

Motivations et représentations associées aux usages de drogues chez les adolescents

Projet d'étude ARAMIS

(Attitudes, Représentations, Aspirations et Motivations lors de l'Initiation aux Substances psychoactives)

Avant la fin de l'adolescence, la plupart des jeunes ont déjà expérimenté l'alcool, le tabac et, souvent aussi, le cannabis. Une part non négligeable sont déjà usagers réguliers d'un ou plusieurs de ces produits. Ces consommations sont d'autant plus dommageables pour la santé qu'elles interviennent à un âge où la maturation du cerveau n'est pas terminée. Pourquoi les adolescents ont-ils recours à l'usage de produits psychoactifs ? Pourquoi certains d'entre eux s'installent-ils dans une consommation régulière, alors que d'autres parviennent à s'en tenir éloignés ? Bien qu'elles constituent une priorité des pouvoirs publics, ces questions restent peu documentées en France, hormis quelques rares travaux, parcellaires, sur les représentations des adolescents (Aquatias 1999; Beck *et al.* 2014; Chabrol *et al.* 2004; Le Garrec 2002).

Pour répondre à l'urgence identifiée par le Plan gouvernemental de lutte contre les drogues et les conduites addictives (2013-2017) de développer une prévention efficace de l'usage de drogues et satisfaire aux recommandations de l'expertise collective de l'INSERM sur les conduites addictives chez les adolescents (INSERM 2014), ce projet d'étude se propose d'explorer les trajectoires d'usage à l'adolescence, en étudiant les motivations d'usage et les représentations associées aux différents produits psychoactifs (alcool, tabac, cannabis, autres drogues illicites).

En s'intéressant aux intentions des consommateurs de produits et à leurs raisons d'agir, en relation avec leur contexte de vie, il entend illustrer ce que les sciences sociales peuvent apporter à la compréhension des conduites addictives à l'adolescence, afin d'améliorer, in fine, l'efficacité des stratégies de prévention.

État des connaissances et intérêt d'une étude spécifique

Tabac, alcool et cannabis sont les trois principales drogues expérimentées à l'adolescence. Les enquêtes menées en milieu scolaire montrent que leur diffusion progresse pendant le collège, avec une accélération entre la 4^e et la 3^e, et l'apparition des premiers usages réguliers dès le lycée. Ainsi, un lycéen sur trois fume du tabac tous les jours et un sur quatre consomme couramment des boissons alcoolisées (au moins 10 fois dans le mois) ou du cannabis (au moins une fois dans le mois) (OFDT 2013). Par ailleurs, en matière de cannabis, par exemple, les adolescents français se distinguent par des niveaux de consommation nettement supérieurs à ceux de leurs homologues européens. Pourtant, contrairement à d'autres pays (comme le Royaume-Uni ou la Suisse, voir annexe 1), il existe peu de recherches – notamment qualitatives – en France sur les motivations et les représentations des différents produits psychoactifs chez les adolescents et leurs trajectoires de consommation. Ce constat est d'autant plus frappant que les réflexions générales sur l'efficacité des politiques de prévention soulignent justement la nécessité de mener ce type d'études (Morel and Couteron 2008; Peretti-Watel 2005; Peretti-Watel and Constance 2009).

Alors que les conduites addictives sont aussi des pratiques *sociales*, reposant sur des opinions, des croyances et des perceptions, les travaux existants portent principalement sur les aspects sociodémographiques ou biologiques (pathologiques) de la consommation, privilégiant une approche médicale des addictions. Les représentations et les attentes (positives ou négatives) à l'égard des produits psychoactifs les plus consommés restent peu explorées dans les études

françaises, bien qu'elles déterminent les pratiques d'usage, en présageant non seulement du niveau de diffusion des produits psychoactifs mais aussi de leurs conséquences sanitaires et sociales sur les individus. Ces pratiques d'usage ont des *significations particulières* pour les consommateurs, notamment parce qu'elles satisfont des *besoins*, qui méritent d'être bien compris pour pouvoir être pris en compte dans les stratégies de prévention : transformer les attentes, les représentations et les motivations liées aux pratiques addictives peut être un objectif pertinent des politiques de prévention parmi les plus jeunes, comme le souligne la récente expertise collective de l'INSERM.

Les rares études menées dans ce domaine relèvent la variété des motivations d'usage, d'un produit à l'autre mais aussi pour un même produit : rechercher du plaisir (*motifs "bédoniques"*), dans un esprit de partage et de convivialité (les drogues comme "lubrifiant social" ou comme élément festif); lutter contre l'anxiété et le stress, mieux dormir ou moins souffrir (*motifs "auto-thérapeutiques"*); surmonter un obstacle ou améliorer ses performances (*fonction "stimulante"* des drogues); rompre l'ennui ou passer le temps (*motif de "distraction"*); oublier les contraintes et les difficultés ou s'oublier soi-même (*recherche d'échappatoire*) (Kuntsche *et al.* 2006). Quelques travaux anglo-saxons ont, par exemple, établi que les principaux motifs de consommation ont à voir avec le plaisir, l'accessibilité des produits et une représentation euphémisée des risques liés à l'usage (Akré *et al.* 2010; Amos *et al.* 2004; Menghrajani *et al.* 2005; Moore 2008). Il a ainsi été démontré que les adolescents se montrent peu sensibles aux risques sanitaires à long terme, qu'ils ont tendance à minimiser du fait d'une capacité de mise à distance (ou de déni) des effets délétères des drogues (Peretti-Watel 2005). A contrario, ils s'avèrent très perméables au marketing développé autour des produits addictifs licites (tabac, alcool). Cependant, les recherches ignorent la *variabilité des fonctions attribuées à tel ou tel produit selon les circonstances*. Ainsi le cannabis peut-il constituer tantôt une béquille, un calmant, un somnifère, un antidépresseur ou bien encore une récompense (comme le montre la récente étude CAUSA MAP menée au CHU de Nancy). De même, un produit peut être consommé pour corriger ou exacerber l'effet d'un autre, menant à des conduites de polyconsommation (tabac, alcool et cannabis, en particulier). Dans quelles circonstances et selon quelles modalités les produits sont-ils associés ? Quelles sont les techniques de régulation des effets des produits en vigueur chez les adolescents consommant à la fois du tabac, de l'alcool et du cannabis ? Ces questions restent peu documentées, particulièrement en France, de même que les attentes spécifiques à l'égard des différents produits et leurs modalités d'usage et d'association.

Les études disponibles montrent aussi que les motivations d'usage déclarées sont sexuellement et socialement différenciées (Kuntsche *et al.* 2006), en particulier en population adulte. Elles laissent toutefois dans l'ombre *la manière dont le genre et les conditions sociales influent sur les motivations spécifiques des plus jeunes* (sauf pour l'alcool). L'étude des écarts, dès l'adolescence, dans les conduites addictives entre hommes et femmes, entre groupes socio-économiques et entre territoires, constitue donc une priorité de recherche. Elle renvoie à la nécessité d'approfondir la connaissance des liens entre consommation de drogues à l'adolescence et conditions de vie (contexte de vie rural vs urbain / périurbain, précarité, etc.), afin de comprendre les mécanismes par lesquels, avant l'âge de la majorité légale, les inégalités sociales se transforment en inégalités de santé (dans les conséquences de l'usage comme dans l'accès aux dispositifs spécialisés, tels que les consultations jeunes consommateurs). Bien que les recherches menées concluent à l'existence de certains facteurs de risque, comme le stress lié au manque chronique de ressources et l'accumulation des risques tout au long de la vie, les cibles spécifiques que devraient viser les actions de réduction des inégalités sociales de santé sont encore mal décrites. Il s'agit donc, in fine, d'identifier les cibles populationnelles et les niveaux d'intervention pertinents pour les actions de réduction des inégalités de santé.

Les études menées demeurent par ailleurs centrées sur les motivations à l'arrêt (et non les *motivations de l'usage*) et les manifestations de l'usage (fréquence, ancienneté, dommages associés), plutôt que les *représentations qui lui sont associées* : les enquêtes quantitatives régulières menées auprès

des adolescents français s'intéressent quasi-exclusivement aux modalités de consommation, et non aux *attentes des usagers* (sauf lorsqu'il est question d'usage récréatif). Or, les attentes et les attitudes déclarées à l'égard des drogues sont un élément clé de compréhension des pratiques d'usage : leur analyse permet d'appréhender les termes dans lesquels les acteurs donnent du sens à leurs actes et rationalisent leurs comportements d'usage. Dans cette perspective, la question des référents culturels d'influence (artistes, chanteurs, acteurs, auteurs d'ouvrages, etc.), susceptibles de fournir des modèles contrastés aux adolescents (identifiant positivement ou négativement les produits, les pratiques d'usage et les effets attendus), reste largement sous-étudiée, alors même que les phénomènes d'identification à des figures de référence jouent pleinement dans la construction identitaire à l'adolescence.

Les recherches menées demeurent centrées sur l'influence de la famille ou du groupe des pairs dans les représentations et les attentes à l'égard des produits psychoactifs. Cependant, elles ne parviennent pas à expliquer *le caractère "sélectif" de cette influence familiale, amicale et sociale*. En effet, pourquoi certains adolescents expérimentent-ils certains produits psychoactifs et pas d'autres, parfois au sein du même groupe de pairs ? Sachant que les adolescents rejettent d'ailleurs vigoureusement l'hypothèse d'une pression des pairs, qui expliquerait leur passage à l'acte de consommation, les études à conduire mériteraient probablement de mieux prendre en compte *la place du libre arbitre (et sa représentation) dans les motivations de consommation des plus jeunes*. Certes, leur rejet d'une détermination extérieure s'explique en partie par un enjeu lié à l'estime de soi mais ignorer le fait que les plus jeunes considèrent effectuer un choix volontaire, maîtrisé et revendiqué en consommant des produits modifiant l'état de conscience (interdits pour certains) pose problème s'il s'agit d'étudier leurs raisons d'agir.

Enfin, les recherches s'avèrent peu éclairantes quant aux *trajectoires d'usage*, de l'expérimentation à l'usage occasionnel puis, le cas échéant, l'usage régulier voire quotidien. Au-delà de l'initiation, pourquoi certains jeunes poursuivent-ils leur consommation et pas d'autres ? Pourquoi certains d'entre eux s'installent-ils dans un usage régulier de tabac, d'alcool ou de cannabis, alors que d'autres s'arrêtent ou maintiennent leur consommation à un rythme occasionnel ? Si les enquêtes en population générale adolescente offrent quelques pistes explicatives quant aux facteurs associés aux consommations régulières, le *processus de construction d'habitudes de consommation* demeure un point aveugle des connaissances actuelles. Ainsi, bien que les représentations et les motivations des usagers constituent un déterminant essentiel des conduites de consommation à l'adolescence, ces aspects restent encore peu appréhendés dans les études.

Objectifs de l'étude

L'objectif principal de l'étude proposée consiste à analyser les significations que les adolescents attribuent à leurs pratiques d'usage de drogues et leurs trajectoires de consommation, en particulier en matière d'alcool et de cannabis. L'approche envisagée s'attachera à considérer la subjectivité des acteurs, afin de mieux comprendre leurs représentations des drogues, leurs opinions, leurs perceptions et leurs raisons d'agir.

L'étude abordera les questions suivantes :

- Quelles significations les adolescents prêtent-ils à leurs premières expériences d'usage de tabac, d'alcool et de cannabis (exploration et recherche de sensations, conformation, transgression...) ? Quel rôle joue le groupe dans ces apprentissages ?
- Les significations attribuées aux pratiques d'usage évoluent-elles selon l'âge d'entrée en consommation ?
- Comment se transforment-elles en fonction des étapes de la carrière de consommateur ?

- Quelles sont les attentes des adolescents à l'égard de ces initiations et comment les analysent-ils (*a priori* et *a posteriori*) ? Les adolescents qui ont déjà expérimenté ont-ils perçu un écart entre leurs attentes et la satisfaction effective ?
- Dans quelles circonstances les adolescents expérimentent-ils la première cigarette/ la première ivresse alcoolique / le premier joint (contexte social, accessibilité...) ? Quels sont les aspects positifs (plaisir, nouveauté, désinhibition, partage...) et négatifs (répulsion, malaise, sentiment de ne pas avoir le choix, troubles physiques...) associés à ces initiations ?
- Comment se forment les habitudes de consommation de certains produits (ou combinaisons de produits) ? Quels sont les facteurs associés à la routinisation du comportement d'usage (consommation parentale, pairs consommateurs, sentiment d'échec personnel, circonstances sociales, etc.) ?
- Quelles sont les ambiances associées à la consommation occasionnelle ou régulière ? À quel moment la consommation est-elle associée à des circonstances positives (usage récréatif, festif, créatif) ou, au contraire, négatives (pour gérer l'anxiété ou l'ennui, trouver le sommeil) ? Comment décrire la palette des circonstances associées à la consommation ? Que recouvrent les pratiques de consommation nocturnes, la nuit et la soirée étant souvent le cadre d'expérience des excès de consommation (notamment pour les alcoolisations ponctuelles importantes, parfois désignées sous le terme de *binge drinking*) ?
- Quelles sont les conséquences négatives perçues dans le fait de consommer ? A partir de quelles expériences, de fréquence de consommation et de quels signes les adolescents prennent-ils conscience, le cas échéant, de la nocivité des produits psychoactifs ?
- Quelle représentation de l'ivresse et de la perte de contrôle ? Quelle représentation de l'alcoolisation ponctuelle importante (*binge drinking*) ?
- "Tenir l'alcool", ou d'autres produits : est-ce une valeur positive pour cette génération qui consomme plus vite que les précédentes ?
- Garçons et filles sont-ils égaux face au risque d'évoluer vers des consommations régulières de produits psychoactifs ?
- Quelles différences entre les trajectoires qui mènent aux comportements de consommation occasionnels ou, au contraire, réguliers ?

À partir des éléments de réponse à ces questions, l'étude permettra d'**améliorer la connaissance des facteurs de vulnérabilité** individuels (recherche de sensations, attirance à l'égard du risque...), sociaux et environnementaux (facilité d'accès, influence des amis, de la famille, etc.), à l'usage (voire à l'usage régulier). Elle devrait aussi offrir des pistes d'identification des *facteurs de bascul* d'un type d'usage à l'autre, aux différents stades de la consommation (initiation, consommation occasionnelle, puis régulière, voire quotidienne). Elle pourrait aussi permettre de **construire une typologie des consommateurs**, utile pour comprendre les ressorts de l'usage et repérer les éventuels facteurs de risque d'usage problématique ultérieur, qui sera discutée et validée par les professionnels (cliniciens) et les adolescents eux-mêmes (usagers).

L'étude permettra également d'**élaborer des hypothèses quant aux facteurs de réussite des stratégies de prévention**. Quelles représentations les adolescents ont-ils des dangers des différents produits ? Lorsqu'ils ont conscience des risques sanitaires et sociaux, pourquoi les adolescents expérimentent-ils *malgré tout* des produits nocifs, de surcroît illicites pour certains d'entre eux ? Quel sens donnent-ils à leurs conduites de transgression ? L'étude permettra de tester les hypothèses explicatives avancées dans la littérature. Si les adolescents ignorent les messages de prévention, est-ce par attachement à des valeurs opposées à celles véhiculées par les discours de prévention ? Est-ce du fait d'un rapport spécifique à la temporalité, les risques sanitaires à long

terme (maladies chroniques liées à au tabagisme et à l'alcoolisation) apparaissant lointains à cet âge de la vie ? Pour concevoir des stratégies efficaces de prévention, il convient de développer une meilleure compréhension des représentations et des motivations des consommations de substances psychoactives chez les adolescents.

Enfin, elle permettra de **faire émerger un noyau d'indicateurs utilisables dans les enquêtes en population générale conduites par l'OFDT**, relatifs aux attentes liées à la consommation de différents produits. Ces indicateurs pourront être intégrés dans les enquêtes transversales sur les consommations menées en population générale adolescente de façon régulière par l'OFDT (ESCAPAD, ESPAD, HBSC). Ils permettront ainsi de suivre l'évolution des attentes et des représentations de différentes catégories d'utilisateurs de produits et d'enrichir l'étude statistique des facteurs associés à la consommation de produits psychoactifs.

Méthode

Pour répondre à ces questions, l'étude procédera en trois temps. Après avoir effectué une revue de la littérature internationale dressant l'état des connaissances sur les motivations d'usage des plus jeunes consommateurs, elle cherchera à identifier, dans un second temps, les lignes de clivage entre des sous-groupes de jeunes consommateurs, grâce à une analyse secondaire des enquêtes ESCAPAD (menée auprès d'adolescents de 17 ans) et ESPAD (menée auprès des collégiens de 15-16 ans dans une quarantaine de pays européens). Enfin, dans un troisième temps, pour saisir le sens donné aux pratiques de consommation par les consommateurs eux-mêmes et explorer leurs motifs d'usage, elle puisera dans les techniques d'enquête qualitative propres aux sciences sociales en développant une méthode d'investigation fondée notamment sur une cinquantaine d'entretiens longs avec plusieurs catégories d'adolescents, complétés par des entretiens collectifs (focus groups) auprès de professionnels et d'adolescents volontaires.

Ainsi, pour appréhender le plus finement possible les représentations associées à l'usage et les raisons de consommer certains produits, l'étude sera menée en trois temps.

La première phase d'étude consistera en une **revue de la littérature scientifique** permettant d'identifier les principaux résultats des recherches développées autour des motivations de consommation déclarées par les jeunes.

La deuxième phase d'étude portera sur les **données quantitatives** issues des enquêtes en population générale. Il s'agira, à partir de l'analyse secondaire de l'enquête ESCAPAD, d'identifier les principaux motifs d'usage des différents produits à 17 ans et, à partir de l'enquête européenne ESPAD, d'analyser les freins à l'usage, ainsi que l'évolution des représentations des risques et des dangers liés aux drogues à 15-16 ans en France de 1999 à 2011, par comparaison avec les autres pays européens. Cette phase préliminaire permettra d'identifier les principales représentations, attentes et motivations d'usage déclarées par les adolescents à l'égard des produits, ainsi que d'éventuelles spécificités nationales. Ces éléments seront utilisés pour bâtir la grille d'entretien qui sera administrée à une population d'enquêtés.

La troisième phase d'étude prendra la forme d'une **enquête qualitative par entretiens individuels auprès d'utilisateurs mineurs** d'âges différents (de 15 à 17 ans), garçons et filles, complétée par des **entretiens collectifs (focus groups)**, menés auprès des adolescents consommateurs mais aussi des professionnels au contact des adolescents reçus en « consultation jeunes consommateurs ».

Dans le cadre des *entretiens individuels approfondis* (semi-directifs), trois catégories d'utilisateurs seront interrogés, afin de comparer les types d'attentes et de représentations à l'égard de l'alcool, du tabac, du cannabis et des autres drogues illicites :

- un groupe de 15 non-consommateurs de cannabis (qui n'ont jamais essayé le cannabis), dont 10 seraient par ailleurs fumeurs de tabac et 10 non-fumeurs (n'ayant jamais essayé la cigarette);
- un groupe de 15 consommateurs occasionnels de produits (tabac, alcool, cannabis);
- un groupe de 15 consommateurs réguliers de cannabis (dont 10 seraient aussi usagers réguliers d'alcool, éventuellement sujets aux alcoolisations ponctuelles importantes).

Le recrutement des adolescents volontaires pour un entretien se fera à travers différents canaux : par le biais des observateurs locaux du réseau TREND de l'OFDT, par les consultations jeunes consommateurs (CJC) et les CSAPA accueillant un public jeune, via les maisons de l'adolescent, les établissements scolaires, les associations de jeunesse ou de prévention spécialisée, les réseaux sociaux et les forums d'usagers, etc. L'objectif est de diversifier au maximum l'échantillon des adolescents interrogés, en "recrutant" des jeunes de milieux sociaux contrastés, garçons ou filles, vivant en milieu urbain ou périurbain / rural, en contact avec le système de soins ou non.

Le public enquêté étant composé de mineurs (volontaires pour participer à l'entretien), une autorisation parentale sera demandée en amont de l'entretien. Un courrier d'information sera adressé aux parents deux à trois semaines avant celui-ci, garantissant la confidentialité et l'anonymat des réponses, leur permettant de notifier leur éventuel refus par courrier à l'OFDT. Quant aux mineurs, ils seront priés de signer un formulaire de consentement éclairé, qui leur garantira l'anonymat (l'entretien faisant l'objet d'un enregistrement audio). Parents et adolescents enquêtés seront informés de leur droit d'accéder aux résultats de l'étude et à toute information relative à celle-ci.

Dans le cadre des *entretiens collectifs (focus groups)*, ce corpus d'entretiens individuels sera confronté aux points de vue des acteurs (adolescents consommateurs d'une part, professionnels d'autre part), de façon à identifier une typologie des consommateurs qui soit validée et consensuelle pour ces deux publics. Deux focus groups d'adolescents consommateurs (volontaires pour participer à la discussion) et deux focus groups de professionnels, de 10 personnes chacun, permettront une validation croisée des critères d'identification de différents « types de consommateurs ».

Sur la base d'une grille d'entretien systématique, des informations seront ainsi collectées sur les facteurs associés à la première consommation, à l'usage occasionnel, voire, le cas échéant, aux différentes étapes d'installation dans une consommation régulière. En distinguant trois groupes d'enquêtés, il s'agira, par exemple, d'identifier les facteurs associés à la non-consommation (en interrogeant un groupe de non-consommateurs), et notamment les ressources que ces individus mobilisent au sein du groupe social pour résister, le cas échéant, à la pression des pairs.

Budget

Coûts directs	20 900 € TTC (dont frais de gestion 7%)
Organisation des focus groups <i>Frais de déplacement, salle, achat de matériel d'enregistrement audio</i>	500 €
Frais de retranscription <i>Entretiens individuels (90 heures) et focus groups (12 heures)</i>	20 400 €
Coût de personnel (OFDT)	58 608 €
Documentaliste <i>Recherche bibliographique</i>	1 836 €
Chargés d'études <i>Revue de littérature, exploitation secondaire des données ESCAPAD et ESCAPAD, réalisation des entretiens individuels (45 entretiens) et des focus groups (4 de 10 personnes chacun), rédaction du rapport</i>	56 772 €

Annexe**Études qualitatives menées auprès des adolescents sur leurs pratiques et leurs motivations d'usage de drogues (par ordre chronologique)**

Référence bibliographique	Pays	Produit(s) cité(s) dans l'étude	Échantillon (n=)	Méthode
Power <i>et al.</i> 1996	Royaume-Uni	Drogues récréatives (' <i>dance drugs</i> ') : MDMA, LSD, amphétamines	23	Entretiens
Boys <i>et al.</i> 2001	Royaume-Uni	Alcool, cannabis, amphétamines, ecstasy, LSD, cocaïne	364 âgés de 16-22 ans	Entretiens
Denscombe 2001	Royaume-Uni	Tabac	15-16 ans	Entretiens
McIntosh <i>et al.</i> 2003	Royaume-Uni (Ecosse)	Drogues illicites	216 jeunes âgés de 10-12 ans	Entretiens
Amos <i>et al.</i> 2004	Royaume-Uni (Ecosse)	Tabac, cannabis	99 adolescents âgés de 16-19 ans + 46 de 15-16 ans	Entretiens + 8 focus groups
Menghrajani <i>et al.</i> 2005	Suisse	Cannabis (perceptions)	4 groupes : - Adolescents âgés de 12-15 ans - Adolescents âgés de 16-19 ans - Parents - Professionnels au contact des jeunes	4 focus groups
Akré <i>et al.</i> 2010	Suisse	Tabac, cannabis (modes de consommation et perceptions)	22 (14 garçons + 8 filles) âgés de 15-21 ans	7 entretiens individuels + 5 focus groups

Bibliographie

- Akré, C., Michaud, P.-A., Berchtold, A. and Suris, J.-C. (2010). Cannabis and tobacco use: where are the boundaries? A qualitative study on cannabis consumption modes among adolescents. Health Education Research 25 (1) 74-82.
- Amos, A., Wiltshire, S., Bostock, Y., Haw, S. and McNeill, A. (2004). 'You can't go without a fag... you need it for your hash' - a qualitative exploration of smoking, cannabis and young people. Addiction 99 (1) 77-81.
- Aquatias, S. (1999). Cannabis : du produit aux usages. Fumeurs de haschich dans les cités de la banlieue parisienne. Sociétés Contemporaines (36 (Les pratiques sociales des drogues)) 53-66.
- Beck, F., Legleye, S., Chomynova, P. and Miller, P. (2014). A quantitative exploration of attitudes out of line with the prevailing norms toward alcohol, tobacco, and cannabis use among European students. Substance Use and Misuse 49 (7) 878-890.
- Boys, A., Marsden, J. and Strang, J. (2001). Understanding reasons for drug use amongst young people: a functional perspective. Health Education Research 16 (4) 457-469.
- Chabrol, H., Roura, C. and Kallmeyer, A. (2004). Les représentations des effets du cannabis : une étude qualitative chez les adolescents consommateurs et non consommateurs. L'Encéphale 30 (3) 259-265.
- Denscombe, M. (2001). Uncertain identities and health-risking behaviour: the case of young people and smoking in late modernity. The British Journal of Sociology 52 (1) 157-178.
- INSERM (2014). Conduites addictives chez les adolescents : usages, prévention et accompagnement. INSERM, Paris.

- Kuntsche, E., Knibbe, R., Gmel, G. and Engels, R. (2006). Who drinks and why? A review of socio-demographic, personality, and contextual issues behind the drinking motives in young people. Addictive Behaviors 31 (10) 1844-1857.
- Le Garrec, S. (2002). Ces ados qui "en prennent" : sociologie des consommations toxiques adolescentes. Presses universitaires du Mirail, Toulouse.
- McIntosh, J., MacDonald, F. and McKeganey, N. (2003). Knowledge and perceptions of illegal drugs in a sample of pre-teenage children. Drugs: Education, Prevention, and Policy 10 (4) 331-344.
- Menghrajani, P., Klaue, K., Dubois-Arber, F. and Michaud, P.A. (2005). Swiss adolescents' and adults' perceptions of cannabis use: a qualitative study. Health Education Research 20 (4) 476-484.
- Moore, D. (2008). Erasing pleasure from public discourse on illicit drugs: On the creation and reproduction of an absence. International Journal of Drug Policy 19 (5) 353-358.
- Morel, A. and Couteron, J.P. (2008). Les conduites addictives. Comprendre, prévenir, soigner. Dunod, Paris.
- OFDT (2013). Drogues et addictions, données essentielles. OFDT, Saint-Denis.
- Peretti-Watel, P. (2005). Cannabis, ecstasy : du stigmatisme au déni. Les deux morales des usages récréatifs de drogues illicites. L'Harmattan, Paris.
- Peretti-Watel, P. and Constance, J. (2009). Comment les fumeurs pauvres justifient-ils leur pratique et jugent-ils la prévention ? Déviante et Société 33 (2) 205-219.
- Power, R., Power, T. and Gibson, N. (1996). Attitudes and experience of drug use amongst a group of London teenagers. Drugs: Education, Prevention, and Policy 3 (1) 71-80.