

La psychologue insiste sur le rôle des parents en tant que soutien émotionnel.

« Le rôle des parents est de fournir un soutien émotionnel à leurs enfants. Ils sont encouragés à participer à des sessions de sensibilisation et à maintenir une communication ouverte avec leurs enfants sur les dangers de la drogue. Les parents peuvent aussi aider en créant un environnement familial stable et en encourageant des activités saines qui éloignent les jeunes de la tentation des drogues. »

L'enseignant de génie électrique souligne l'importance de la communication honnête entre les parents et les enfants sur les dangers de la drogue.

« Les parents sont très importants dans ces campagnes. Ils doivent parler honnêtement avec leurs enfants sur la drogue et pourquoi c'est dangereux. Ils peuvent donner des conseils et des exemples pour montrer comment la drogue peut nuire à la famille et aux amis. En montrant qu'ils sont là pour aider et en écoutant ce que leurs enfants ont à dire, les parents peuvent aider leurs enfants à rester loin de la drogue. Ils peuvent aussi encourager leurs enfants à faire du sport ou à participer à des activités artistiques pour rester occupés. »

Les résultats des enquêtes montrent clairement que les parents ont un rôle central à jouer dans les campagnes de sensibilisation à la consommation de drogue. Leur implication peut avoir un impact significatif sur la prévention et la réduction de la consommation de drogues chez les jeunes. En fournissant un soutien émotionnel, en participant activement aux sessions de sensibilisation, et en maintenant une communication ouverte avec leurs enfants, les parents peuvent contribuer de manière significative à ces initiatives.

La littérature soutient également cette perspective. Selon une étude publiée dans le « *Journal of Substance Abuse Treatment* », l'engagement parental et la communication ouverte sont des facteurs clés dans la prévention de la consommation de drogues chez les adolescents (Brook, 2001, p.10). En continuant à renforcer les efforts de sensibilisation et en impliquant activement les parents, nous pouvons espérer un impact durable sur le comportement des élèves et leur développement personnel.

Section 02 : Vérification des hypothèses

La recherche que nous avons effectuée au sein de l'établissement Yaici Abdelkader de Bejaïa portant sur « les rôles des campagnes de communication dans la sensibilisation sanitaire : les campagnes sur les risques de la consommation de drogue chez les lycéens », nous a permis de recueillir des informations pertinentes auprès des enquêtés dans le but d'affirmer ou infirmer nos hypothèses émises au début de notre étude.

D'après l'analyse approfondie que nous avons menée, nous avons pu confirmer notre première hypothèse qui stipule que « impliquer les lycéens dans les activités de sensibilisation, notamment en présentant les facteurs de risque comme la pression des pairs et les facteurs de protection comme le soutien familial, joue un rôle crucial dans la manière dont les lycéens reçoivent les informations et réagissent aux moyens de prévention de la consommation de drogue ». Voici quelques éléments qui étayent cette hypothèse :

Le lycée Yaici Abdelkader organise régulièrement des campagnes de sensibilisation sur des sujets pertinents pour les élèves, notamment la consommation de drogue. Ces campagnes ne se limitent pas à des présentations passives, mais incluent activement les élèves dans des activités de sensibilisation. Par exemple, les lycéens participent à des discussions et font des exposés sur les dangers de la drogue, ce qui leur permet de partager des informations importantes avec leurs pairs. Cette approche participative a un effet significatif sur la sensibilisation au sein de la communauté étudiante

L'établissement met également en avant des facteurs de protection, tels que le soutien familial et l'implication dans des activités sportives et culturelles, ce qui renforce l'efficacité des campagnes de sensibilisation. Les enquêtés ont souligné l'importance des liens familiaux solides et de la participation active des jeunes à des activités structurées en dehors de l'école pour promouvoir des comportements sains et résilients.

Les campagnes de sensibilisation du lycée Yaici Abdelkader sont également soutenues par des collaborations avec diverses organisations, telles que la Direction Générale de la Jeunesse et des Sports, les services de sécurité comme la gendarmerie et les pompiers. Ces partenariats diversifiés renforcent l'efficacité des initiatives de sensibilisation en offrant une expertise variée et une compréhension approfondie des enjeux liés à la consommation de drogue parmi les jeunes.

En résumé, nos conclusions confirment pleinement notre hypothèse initiale, impliquer les lycéens dans les activités de sensibilisation et présenter les facteurs de risque et de protection jouent un rôle crucial dans la manière dont les lycéens reçoivent les informations et réagissent aux moyens de prévention de la consommation de drogue. Les campagnes régulières, la participation active des élèves, et les collaborations avec diverses organisations attestent l'importance accordée à cette forme de communication, qui vise à informer, éduquer et influencer positivement les élèves concernant des sujets essentiels à leur bien-être et leur développement.

Suite à une analyse approfondie, notre deuxième hypothèse qui énonce que « le lycée Yaici Abdelkader utilise une variété d'outils et de supports traditionnels et numériques et mobilise plusieurs acteurs professionnels dans leur travail de sensibilisation pour sensibiliser les élèves aux risques de la consommation de drogue et les moyens de prévention » a été confirmée. En effet, les réponses des enquêtés ont révélé la participation active de différents acteurs internes et externes, ainsi que l'utilisation de divers moyens de communication. Les résultats de nos enquêtes montrent que tous les acteurs professionnels s'animent et s'engagent dans les campagnes de sensibilisation. Parmi ces acteurs, nous retrouvons :

- **Médecins généralistes** : Ils apportent leur expertise médicale pour informer les élèves sur les effets néfastes des drogues sur la santé.
- **Psychologues scolaires** : Ils jouent un rôle crucial en abordant les aspects psychologiques de la consommation de drogue et en offrant des conseils et un soutien aux élèves.
- **Conseillers éducatifs** : Ils assurent la coordination des initiatives de prévention et veillent à leur intégration dans le programme éducatif.
- **Enseignants** : En raison de leur interaction quotidienne avec les élèves, ils transmettent des informations pertinentes et encouragent l'adoption de comportements sains.

- **Services de sécurité (police et gendarmes) :** Leur implication renforce la sensibilisation en abordant les aspects légaux et sécuritaires liés à la consommation de drogue.
- **Intervenants de services de santé au travail et membres d'associations spécialisées en prévention des addictions :** Ils apportent une expertise spécifique et des ressources additionnelles.

La mise en œuvre des campagnes de sensibilisation au lycée Yaici Abdelkader repose sur une collaboration active entre divers acteurs internes et externes. Chaque acteur apporte une contribution unique, qu'il s'agisse de sensibilisation, de prise en charge, de coordination ou de conseil. Cette approche collaborative permet d'assurer une couverture complète et efficace des programmes de prévention, renforçant ainsi leur impact sur les élèves.

Les différents moyens, outils et canaux de communication utilisés au lycée Yaici Abdelkader dans le cadre de la prévention de la consommation de drogue incluent les affichages qui sont utilisés pour diffuser des messages de prévention dans les espaces fréquentés par les élèves, Supports numériques comme les présentations vidéo qui sont projetées via data-show permettent de capter l'attention des élèves et de transmettre des informations de manière visuelle et engageante. Les dépliants et les prospectus qui fournissent des informations détaillées et peuvent être consultés à tout moment par les élèves. Les ateliers de sensibilisation qui offrent une approche interactive et participative, permettant aux élèves d'approfondir leurs connaissances et de poser des questions. Ainsi le Contact direct et interpersonnel avec les élèves afin de répondre directement aux préoccupations des élèves et de les sensibiliser de manière plus personnalisée.

D'après les réponses obtenues, les moyens, les outils et les canaux de communication utilisés dans le cadre de la prévention au lycée Yaici Abdelkader sont variés, bien établis et cohérents. Cependant, certains membres du personnel montrent plus d'intérêt pour les outils numériques.

En résumé, nos conclusions confirment pleinement notre hypothèse initiale. Le lycée Yaici Abdelkader utilise une variété d'outils et de supports traditionnels et numériques et mobilise plusieurs acteurs professionnels internes et externes dans leur travail de sensibilisation. La diversité des moyens de communication et la collaboration entre les

différents acteurs renforcent l'efficacité des initiatives de prévention, créant un environnement éducatif propice à la sensibilisation et à la préservation de la santé et du bien-être des élèves.

CONCLUSION

Conclusion Générale

A l'heure actuelle, les campagnes de sensibilisation jouent un rôle très important dans divers domaines de la société, notamment le domaine de l'éducation, ces campagnes visent à sensibiliser, prévenir, former et assurer une prise en charge efficace face à différents enjeux dans les établissements scolaires, notamment la consommation de drogues. Leur but est de sensibiliser, changer les comportements et attitudes des élèves et de créer un environnement propice aux élèves.

Les campagnes de sensibilisation peuvent avoir un effet significatif sur la réduction de la consommation de drogues chez les lycéens, car elles visent à informer les jeunes sur les risques associés à l'usage de substances illicites et à modifier les perceptions et attitudes envers la drogue. De plus, ces campagnes de sensibilisation jouent un rôle vital dans la prévention de la consommation de drogues chez les lycéens. Leur succès repose sur des stratégies bien conçues, interactives et adaptées au contexte spécifique des jeunes.

Elles représentent un moyen de communication très fiable et efficace, qui a pour objectif d'informer, d'inciter au changement et l'adoption d'un nouveau comportemental et de sensibiliser. Ce moyen est utilisé fréquemment dans l'éducation pour renforcer la compréhension des élèves sur les problèmes sociaux, encourager l'adoption de comportements positifs, et responsables et changer les mauvaises habitudes.

Notre étude porte sur le rôle des campagnes de sensibilisation sur la consommation de drogues chez les lycéens, au sein du lycée YAICI ABD EL KADER de la wilaya de Bejaia, l'intérêt de notre recherche est de mettre en évidence l'importance des campagnes de communication pour sensibiliser les élèves sur la consommation de drogues. Grâce aux entretiens menés avec le personnel impliqué dans l'organisation des campagnes de sensibilisation que ce soit en interne ou en externe du lycée.

Nous constatons que le lycée YAICI ABD EL KADER implique les élèves dans les activités de sensibilisation en présentant les facteurs de risques comme la pression des pairs et les facteurs de protection comme le soutien familial jouent un rôle crucial dans la manière dont les lycéens reçoivent les informations et réagissent aux moyens de prévention de la consommation de drogue. En effet, il utilise une variété d'outils et de supports, traditionnels et numériques, ainsi qu'il mobilise plusieurs acteurs professionnels internes et externes dans leur travail de sensibilisation.

Références
Bibliographiques

Référence Bibliographiques

Ouvrages

1. AKTOUF, O. (2006). « Méthodologie des sciences sociales et approches quantitatives des organisations ». édition la presse, Québec, Canada.
2. . ANGERS, M. (1997). « Initiation pratique à la méthode des sciences humaines ». Édition casbahunité, Alger.
3. ENGLENDER, O. FERNANDES, S. (2018). « Pro en gestion de projet : 60 outils et 13 plans d'action ». Édition Vuibert, France
4. GOFFMAN, J. (2003). « Lessons in evaluating communications campaigns: five case studies ». Edition Communications Consortium Media Center, Washington.
5. GOLEMAN, D. (2006). « *Social Intelligence: The New Science of Human Relationships* ». Bantam Books, 1ère édition, New York, USA.
6. FRENETTE, M. (2010). « La recherche en communication : un atout pour les campagnes sociales. Presses de l'Université de Québec.
7. FOINTIAT, V. (2019). « Psychologie du Travail et des Organisations : 110 notions clés ». DUNOD, France.
8. GAUTHIER, B. (2005). « Recherche sociale de la problématique à la collecte des données ». 4ème édition, Presses de l'Université du Québec.
9. GUIDERE, M. (2004). « Méthodologie de la recherche : Guide du jeune chercheur en lettres, langues, science humaine et sociale ». Ellipsses, France
10. GRAWITZ, M. (2001). « Méthode des sciences sociales ». Édition Dalloz, Paris, France.
11. GRINSHPOUN, M. (2018). « Construire un projet de recherche en science humaine et sociales ». 2ème édition, France.
12. GROSJEAN, S, BONNEVILLE, L. (2011). « La communication organisationnelle ». Chenelière Education, Québec , Canada.
13. IMBERT, G. (2010). « A la frontière de la santé publique et de l'anthropologie ».
14. . KOHN, L , CRISTIAENS, W. (2014). « Les méthodes de recherche qualitative dans la recherche en soins de santé ». Édition De Boeck Supérieur. France

15. LAMB, B. (1997). «The GoodsCampaigns Guide». Edition NCVO Publications, London.
16. MAYER, R. E. (2009). « *Multimedia Learning*. Cambridge University Press, 2ème édition, Cambridge, UK. »
17. MOSCOVICI, S, BUSCHINI, F. (2003). « Les méthodes des sciences humaines ». Édition Presses,France
18. N'DA, P. (2015). « Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines ». L'Harmattan,Paris.
19. ETTY, E, BRINOL, P. (2007). « Mécanismes psychologiques de la persuasion ». Presses Universitaire,France.
20. QUIVY, R. CAMPENHOUD, L,V. (2006). « Manuel de recherche en sciences sociales ». 3ème éditionDUNOD , Paris, France.
21. SHANKLAND, R., GAYET, C., & RICHEUX, N. (2022). « *La santé mentale des étudiants: Approches innovantes en prévention et dans l'accompagnement* ». Elsevier Health Sciences, 1ère édition, Paris, France.
22. WOLTON, D. (1997). « *Éloge du grand public : Une théorie critique de la communication* ». Flammarion,Éditions Flammarion

Webgraphie

1. AG2R La Mondiale. (2024). *La prévention santé : qu'est-ce que c'est ?* consulté le 5/03/2024 <https://www.ag2rlamondiale.fr/sante-prevoyance/mutuelle-sante/conseil-la-prevention-sante-qu-est-ce-que-c-est>
2. AISSA, K. (2005). « *Les différents types de drogue et leurs effets*.
3. BROOK, J. S., et al. (2001). « *The Role of Parents in Preventing Adolescent Drug Use: A Review of the Literature. Journal of Substance Abuse Treatment,* »
4. BOURDILLON, F. (2022). « *Les avancées du quinquennat 2017-2022 en matière de prévention. Les Tribunes de la santé* ».
5. CASSIN, R, BONCOUR, J. (2003). « Sensibilisation ». Publié par la fédération internationale pour les droits humains, Paris.

6. communication publique sécuritaire : analyse sémiologique des spots Stop-Djihad du SIG ». Master professionnelle 2^{ème} année, Université de Paris Sorbonne.
7. CLAUDE, R. (1995). « *La communication interpersonnelle : Fondements et a pratiques* ». Presses de l'Université du Québec ».
8. communication publique sécuritaire : analyse sémiologique des spots Stop-Djihad du SIG ».
9. DENIS, R. (2005). « *De l'usage intégré à la pharmacodépendance : dans les drogues.* ».
10. DURANLEAU, C. (2023). « *La présence attentive pour favoriser le bien-être et la réussite scolaire en contexte de diversité : une recherche-développement d'un programme de prévention universelle d'interventions basées sur la présence attentive pour les élèves de 12 à 19 ans et destiné aux milieux éducatifs* » (Doctoral dissertation, Université du Québec à Trois-Rivières).
11. DAGENAIS, B. (1999). *Le guide pratique de la communication*.
12. EL KHOURY, M. (2016). « *Gestion de soi et addiction à la drogue : approche analytico-systémique d'un groupe de jeunes drogués en situation thérapeutique.* » (Doctoral dissertation, Université de Strasbourg)
13. FLAJOLET, A. (2001). *Rapport Flajolet, « Annexe 1. La prévention: définitions et comparaisons.* » Ministère des Affaires Sociales et de la Santé, Paris, France.
14. Gouvernement.fr. (2024). *Derrière la fumée : une campagne pour sensibiliser sur les risques du cannabis.* <https://www.gouvernement.fr/actualite/derriere-la-fumee-une-campagne-pour-sensibiliser-sur-les-risques-du-cannabis>
15. GRIFFITHS, C. T., DANDURAND, Y., & MURDOCH, D. (2007). « *La réintégration sociale des délinquants et la prévention du crime.* » Centre national de prévention du crime, Ottawa, Canada.
16. INSEE.(n.d.). *Définition Prévention.* <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1168>
17. JEAN-MARC, L. (2002). « *La publicité.* » Dunod

18. KORDA, H., & ITANI, Z. (2013). « *Harnessing Social Media for Health Promotion and Behavior Change. Health Promotion Practice* »
19. KHARRAT, I. (2015-2016). « Le recours aux émotions dans une campagne de communication publique sécuritaire : analyse sémiologique des spots Stop-Djihad du SIG ». Master professionnelle 2^{ème} année, Université de Paris Sorbonne.
20. LINDERT, K. (2022). « Les systèmes de mise en œuvre de la protection sociale » un manuel de référence. Edition Groupe De la Banque Mondiale. Washington
21. L'AVENTURE, M., & BRUNELLE, N. (2017). « *Adolescents dépendants ou à risque de le devenir : pratiques d'intervention prometteuses* ». Presses de l'Université Laval,
22. NOAR, S. M. (2006). « A 10-Year Retrospective of Research in Health Mass «Media Campaigns: Where Do We Go From Here» *Journal of Health Communication*,
23. MANAA, A. (2023). « *Prévalence du tabagisme actif chez les lycéens asthmatiques de la commune de Sétif* » Année scolaire: 2020-2021 (Doctoral dissertation, Université de Sétif).
24. MONDIALE DE LA SANTÉ, A. (1982). « *Documents et publication choisis sur la Consommation d'alcool et les problèmes liés à l'alcool établis par l'OMS ou avec sa collaboration* » (No. A35/Technical Discussions/3). Organisation mondiale de la Santé, Genève, Suisse.
25. MICHEL, R. (2002). « *Les conduites addictives: Usage, usage nocif et dépendance aux substances psychoactives* »
26. Prévisima. (2024). « Qu'est-ce que la prévention santé ?consulté le 28/03/2024 <https://www.previsima.fr/question-pratique/quest-ce-que-la-prevention-sante.html>
27. QUENAULT, B. (2020). *La résurgence/convergence du triptyque «catastrophe-résilience-adaptation» pour (re) penser la «fabrique urbaine» face aux risques*

- climatiques. *Développement durable et territoires. Économie, géographie, politique, droit, sociologie*
28. Régime Local. (2024). *Types de prévention et exemples*. <https://regime-local.fr/types-de-prevention-et-exemples/>
29. READING, J., & HALSETH, R. (2013). *TRAJECTOIRES MENANT à LaAMÉLIORATION DU BIEN-ÊTRE DES PEUPLES AUTOCHTONES*.
30. RICHELLE, L., & CARDON, P. (2023). *Bonnes pratiques pour un accompagnement des personnes ayant un trouble lié à l'usage de substances en soins de santé primaires*. *Rev MedBrux*,
31. SLAMA, Z. H. (2019). « *Regard approfondi sur l'établissement du partenariat éducatrice-parent en milieu éducatif familial dans une optique de développement professionnel* » (Doctoral dissertation, Université du Québec en Outaouais).
32. Sécurité Publique Canada. (2024). « *La prévention de l'abus de drogues en milieu scolaire des programmes prometteurs efficaces* » <https://www.securitepublique.gc.ca/cnt/rsrscs/pblctns/sclbsd-drgbs/index-fr.aspx>
33. Consulté le 28-03-2024. <https://dictionnaire.reverso.net>
34. STOKINGER, P. (2020). « Conception et conduite d'un projet de communication ». Master, France. Publié sur <https://inalco.hal.science/hal-02974423> consulté le 10/03/2024
35. https://www.conscio_technologies.com/wpcontent/uploads/2014/01/ConscioTech-livre-blanc-guide-sensibilisation.pdf consulté le 03/03/2024
36. <https://www.yzico.fr/les-etapes-dune-campagne-de-communication-reussie/> consulté le 02/03/2024
37. <https://www.signora.agency/post/campagne-de-sensibilisation> consulté le 24/02/2024
38. <https://blog.hubspot.fr/marketing/campagne-de-communication> consulté le 25/02/2024
39. <https://www.drogues.gouv.fr/quest-ce-quune-drogue>, Drogues Info Service. (n.d.). *Qu'est-ce qu'une drogue*, consulté le 05/04/2024

Annexes

Annexe N°01 :

Guide d'entretien :

Dans le cadre de la réalisation du mémoire de fin de cycle en Master II en Science de l'Information et de la Communication, option communication et relations publiques de l'université Abderrahmane Mira de Bejaia, sur le thème le rôle de campagnes de communication dans la sensibilisation contre la consommation de drogues chez les lycéens, au lycée YAICI ABDELKADER . Nous avons rédigé un guide d'entretien comprenant plusieurs questions ouvertes dans l'objectif est de répondre à notre problématique de recherche.

Nous tenons à préciser que toutes les réponses à ces questions seront réservées uniquement pour le cadre de la recherche. (Oralement)

Nous vous remercions d'avance pour votre temps et coopération.

Axe 01 : les données personnelles des enquêtés.

1. Sexe
2. Le poste occupé
3. Expérience

Axe N°02 : Le rôle d'implication des lycéens dans la Sensibilisation aux Facteurs de Risque et de Protection contre la Consommation de Drogue au sein de lycée Yaici Abdelkader

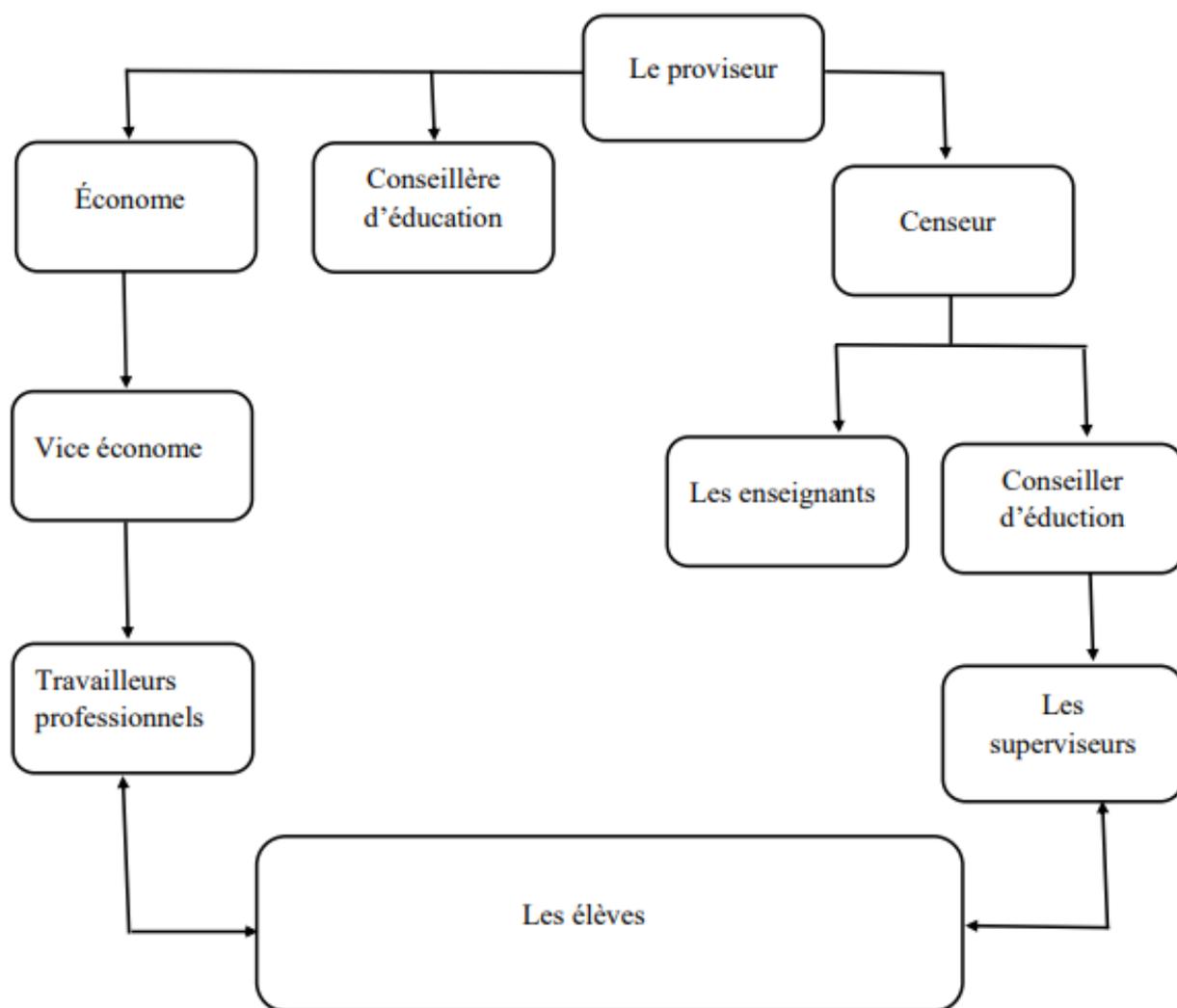
1. Comment faites-vous vos communications de sensibilisation dans votre lycée et particulièrement à la thématique de la consommation de drogue ?
2. Quelle est votre perception de l'efficacité des campagnes, de communication sur la prévention de la consommation de drogues ?
3. Comment pensez-vous que les communications pourront être améliorées pour être plus efficaces aux traits des lycéens ?
4. Comment les lycéens réagissent sur la consommation de la drogue ?
5. Quel type de message dans ces campagnes vous semble le plus efficace ? et pourquoi
6. Quel est l'effet de ces campagnes sur les attitudes des lycéens
7. Quel facteur de protection devrait être davantage mis en avant dans les campagnes de sensibilisation ?

8. Y a-t-il des partenariats avec des organisations de santé publique ou des associations spécialisées ?

VI.3.Axe N°03 : Les outils de sensibilisation et les acteurs professionnels du travail de prévention dans le lycée Yaici Abdelkader

1. Quels sont les acteurs professionnels qui participent à ce travail de prévention ?
2. Quels sont les outils que vous utilisez dans le travail de sensibilisation et prévention de la consommation de la drogue ?
3. Quels sont les canaux de communication vous semblent les plus efficaces pour ces campagnes ?
4. En tant qu'acteur de ces campagnes de sensibilisation, quel est votre rôle principal dans ce travail ?
5. Quel est le rôle des parents dans ces campagnes de sensibilisation ?

Annexe 02 : Organigramme du lycée YAICI ABD ELKADER



Quelques photos prises dans le lycée YAICI ABD ELKADER



Journée de sensibilisation au sein du lycée YAICI ABDALKADER



Les affiches de sensibilisation contre la consommation de drogue au niveau de lycée YAICI ABDELKADER



Résumé :

Les campagnes de sensibilisation sur les dangers de la consommation de drogue jouent un rôle essentiel pour inciter les élèves à changer leurs attitudes et à adopter des comportements plus responsables. Cette étude met en lumière l'importance des campagnes de communication utilisant différents outils et acteurs au sein de l'établissement pour sensibiliser efficacement les lycéens. Les résultats démontrent l'effet significatif de ces campagnes sur la sensibilisation des élèves aux risques liés à la consommation de drogue, favorisant ainsi des choix de vie plus sains et responsables. Ces messages sont adaptés aux besoins spécifiques de chaque niveau scolaire, en particulier dans le lycée Yaici Abdelkader, objet de notre étude. Cette recherche souligne le rôle crucial des campagnes de sensibilisation en milieu scolaire, mobilisant divers acteurs et moyens de communication pour promouvoir une prise de conscience efficace

Les mots clés : campagne de communication, sensibilisation, consommation de drogue, lycéens

Abstract :

Awareness campaigns about the dangers of drug consumption play a crucial role in encouraging students to change their attitudes and adopt more responsible behaviors. This study highlights the importance of communication campaigns using various tools and actors within the institution to effectively raise awareness among high school students. The results demonstrate the significant impact of these campaigns on students' awareness of the risks associated with drug consumption, thus promoting healthier and more responsible lifestyle choices. These messages are tailored to the specific needs of each school level, particularly in Yaici Abdelkader High School, the subject of our study. This research emphasizes the crucial role of awareness campaigns in schools, mobilizing various actors and communication tools to promote effective awareness-building.

Keywords: communication campaign, to sensitize, drug consumption, students

ملخص:

تلعب حملات توعية حول مخاطر تعاطي المخدرات دورا حيويا في تشجيع التلاميذ على تغيير سلوكياتهم وتبني تصرفات أكثر مسؤولية. تُسلط هذه الدراسة الضوء على أهمية حملات الاتصال التي تستخدم مجموعة متنوعة من الأدوات والشخصيات داخل المؤسسة لتوعية الطلاب بفعالية. تُظهر النتائج تأثير حملات الاتصال هذه على توعية الطلاب بمخاطر تعاطي المخدرات، مما يعزز اتخاذ قرارات صحية ومسؤولية. تُنقل هذه الرسائل بشكل ملائم وفقا لاحتياجات كل مستوى دراسي، خاصة في ثانوية يايسي عبد القادر، التي كانت موضوع دراستنا. تسلط هذه الدراسة الضوء على الدور الحيوي لحملات التوعية في المدارس، حيث تجمع بين عدة شركاء ووسائل اتصال لتعزيز الوعي بشكل فعال.

الكلمات الرئيسية: حملة الاتصال، توعية، تعاطي المخدرات، طلاب الثانوية