Beauté et tabagisme

L'utilisation des données probantes dans la prévention du tabagisme chez les jeunes

Christine Lacroix, MD¹

Nathalie Auger, MD, MSc, FRCPC²

RÉSUMÉ

En matière de prévention du tabagisme chez les jeunes, la littérature nous permet d'identifier des interventions ayant bien démontré leur efficacité. Cependant, toutes les interventions ne sont pas efficaces, et certaines peuvent même avoir des effets paradoxaux. Dans cet article, nous discutons des risques potentiels associés à l'utilisation d'interventions peu documentées dans la littérature scientifique, en prenant l'exemple de campagnes de prévention du tabagisme chez les jeunes utilisant le thème de la beauté. Nous concluons sur l'importance d'utiliser des interventions basées sur des preuves solides et d'évaluer rigoureusement les interventions novatrices.

Mots-clés : Tabagisme; prévention; beauté; médecine factuelle; évaluation

ABSTRACT

Research in tobacco prevention is increasingly showing that anti-smoking campaigns aimed at youth work. However, not all interventions are effective, and some have had unintended harmful effects, even to the point of increasing tobacco use by youth. In this commentary, we discuss potential risks associated with interventions poorly supported by the evidence, using the example of tobacco prevention campaigns that focus on the effects of smoking on beauty. We conclude with two points: 1) the importance of using strategies based on evidence, and 2) the importance of rigorous evaluation of innovative strategies.

1. Résidente en santé communautaire, Université de Montréal, Montréal, QC

2. Institut national de santé publique du Québec, Département de médecine sociale et préventive de l'Université de Montréal.

Correspondance et demandes de réimpression : Christine Lacroix, 1255, rue Beauregard, Longueuil (Québec) J4K 2M3, Tél. : 450-928-6777, Téléc. : 450-679-6443, Courriel : c-lacroix@videotron.ca

Remerciements : Les auteurs remercient les D^{rs} Johanne Laguë, Marie-France Raynault et Éric Litvak, ainsi que les réviseurs, pour leurs commentaires inestimables sur le manuscrit.

Avertissement : Les opinions exprimées dans ce texte sont celles des auteurs et ne représentent pas nécessairement les positions de l'Université de Montréal ou de l'Institut national de santé publique du Québec.

Le tabagisme chez les jeunes filles continue d'être un problème important de santé publique. Conséquemment, on observe l'émergence de plusieurs campagnes de prévention du tabagisme ciblant celles-ci. Mais malgré l'existence d'interventions dont l'efficacité est bien démontrée, des interventions peu documentées dans la littérature scientifique sont encore implantées. Un exemple est l'utilisation du thème de la beauté dans les campagnes de prévention du tabagisme.

Dans cet article, nous discutons des risques potentiels associés à l'utilisation de campagnes de prévention du tabagisme chez les jeunes non fondées sur des données probantes. Nous soulignerons d'abord l'existence d'interventions inefficaces ou ayant eu des effets négatifs, avant de discuter des conséquences possibles associées à l'utilisation d'une campagne de prévention du tabagisme ayant pour thème la beauté. Nous présenterons finalement quelques interventions dont l'efficacité est bien démontrée avant de conclure sur l'importance d'une part, d'implanter des interventions basées sur des preuves solides et, d'autre part, d'évaluer rigoureusement les interventions novatrices.

Des interventions inefficaces...

En prévention du tabagisme chez les jeunes, toutes les interventions ne sont pas efficaces. On a démontré l'inefficacité de certains messages dans les campagnes de prévention du tabagisme, notamment ceux qui mettent l'accent sur le choix de fumer¹. L'efficacité des programmes de prévention du tabagisme subventionnés par l'industrie du tabac est aussi contestée². La campagne médiatique « Think. Don't smoke. » de la compagnie Philip Morris a d'ailleurs entraîné des effets paradoxaux, améliorant la perception qu'ont les jeunes des compagnies de tabac et augmentant leur intention de fumer³. De plus, certains auteurs remettent en question la pertinence des programmes de prévention en milieu scolaire, compte tenu de leur peu d'efficacité à diminuer la prévalence du tabagisme à long terme chez les jeunes⁴. Certains programmes scolaires ont même engendré une augmentation du tabagisme chez les jeunes exposés⁵.

Ces effets nuls ou même négatifs, souvent imprévus, doivent nous faire réfléchir sur les risques des campagnes de prévention n'ayant pas été rigoureusement évaluées. En ce sens, l'utilisation du thème de la beauté dans des campagnes de prévention

tion du tabagisme auprès des jeunes filles a retenu notre attention⁶. Dans la prochaine section, nous discutons des risques potentiels de l'utilisation de ce type de message.

Beauté : effets collatéraux et paradoxaux

La beauté est un thème important pour les jeunes. Présenter les impacts négatifs du tabagisme sur la beauté et l'apparence des jeunes comme message principal d'une campagne de prévention du tabagisme peut sembler attrayant. Mais les recherches sont limitées sur l'efficacité de tels messages. Les données disponibles indiquent que ce thème serait moins efficace que d'autres, tel celui de la dénormalisation de l'industrie du tabac¹. En fait, l'utilisation du thème de la beauté soulève des préoccupations de deux ordres : d'une part, les effets possibles sur les problèmes de santé associés aux préoccupations excessives face à l'apparence et au poids, et d'autre part les effets paradoxaux potentiels sur le tabagisme.

Les jeunes filles sont bombardées de messages médiatiques réitérant l'importance de la beauté pour le succès. L'emphase mise par la santé publique sur les effets cosmétiques du tabac pourrait avoir comme conséquence involontaire le renforcement de la perception de l'importance de la beauté pour les jeunes. Est-ce justifiable que la santé publique ajoute sa voix aux nombreuses pressions déjà subies par les jeunes quand il est question d'apparence physique? N'est-il pas déjà très inquiétant que le taux d'insatisfaction à l'égard de l'image corporelle chez les adolescents québécois de 13 et 16 ans soit de 60 %?

On sait aussi que la pression sociale d'être mince ainsi que la préoccupation de l'apparence sont des facteurs de risques identifiés de désordres alimentaires⁸. Or le poids et la beauté sont des concepts intimement liés dans notre société. Les conséquences sur les maladies chroniques reliées à la nutrition doivent certainement nous préoccuper quant il est question d'utiliser le thème de la beauté dans une campagne visant les jeunes. De plus, l'existence de certains facteurs de risque communs entre l'obésité et les désordres alimentaires est soulignée par certains auteurs, et bien que les évidences soient encore préliminaires, cela soulève certainement d'importantes préoccupations⁹.

Quant aux impacts sur le tabagisme, rappelons que l'usage du tabac pour le contrôle du poids est un phénomène connu¹⁰. Dans

certaines études, les préoccupations face au poids prédisent l'initiation du tabagisme chez les adolescentes^{11,12}. D'autres études démontrent une association entre le tabagisme chez les adolescentes et les préoccupations face au poids ainsi que les comportements de diète^{10,13}. Il est donc possible que les messages centrés sur la beauté encouragent paradoxalement le tabagisme.

Il est notable que les références à la beauté soient une stratégie de marketing reconnue de l'industrie de tabac¹⁴. Si la mise à jour des conséquences cosmétiques du tabagisme peut sembler contrer le message de l'industrie, cette stratégie pourrait aussi le renforcer en réitérant l'importance de la beauté. Nous pourrions dès lors observer des effets paradoxaux sur le tabagisme des jeunes filles.

Des interventions efficaces...

En centrant le message sur la beauté, il est possible que des effets pervers à la fois sur le tabagisme et sur d'autres problématiques de santé publique soient observés. Faute d'évaluations rigoureuses de ce message, il vaut mieux utiliser des interventions validées pour prévenir le tabagisme chez les jeunes^{1,15,16}. Bien que les études soient parfois contradictoires quant au contenu du message à privilégier, les plus récentes supportent l'efficacité des campagnes centrées sur la dénormalisation de l'industrie du tabac^{17,18}. Ainsi, la campagne nationale américaine « Truth » aurait contribué à environ 22 % de la réduction de la prévalence du tabagisme observée entre 1999 et 2002 chez les étudiants américains de 8^e, 10^e et 12^e année, prévalence qui est passée durant cette période de 25,3 % à 18 %¹⁸.

Nécessité des données probantes

Pour le praticien de santé publique, le choix des interventions, et notamment des messages à utiliser dans des campagnes médiatiques, doit reposer sur des évidences solides de leur efficacité. Quand les évidences sont disponibles, et c'est le cas pour la dénormalisation de l'industrie du tabac^{1,17,18}, les programmes de prévention devraient se baser sur ces messages. Ceci est particulièrement important quand les ressources sont limitées et qu'il ne sera pas possible d'évaluer l'intervention. L'utilisation d'interventions novatrices ne doit évidemment pas être découragée, mais leur développement doit être solidement ancré sur les données de recherche et les connaissances théoriques, et leur implantation nécessite une évaluation rigoureuse.

RÉFÉRENCES

1. Institut national de santé publique du Québec (INSPQ). *La prévention du tabagisme chez les jeunes*. Québec, 2004. Disponible en ligne à l'adresse : <http://www.inspq.qc.ca> (Accédé le 31 août 2006).
2. Landman A, Ling PM, Glantz SA. Tobacco industry youth smoking prevention programs: Protecting the industry and hurting tobacco control. *Am J Public Health* 2002;92:917-30.
3. Farrelly MC, Heaton CG, Davis KC, Messeri P, Hersey JC, Haviland ML. Getting to the truth: Evaluating national tobacco countermarketing campaigns. *Am J Public Health* 2002;92:901-7.
4. Wiehe SE, Garrison MM, Christakis DA, Ebel BE, Rivara FP. A systematic review of school-based smoking prevention trials with long-term follow-up. *J Adolesc Health* 2005;36:162-69.
5. Renaud L, O'Loughlin J, Déry V. The St-Louis du Parc heart health project: A critical analysis of the reverse effects on smoking. *Tob Control* 2003;12:302-9.
6. Journées annuelles de santé publique 2004 : Le tabac et les femmes : quoi de neuf au Québec ? Programme de la journée disponible à l'adresse <http://www.inspq.qc.ca/jasp/programme/2004/JASP2004-ProgrammeFinal.pdf?A=2>. (Accédé le 31 août 2006). Une des campagnes ayant pour thème la beauté est disponible à l'adresse : http://www.rss15.gouv.qc.ca/tabac_dossier_presse.htm (Accédé le 31 août 2006).
7. Ledoux M, Mongeau L, Rivard M. Poids et image corporelle. Dans : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sociale et de santé auprès des enfants et des adolescents québécois 1999*. Québec, 2002;311-44.
8. Brassard J, Mongeau L. *Projet de promotion d'une image corporelle saine en milieu scolaire : rapport synthèse des années 1 et 2*. Collectif action alternative en obésité, 1999.
9. Haines J, Neumark-Sztainer D. Prevention of obesity and eating disorders: A consideration of shared risk factors. *Health Educ Res* 2006;21:770-82. (Advance Access publication 8 September 2006).
10. Aghi M, Asma S, Yeong CC, Vaithinathan R. Initiation and maintenance of tobacco use. Dans : Samet JM, Yoon S-Y (éd.), *Women and the Tobacco Epidemic: Challenges for the 21st Century*. Organisation mondiale de la Santé, 2001;49-68.
11. Cawley J, Markowitz S, Tauras J. Lighting up and slimming down: The effects of body weight and cigarette prices on adolescent smoking initiation. *J Health Econ* 2004;23:293-311.
12. Honjo K, Siegel M. Perceived importance of being thin and smoking initiation among young girls. *Tob Control* 2003;12:289-95.
13. Potter BK, Pederson LL, Chan SSH, Aubut JL, Koval JJ. Does a relationship exist between body weight, concerns about weight, and smoking among adolescents? An integration of the literature with an emphasis on gender. *Nicotine Tob Res* 2004;6:397-425.
14. Kaufman NJ, Nichter M. The marketing of tobacco to women: Global perspectives. Dans : Samet JM, Yoon S-Y (éd.), *Women and the Tobacco Epidemic: Challenges for the 21st Century*. Organisation mondiale de la Santé, 2001;69-98.
15. Warner KE, Jacobson PD, Kaufman NJ. Innovative approaches to youth tobacco control: Introduction and overview. *Tob Control* 2003;12 Suppl 1:i1-i5.
16. Farrelly MC, Niederdeppe J, Yarsevich J. Youth tobacco prevention mass media campaigns: Past, present, and future directions. *Tob Control* 2003;12(Suppl 1):i35-i47.
17. Farrelly MC, Davis KC, Haviland ML, Messeri P, Heaton CG. Evidence of a dose-response relationship between "truth" antismoking ads and youth smoking prevalence. *Am J Public Health* 2005;95:425-31.
18. Glantz SA, Mandel LL. Since school-based tobacco prevention programs do not work, what should we do? *J Adolesc Health* 2005;36:157-59.

Reçu : 5 décembre 2006

Accepté : 5 février 2007