

Motivations et perception des risques liés à la consommation de chicha chez les adolescents à Abidjan

Kouakou Hilaire KOUAME
Maître- Assistant
Université Alassane Ouattara
caublethilaire@yahoo.fr

Résumé

À Abidjan, les shops à chicha, les bars et maquis à chicha, les espaces privés dédiés à la chicha se multiplient au fil des années. Dans ces espaces, la présence de jeunes mineurs n'échappe pas au regard de l'observateurs. Certains consomment régulièrement la chicha quand d'autres le font quelquefois. Cet article interroge les motivations qui sous-tendent cette pratique et tente d'appréhender la connaissance des risques sanitaires et des risques d'addiction. Conduite dans les communes d'Abobo, d'Adjamé, de Marcory et de Cocody, cette étude a concerné 125 adolescents, 8 responsables de bars et maquis à chicha, 1 personnel de santé, et 1 représentant de l'Ong Clucod. L'étude des motivations révèle que le besoin d'affirmation de soi, le plaisir hédoniste, et le besoin de conformer aux tendances de son temps, sont autant d'arguments déployés par ces jeunes enfants pour justifier leur idylle avec le narguilé. Malheureusement, nourris à la sève d'un *tabagisme positif* de la chicha, ils n'ont pas conscience et connaissance des risques sanitaires et de dépendance que représente la chicha. Pourtant des études antérieures ont mis en lumière le potentiel *addictogène* (dépendance physique et psychologique) de la chicha car contenant deux fois plus de nicotine que la cigarette. Les milliers de substances chimiques contenues dans la fumée de la chicha, peuvent être à l'origine de maladies cardiovasculaires, de cancers des poumons, du foie, de la dégénérescence du cerveau. Le partage de l'embout de la pipe peut exposer les adolescents à herpès, aux hépatites.

Mots-clés : chicha, adolescents, risques, connaissance, motivations

Abstract

Abidjan, the shops at chicha, bars and maquis at chicha, private spaces have a street on the street. In these spaces, the presence of young minors does not escape the eyes of observers. Some people regularly consume shisha while others sometimes do. This paper questions the motivations behind this practice and attempts to understand the knowledge of health risks and the risks of addiction. Conducted in the communes of Abobo, Adjamé, Marcory and Cocody, this study involved 125 adolescents, 8 bar managers and maquis to chicha, 1 health staff, and 1 representative of the NGO Clucod. The study of motivations reveals that the need for self-affirmation, hedonistic pleasure, and the need to conform to the trends of their time, are all arguments deployed by these young children to justify their idyll with the hookah. Unfortunately, fed the sap of positive smoking of

shisha, they are not aware and do not know the health risks and dependence that shisha represents. Yet previous studies have highlighted the addictive potential (physical and psychological dependence) of shisha because it contains 2 times more nicotine than cigarette; the pipe can expose adolescents to herpes, hepatitis, the thousands of chemicals contained in shisha smoke can cause cardiovascular disease, lung cancer, liver cancer, brain degeneration; sharing the pipe tip can expose adolescents to herpes, hepatitis.

Keywords: shisha, teens, risks, knowledge, motivations

Introduction

La consommation du tabac est une réalité mondiale, touchant toutes les couches de la société, y compris les jeunes. Selon les données de l'OMS (2023), environ 1,3 milliard de personnes, soit 22,3 % de la population mondiale, consomment du tabac au quotidien. Cette pratique, souvent associée à des substances chimiques toxiques comme le goudron, le monoxyde de carbone, et la nicotine, est à l'origine de graves conséquences sanitaires, telles que des cancers et des maladies cardio-vasculaires. Le tabagisme constitue de ce fait un problème de santé publique (C. Audera et L. Vera, 2005). Bien que des efforts significatifs aient été déployés pour réduire la consommation de tabac, notamment avec l'instauration, l'institutionnalisation de la Journée mondiale sans tabac en 1988, une nouvelle tendance inquiète : l'usage croissant de la chicha, aussi connue sous les noms de narguilé ou hookah. Contrairement à la cigarette, la chicha, qui implique l'inhalation de fumée de tabac aromatisé à travers un dispositif à eau, est souvent perçue comme moins nocive, bien que ses effets sur la santé soient tout aussi préoccupants. Ce regain d'intérêt, notamment chez les jeunes, nécessite une étude approfondie pour comprendre les motivations derrière cette pratique et la connaissance des risques associés. D'origine orientale, la chicha s'est imposée comme un phénomène social mondial. Selon l'OMS (2006), plus de 100 millions de personnes consomment cette pipe à eau, composée d'un mélange de tabac et de mélasse. Son attrait réside dans la diversité des saveurs, grâce à l'ajout d'essences fruitées, florales et herbacées, la rendant souvent plus agréable que la cigarette. En Côte d'Ivoire, la chicha connaît une popularité croissante alors que ses effets sur la santé sont préoccupants. Des plateformes comme Jumia offrent aux consommateurs ivoiriens des produits liés à son usage à des prix abordables. À Abidjan, la multiplication des "bars à chicha", "maquis à chicha", salons de thé, boutiques spécialisées et grandes surfaces dédiées à la vente d'équipements et d'accessoires de chicha témoigne de sa démocratisation, autrefois limitée aux expatriés orientaux. Cette tendance gagne également en popularité chez les adolescents. Selon le rapport de surveillance de la consommation de tabac et de chicha du Roctaci (2020), 52 % des consommateurs de chicha en Côte d'Ivoire sont des adolescents. Bien que les données nationales manquent encore à ce sujet, l'observation de la fréquentation des lieux dédiés à la consommation de chicha montre clairement l'attrait croissant de cette pratique chez les adolescents. Cet intérêt manifeste pour la chicha suscite les interrogations suivantes : Qu'est-ce qui

pousse ces adolescents à consommer la chicha, alors qu'elle est tout aussi dangereuse que la cigarette ? Ont-ils conscience des risques liés à son usage ? Cette étude propose que l'influence culturelle, médiatique et sociale, notamment celle des pairs, soit au cœur de la motivation des adolescents à adopter cette pratique, souvent dans un contexte où ils ne mesurent pas pleinement les risques sanitaires. L'objectif est de mettre en lumière les facteurs qui incitent les adolescents à consommer la chicha et d'évaluer leur niveau de connaissance des dangers qui y sont associés.

1. Méthodes et Matériels

Cette étude s'inscrit dans la dynamique de la démarche analytique mixte. Elle comprend deux versants dont l'un quantitatif et l'autre qualitatif nécessaire à la triangulation de l'analyse des données de cette étude qui s'appuie sur une enquête réalisée dans les communes d'Abobo, de Cocody, d'Adjamé, et de Marcory, situés dans le District d'Abidjan. Le choix de ces communes trouve sens dans la forte concentration de « Bar à chicha », de « Salon de thé », d'Enseignes et de boutiques de fortune dédiées à la commercialisation de produits et accessoires indispensables à la consommation de la chicha, établis sur ces territoires communaux. Les données ont été recueillies auprès d'adolescents rencontrés dans certains « Bar à chicha », « Salon de thé », aux abords de certaines concessions, des animateurs de ces lieux exclusivement aménagés pour la consommation de la chicha, des commerciaux des « Enseignes à chicha », du personnel de santé. L'échantillon de cette étude est estimé à 135 individus dont 125 adolescents. Cette population cible de cette étude est répartie comme suit :

Tableau 1 : Répartition des enquêtés suivant les terrains de l'étude.

Communes \ Enquêtés	Adolescents	Animateurs de lieux de consommation et de vente de la chicha	Personnel de santé et ONG (Clucod)
Abobo	30	3	2
Cocody	37	1	
Marcory	41	5	
Adjamé	16	-	

Source : Kouamé Hilaire (2024)

Cet échantillon de répondants a été constitué selon la méthode d'échantillonnage non probabiliste sur la base de la convenance et de

l'acceptation volontaire de l'enquête. Un questionnaire construit autour de l'item relatif au niveau de connaissance, a été administré aux adolescents. Des entretiens (entretien semi-dirigé) individuels et des entretiens de groupe ont été conduits par le biais de guide d'entretien, en vue d'approfondir l'étude des motivations, puis d'explorer le faisceau de risque auquel ils sont exposés. Les résultats de l'étude quantitative ont été traités grâce au logiciel Excel de Microsoft et présentés sous forme de tableau. Quant à l'étude qualitative, seuls les thèmes pertinents, découlant du discours des enquêtés ont été retenus pour être analysés et présentés sous forme de verbatim dans le corps du texte.

L'ancrage de cette étude s'est construit sur les théories des besoins (A. Maslow, 1943) et du Health Belief Model (I. Rosenstock, 1975). La théorie des besoins proposée par Maslow s'attarde sur les origines du déclenchement d'une action. Il s'agit d'une force motivationnelle intérieure adossée à la singularité des individus comme les besoins, de pulsions, du reflet de la personnalité. Pour Maslow, les motivations d'une personne, découlent de la satisfaction de certains de ses besoins. A l'instar de la cigarette, la consommation de la chicha par les adolescents n'est pas fortuite. Elle s'inscrit dans la quête de satisfaction d'un besoin ressenti, éprouvé par cette catégorie sociale. Le Health Belief Model ou Modèle de croyance en santé, stipule que les individus sont susceptibles de poser des actes ou gestes pour se prémunir d'une maladie s'ils ont des connaissances minimales sur les risques qui résultent de cette maladie ou une condition désagréable, et s'ils considèrent la santé comme une dimension importante de sa vie. Dans l'imagerie populaire, la chicha est nature. Dès lors, elle est moins nocive que la cigarette. L'application du Health Belief Model a permis de rendre compte de la profondeur des connaissances des adolescents en rapport avec les risques liés à la consommation de la chicha.

2. Résultats

2.1. De ses origines orientales à son appropriation à Abidjan : de l'influence culturelle de la chicha

Autrefois confinées à certains endroits du globe, la consommation de la chicha s'est généralisée, libéralisée avec l'émergence d'un marché à fort potentiel, segmenté au travers de diverses stratégies marketing. Pour montrer le dynamisme du marché de la chicha, S. Mansouri (2020), dans le magazine français *L'Édition du Soir*, affirme ce qui suit : « Le marché mondial de la chicha est évalué à 730 millions de dollars en 2018 et devrait atteindre 2,7 milliards de dollars en 2025 avec un taux de croissance

annuel de 18 % ». Les projections relatives à l'évolution du marché de la chicha, attestent à l'évidence de son succès mondial. Symbole de la convivialité, de l'apaisement, de la « *zen attitude* » dans un monde où la pression, et le stress sont palpables, la pratique de la chicha tend à devenir une pratique sociale, un fait social. Derrière l'engouement, l'enthousiasme pour le goût exotique de la chicha, se cache une origine incertaine, controversée. Plusieurs régions du monde telles que la Turquie, l'Égypte, l'Éthiopie, l'Inde, l'Iran, etc., revendiquent sa paternité, s'il est vrai la chicha que le narguilé ou chicha est connu depuis des siècles. Il semblerait que l'Inde soit le berceau réel du narguilé¹ parce que le vocable « *nargil* » est d'origine indienne et employé pour désigner la « *noix de coco* » dont la coque servait de réservoir. Perforés de trous, il servait à fumer le narguilé. Mais cette origine indienne est contredite par des conclusions des certaines recherches, qui révèlent que les références historiques de la consommation de la chicha datent du XV^{ème} siècle en perse².

l'histoire de la chicha reprise par S. Mansouri (2020) raconte que :

Le physicien perse Abu'l-Fath Gilani aurait inventé le narguilé en faisant passer pour la première fois la fumée du tabac dans un réservoir d'eau afin de purifier et de refroidir cette fumée. Malgré l'interdiction de fumer du tabac par le cinquième Shah d'Iran, Abbas I^{er} le Grand (1571-1629), la consommation de chicha se démocratise en Perse et devient courante dans toutes les catégories de la société. Les femmes et les hommes fumaient le galyans (du verbe *√glā*, « qui fait des bulles ») aussi bien dans la sphère privée que publique, et même dans les écoles où professeurs et élèves « chichaient » durant les cours. Sous le règne du Shah Abbas II (1632-1666), le narguilé devient une addiction nationale ; les nantis ont même des serviteurs dédiés à la préparation de chicha. À l'époque du Shah Fath Ali Chah Qadjar (1772-1834), le narguilé est un objet culturel à part entière dans la société perse, présent dans la vie quotidienne et dans les grands événements, où un protocole de préparation et de service est instauré. La chicha se diffuse au Moyen-Orient sous le nom de narguilé et jusqu'en Inde où elle sera appelée « hookah » (houka) qui est son appellation contemporaine dans les pays anglo-saxons. La colonisation britannique de l'Inde et du Moyen-Orient permet ensuite de créer le premier contact de l'Occident avec la chicha. Dans ses mémoires, l'avocat et voyageur britannique William Hickey (1749-1830) raconte son expérience du narguilé à son arrivée en Inde et observe que la consommation de chicha était extrêmement courante chez les Indiens. Selon lui, ces derniers préférèrent sauter le dîner plutôt que la séance de chicha.

¹ (<https://www.france-chicha.net/les-origines-de-la-chicha/>)

² (<https://www.el-badia.com/fr/blog/la-chicha-c-est-quoi--n2>)

Depuis la Perse, la consommation de la chicha s'est propagée dans le Moyen-Orient, en Europe, puis en Afrique. En Côte d'Ivoire, si la littérature sur l'introduction de la chicha est peu abondante, tout porte à croire que les vagues successives d'immigration de ressortissants du Moyen-Orient et du Maghreb, ont favorisé le contact avec le pays.

En effet, longtemps considérée comme un îlot de stabilité, de paix et d'opportunités économiques, la Côte d'Ivoire a historiquement attiré diverses nationalités, notamment en provenance du Moyen-Orient. Cette attractivité s'est maintenue malgré les crises politico-militaires de 2002 et 2010-2011, qui ont temporairement ébranlé le pays.

Par exemple, avant l'indépendance, les Libanais, sous protectorat français, se sont installés en Côte d'Ivoire, attirés par ses activités économiques florissantes.

Ce flux migratoire a ralenti après les indépendances pour repartir de plus belle à l'occasion des guerres du Liban (B. Labaki, 1993 ; A. Bourgi, 2005 ; J. Abijaoudi, 2009). L'arrivée de ces populations en Côte d'Ivoire a entraîné un transfert notable de la culture libanaise, dont la pratique ritualisée de la chicha constitue un aspect important. « On a tous vu les libanais fumer la chicha. De Marcory-Avicenne jusqu'en zone 4, c'était seulement les libanais qui fumaient ça dans leurs magasins ou des leurs clubs » : témoigne D. F. (Manager de Bar à chicha à Marcory, 2024). « Moi j'ai découvert la chicha à Daloa dans les années 95. J'étais en 3^{ème} au Lycée 2. A cette époque je ne savais pas qu'on appelait ça chicha. Le soir quand on allait au Commerce on voyait les libanais fumer ça dans leurs magasins ou devant leurs magasins. Leurs magasins sentaient bon comme ça » : renchérit S. H. (Communication personnelle, 2024). Si les Libanais détenaient le monopole, voire l'exclusivité de la consommation de la chicha, celle-ci s'est, au fil des années, sous l'influence des tendances sociales et culturelles, étendue à la population locale, notamment aux jeunes. Ce sont les « *brouteurs* » qui ont qui se sont appropriés la chicha, et en ont décomplexé la consommation. L'extrait de propos ci-dessus traduit cette réalité.

« En tout cas à Abidjan, ce sont les brouteurs qui ont mis la chicha à la mode. Quand ils faisaient leurs cassas, ils se retrouvaient en groupe dans certains endroits chics de Marcory, de Port-bouët, de Dokui. Ils venaient faire le boucan avec les filles. Ça fumait boyard. Et puis un jour il y a un groupe qui est venu avec son équipement de chicha. Ils ont fait leur préparation et puis ils ont commencé à fumer. Ça dja foule hein. Les jours qui ont

suivi, chacun est venu avec son équipement. C'était une concurrence maintenant. C'est comme ça mouvement de chicha là est parti » (D. F. Communication personnelle, 2024).

Ce verbatim coïncide avec le témoignage d'un ex-brouteur interrogé par le journaliste S. Koffi (2023) dans un article intitulé « *Tabagisme : Jeunes filles et chicha, l'idylle toxique* » paru en ligne. La chicha s'est progressivement éloignée du cercle restreint des « brouteurs » pour devenir un véritable business, structuré par une approche marketing visant à répondre aux attentes d'une large frange de la jeunesse, en quête de nouveautés et d'expériences exotiques associées à la consommation de chicha.

2.2. Succès de la chicha auprès des adolescents

Tableau 2 : Fréquence de consommation de la chicha par les adolescents

Variables de la consommation de la chicha par les adolescents	Nombre de répondants (125)	Pourcentage (100%)
Toujours	71	56,8
Souvent	37	29,6
Quelquefois	14	11,2
Rarement	3	2,4
Jamais	0	0

Source : Kouamé Hilaire (2024)

Les données numériques du tableau 1 laissent entrevoir une généralisation de la consommation de la chicha chez les adolescents qui se sont soumis à l'enquête par questionnaire de cette étude. L'absence de réponse pour la variable « jamais » indique que ces jeunes partagent un attrait commun pour la chicha. Seulement, le degré d'accoutumance varie d'un adolescent à un autre. En effet, il ressort de l'étude de la fréquence de consommation que 56,8% des adolescents interrogés, consomment régulièrement, habituellement la chicha, quand une frange non moins importante (29,9%) la consomme souvent. Il s'agit majoritairement de jeunes fumeurs de la chicha issus de groupes d'appartenance de petite taille, connus en Côte d'Ivoire sous le vocable « *grin* ». Disséminés pour la plupart dans les faubourgs de la ville d'Abidjan, ces groupes sociaux,

informels de discussion, sont à l'origine, nés de la pratique de sociabilité (S. Vincourt & S. Kouyaté, 2012). À la tombée de la nuit, généralement après le repas du soir, les membres du « *grin* » se rassemblaient, se réunissaient autour du thé pour partager leurs quotidiens. Installés en plein air, les « *grins* » n'échappent pas au regard de l'observateur. « Chaque soir, on se retrouve pour causer de nos problèmes et de ce qui se passe dans le pays. On profite pour fumer notre chicha. C'est devenu une habitude. Si un camarade n'est pas venu, c'est qu'il a un problème. C'est la famille » : souligne T.K. (Communication personnelle, 2024) Dans certains de ces espaces sociopètes, le narguilé s'est substitué au thé. La mutualisation des coûts d'acquisition des accessoires, la contribution, la participation des membres du « *grin* » à l'achat de la chicha, ont facilité indéniablement son accessibilité, et sa consommation quasi-quotidienne par les adolescents. Contrairement à la cigarette, la chicha est onéreuse et exige un équipement spécifique. « Chez nous, les essences d'entrée de gamme coûtent au minimum 2500 francs CFA. Les chichas classiques et les chichas de luxe, c'est entre 5000 et 20000 francs les jours ordinaires. Mais quand il y a un événement spécial, les prix grimpent. Mais nos clients sont toujours satisfaits » : déclare K.Y. (Communication personnelle, 2024). Le coût de la chicha serait un frein, une entrave à la consommation quotidienne ou plus souvent de la chicha. Quelquefois ou de temps en temps, 11,2% des adolescents se retrouvent dans les Salons de thé ou les Bars à chicha pour fumer. « Généralement c'est quand je sors les samedis avec mes amis que je fume la chicha. Parfois je paie. Souvent ce sont mes amis qui paient quand je suis moisi. On peut fumer à plusieurs la même chicha. Dans les bars de luxe, la chicha est chère. Dans ces endroits le service est personnalisé. C'est différent des Salons de thé » : explique M.S. (Communication personnelle, 2024). Les établissements à chicha offrent la possibilité aux consommateurs qui ne disposant pas d'arsenal nécessaire pour fumer la chicha, de réaliser leur désir dans un cadre aménagé à cet effet, loin du regard moralisateur, prohibitif de ceux qui détiennent l'autorité parentale. « Dans ma famille, personne ne fume. Mon père ne fume pas et je n'ai jamais vu ses frères le faire, encore moins mes grands frères. Implicitement ça veut que la cigarette est interdite chez nous. Je me suis essayé une à deux fois à la cigarette. J'ai fumé Fine Light. Mais à cause de l'odeur, ma maman me soupçonnait de fumer. J'ai dû arrêter. Ma plus grande peur c'est qu'on découvre un jour que je fume. Avec la chicha ma peur a disparu. Ça ne laisse pas d'odeur. Mais je fume très rarement. On peut me surprendre un jour » : se lâche Z.R. (c Communication personnelle, 2024). Le coût de la chicha,

la peur d'être découverts par les parents, sont autant de déterminismes qui militent en faveur d'une pratique modérée de la chicha par certains adolescents. Ils sont estimés à 2,4%, les adolescents qui consomment rarement la chicha.

2.3. Facteurs de motivation de la consommation de la chicha par les adolescents

La cigarette et la chicha intègrent l'univers de la consommation du tabac. Dans les années 70, l'introduction de la cigarette sur le marché du tabac, fait reculer la consommation de la chicha, révolue, démodée. Contrairement à la chicha, la cigarette jouit auprès des populations d'une image favorable, d'une représentation sociale moderne et progressive (C. Michaud et al., 2003 ; S. Mansouri, 2020). A coup d'énormes budgets publicitaires, l'industrie du tabac est parvenue positionner la cigarette comme un symbole de la virilité (le Cowboy dans la publicité de la marque Marlboro) et de domination masculine, et plus tard comme un symbole de l'émancipation de la femme. Aujourd'hui, le regain d'intérêt, l'engouement social pour la chicha chez les adolescents, loin des frontières orientales, suscite une mise en question des motivations profondes qui sous-tendent cette pratique. En Côte d'Ivoire, précisément à Abidjan, le succès de la chicha auprès des adolescents, résulte de plusieurs motivations.

Tableau 3 : Étude des motivations de la consommation de la chicha par les adolescents

Motivations personnelles	Nombre de répondants (125)	Pourcentage (100%)
Affirmation de soi	40	32
Plaisir hédoniste	43	34,4
Effet de mode	11	8,8
Idées reçues	31	24,8

Source : Kouamé Hilaire (2024)

Le tableau 2 indique que 34,4% des adolescents participant à cette étude, justifient leur accointance avec la chicha par la quête du plaisir. Ils fument la chicha pour se faire plaisir : une sensation agréable, de jouissance, l'accomplissement d'une activité gratifiante. Le plaisir évoqué par ces jeunes amateurs de chicha, part du plaisir gustatif au plaisir social. La chicha offre une expérience gustative singulière à cause de ses saveurs, des arômes, des goûts fruités, florales qui la rendent unique à la différence de la cigarette. « Dans mon établissement, on propose une large gamme de saveurs, de

parfums, de goûts de chicha. Ici, tous les clients peuvent trouver ce qu'il recherche. Des saveurs qu'on ne trouve pas ailleurs » : affirme (K.G. Communication personnelle, 2024). La diversité des parfums (mangue, fraise, vanille, raisin, ice, cocktail de fruits, des saveurs typiquement orientales, etc.) correspond à un dégradé de choix possible, pour s'adapter aux préférences gustatives de chacun. « J'ai essayé plusieurs marques de cigarette avant de fumer la chicha. Je peux affirmer sans me tromper qu'il n'y a rien de pareille. On sent pleinement le goût du tabac, de la fumée, l'agréable parfum. Quel bonheur ! Quel plaisir ! c'est pour ça que j'ai préféré la chicha à la cigarette. En tout moi je ressens du plaisir quand je fume la chicha » : déclare K.F. (Marcory, 2024). « ...avec la chicha, le plaisir est assuré » : renchérit B.V. (Communication personnelle, 2024). Ces extraits de propos confirment que le plaisir, notamment le plaisir gustatif constitue une attente, une quête pour les jeunes amateurs de chicha. Le plaisir social est la manifestation de l'autre dimension du plaisir recherché par les adolescents. Les adolescents qui consomment la chicha trouvent du plaisir dans les interactions sociales avec leurs pairs, dans une ambiance conviviale où temps semble être suspendu. C'est un moment de relaxation qui crée la possibilité d'une communication horizontale dont le référentiel est construit à partir de sujets liés à leur quotidien, de tendances en rapport avec leurs centres d'intérêt ou leurs préoccupations. « C'est l'ambiance autour de la chicha qui me retient. On prend plaisir à échanger entre copains. Il y a plus de plaisir à fumer en groupe que de fumer seul dans son coin » : insiste L.C. (Communication personnelle, 2024). Si pour cette franche des répondants, la quête du plaisir reste le déterminant suprême qui justifie leur choix de fumer la chicha, l'affirmation de soi ou la représentation de soi constitue pour certains le catalyseur, la source de légitimation de l'acceptation de la pratique de la chicha. En effet, les données numériques que dévoile le tableau 2, attestent que 32% des adolescents interrogés, sont animés par la volonté de construire un positionnement social dont la finalité est de se démarquer, se singulariser de leurs pairs ou des autres membres de leur communauté. La chicha devient donc pour cette catégorie, un indice à fort coefficient de différenciation sociale, de prestige, de valorisation de sa propre personne. Les « Brouteurs » s'en ont servi comme vecteur de l'auto-promotion en décloisonnant la consommation de la chicha, autrefois confinées dans la sphère culturelle et élitiste des expatriés du Moyen-Orient et du Maghreb. « Ces sont les jeunes brouteurs qui ont ouvert la voie aux enfants qui consomment la chicha aujourd'hui » : ajoute T.S. (Communication personnelle, 2024). Ces propos rejoignent ceux de D. F. (Manager de

Bar à chicha à Marcory, 2024), cités plus haut. La consommation de la chicha confère donc aux jeunes fumeurs l'illusion d'une ascension sociale tant la position qu'ils occupent dans l'espace social est éphémère au regard de la trajectoire qui les a conduits à cette position sociale. De plus, le coût social et le coût économique de la consommation de la chicha renforcent chez ces adolescents la conviction que le rituel de la chicha est exclusivement réservé aux privilégiés issus d'une classe sociale plus ou moins aisée. « ... je fume les chichas haut de gamme. C'est au moins 10000 frs. J'ai acheté ma propre pipe à Chicha Shop à Marcory. Le design est beau. Ça a coûté presque 50000 frs. Si je dois fumer à l'extérieur, je sors avec. Et je ne partage pas ma chose. Généralement je fréquente les Bars à chicha qui m'accueillent trop de monde et tout le monde (rire). C'est comme ça qu'on peut pleinement profiter de ces moments », confirme G.C. (Communication personnelle, 2024). La consommation de la chicha est le reflet de la volonté de ces adolescents de s'attribuer un statut social ou une image sociale positive acceptée par leur environnement immédiat. Chez une proportion non négligeable d'adolescents (8,8%), l'effet de mode ou « *effet bandwagon* » est un biais cognitif qui renforce la consommation de la chicha, un objet culturel du Moyen-Orient et symbole du modernisme. Jouissance d'une image favorable auprès de la jeunesse, la chicha est perçue comme une tendance du moment, à l'instar des musicales ou des tendances vestimentaires. Pour affirmer leur appartenance ou pour se conformer à un style de vie moderne, décomplexée, décontracté, calqué sur les canons occidentaux, ces adolescents ne peuvent que souscrire à cette tendance de leur temps. Il y a aussi que le tableau 2 laisse apparaître « *les idées reçues* » comme déterminismes non moins importants de la consommation de la chicha par certains adolescents. Ils représentent 24,8% des adolescents participants à cette étude. Des interactions avec les enquêtés, ont émergé certains discours tels que : « La chicha permet de digérer. C'est conseiller de fumer après avoir fini de manger. Surtout le soir » (Z.R., (Communication personnelle, 2024), ou encore « Le goût des fruits dans la chicha luttent contre l'insomnie. La fumée chasse les mauvais esprits et donne la chance si tu fais le commerce. C'est pourquoi les libanais fument ça dans leurs magasins », renchérit B.O. (Communication personnelle, 2024). Les représentations de la chicha et les narratifs qui se sont construits au fil du temps, ont fini par susciter ou accroître durablement l'intérêt des adolescents pour la consommation de la chicha.

2.4. De la connaissance des risques de la chicha

Tableau 4 : Connaissance des impacts de la consommation de la chicha

Variables	Nombre de répondants (125)	Pourcentage (100%)
Cognition de l'existence de risques		
Oui	21	16,8
Non	93	74,4
Non réponse	11	8,8
Connaissance des risques sanitaires		
Douleurs thoraciques	7	5,6
Problèmes respiratoires	6	4,8
Hépatite	-	
Dépression	-	
Cancer	8	6,4
Non réponse	104	83,2
Connaissance de risque d'addiction		
Oui	13	10,4
Non	107	85,6
Non réponse	8	6,4

Source : Kouamé Hilaire (2024)

Dans le cadre de la lutte contre la consommation de la cigarette classique, les risques sanitaires constituent le fondement des actions de sensibilisation des populations. L'inscription de la mention « *Abus dangereux pour la santé* » sur le packaging ou le conditionnement des différentes marques de cigarette, n'est pas fortuite. Loin d'être un label marketing ou un avantage marketing, cette mention est une interpellation des consommateurs sur la dangerosité potentielle de la cigarette. La connaissance des risques d'une pratique sociale détermine le rapport des individus à cette pratique ou phénomène. Si la prise de conscience de l'existence de risques liés à la cigarette semble être établie, qu'en est-il de celle de la chicha dont la consommation tend à être plébiscitée chez les adolescents ? Les

données statistiques relatives à la connaissance de l'existence de risques associés à la consommation de la chicha, montrent que 16,8% des adolescents enquêtés ont conscience que la chicha représente un danger pour le fumeur même si le seuil ou l'indice de nuisance négligeable, moindre que celui de la cigarette classique. « Quand on fume la chicha, c'est comme si on fumait la cigarette. C'est vrai que le goût n'est pas pareil, ça sent bon, tout ça mais il y a forcément un après. Des inconvénients je veux dire. L'avantage de la chicha c'est que l'eau dans le réservoir filtre la fumée donc ça ne peut pas être dangereux comme la cigarette » : avoue F.Y. (Communication personnelle, 2024). Malheureusement, la conscience de l'existence d'éventuels risques liés à la chicha n'est pas partagée par une frange importante (74,4%) des adolescents. Ces adolescents rattachent à la chicha une représentation, une perception *tabacologique* positive. La consommation occasionnelle ou fréquente de la chicha est sans danger ou ne peut nuire aux fumeurs. « Moi je n'ai jamais rien ressenti de désagréable. Je n'ai jamais senti quelque chose de bizarre depuis je fume la chicha. Parmi mes amis avec qui je fume, il n'y a personne qui s'est plaint un jour de douleurs ou de problème de santé », martèle K.F. (Communication personnelle, 2024). « Si la chicha était dangereuse, il y a longtemps tous jeunes que vous voyez étaient déjà morts. Ça fait pratiquement 8 ans que je gère ce Bar. Tous les jours les clients sont nombreux. Il y a toujours de nouvelles personnes. Quand ce sont les soirées spéciales, on refuse du monde. Je ne pense pas la chicha est dangereuse. C'est trop chic et les gens l'apprécie », soutient K.Y. (Communication personnelle, 2024). La méconnaissance ou la sous-évaluation des risques, la perception d'une « *tabacologie positive* » sont autant de déterminants qui renforcent l'attractivité de la chicha chez les adolescents participants à cette étude. 83,2% de cette population n'ont pas proposé de réponses à la question relatives à la connaissance des préjudices, des conséquences sanitaires qui pourraient résulter de la consommation de la chicha. Ce fort taux traduit en partie l'ignorance de ces adolescents, des risques sanitaires auxquels les expose la chicha. Or, dans les espaces à chicha, dans les « *grins* », le partager entre les pairs du tuyau à pipe pour fumer la *tabamel* ou sa réutilisation par d'autres clients, est d'une banalité qui n'échappe pas au regard de l'observateur. Ce rituel au caractère trivial observé au cours des séances de chicha, peut être une courroie, une source de transmission de la tuberculose mais aussi des hépatites virales. Les germes de ces pathologies contenues dans la salive peuvent hiverner aisément sur la pipe et infecter à chaque usage la chaîne de consommateurs. Ces risques majeurs semblent être méconnus des adolescents. Selon les

données statistiques présentées dans le tableau 3, seulement 16,8% des adolescents connaissant les dégâts sanitaires que pourrait causer la chicha. Leur connaissance se limite à aux douleurs thoraciques, aux problèmes respiratoires, et aux cancers comme conséquences associées à la consommation de la chicha. 5,6% de ces enquêtés ont identifié les douleurs thoraciques comme une affection potentielle consécutive à la consommation de la chicha.

« Moi j'étais un habitué des coins de chicha ici à Abobo. En tout cas je connais la majorité des vrais coins. Il n'y a pas longtemps j'ai très mal à la poitrine. J'ai eu mal hein. A l'hôpital on m'a demandé si je fumais. J'ai répondu non parce que mon papa était là. Maintenant je fume rarement » (Z.R. Communication personnelle, 2024).

Pour 4,8% des adolescents considèrent que les problèmes respiratoires font partie problèmes sanitaires, des risques de santé susceptibles de nuire aux fumeurs de la chicha. L'inhalation de la fumée produite par la chicha peut être nocive, voire meurtrière. « C'est sur NCI que j'ai appris que la chicha peut créer des problèmes respiratoires. Ils ont fait un documentaire, non un reportage sur les jeunes qui fument la chicha », reconnaît F.Y. (Communication personnelle, 2024). Bien plus, tout comme la cigarette, la chicha peut être potentiellement cancérigène. 6,4% des adolescents le savent.

« Les fumeurs de la chicha et les non-fumeurs courent le risque de mourir brutalement de cancer de poumon, de cancer d'estomac, du cerveau, du foie, de la vessie, etc. En fait les jeunes ignorent que le tabac contenu dans la chicha est très riche en nicotine, et consommé pur à la différence des produits originaires des pays du Moyen-Orient, qui sont mélangés à de la mélasse. La fumée issue de la combustion contient des produits hautement cancérigènes telles les hydrocarbures aromatiques qui passent directement dans les poumons sans être filtrés par l'eau. Les dégâts sont imparables dans le cas du cancer du poumon » (D.B.S., Communication personnelle, 2024).

Outre les risques sanitaires, les personnes qui fument, peuvent développer une dépendance, une addiction à la chicha due à la présence de la nicotine. Le risque de dépendance est avéré. Les données numériques du tableau 1 révèlent que 56,8% des adolescents interrogés, consomment régulièrement, quotidiennement de la chicha. Ils n'ont pas conscience de cette dépendance. 85,6% de ceux-ci n'ont pas connaissance des risques d'addiction à la chicha. Seulement 10,4% des jeunes enquêtés ont conscience des risques de dépendance. « Chaque soir, il faut que je fume un peu de chicha

après avoir fini de manger. Si je ne fume pas, je ne vais pas bien dormir parce que je sens le stress » : avoue T.K. (Communication personnelle, 2024). Cet extrait de propos tient lieu d'une confession qui traduit le drame d'une idylle toxique entre les adolescents et la chicha.

3. Discussion

La réapparition de la chicha ou du narguilé dans l'espace public traduit le renouveau de cet objet issu du patrimoine culturel du Moyen-Orient, dont la consommation a été autrefois délaissée au profit de la cigarette. Symbole d'hospitalité, de convivialité, de sociabilité des peuples du Moyen-Orient, la chicha s'est répandue dans le monde à la faveur des transferts de populations, du tourisme, des échanges imputables à la mondialisation. Autour de cette pratique culturelle orientale, s'est construit un vaste marché. Désormais, la Chine fabrique et exporte des narguilés. Pour traduire l'importance du contact du reste du monde avec la chicha, C. Kamal (2007) écrit : « La pratique du narguilé a pris rang d'épidémie alors qu'il n'y a pas si longtemps, elle ne représentait qu'un usage traditionnel, sporadique de produit à base de tabac... ». Plusieurs régions du monde l'influence culturelle de la chicha est observable, prégnant. En France par exemple, dans la région de Paris, l'ouverture de salons de type « *néo-orientale* » tant dans leur décoration que par la raison commerciale, se multiplie (C. Kamal, 2007). La consommation de chicha ou narguilé se banalise. En Côte d'Ivoire, notre étude conduite dans la ville d'Abidjan, montre que les jeunes adolescents (15 à 17ans) sont réceptifs, perméables à cette pratique orientale. La consommation de la chicha se généralise dans cette population. Certains adolescents consomment quotidiennement la chicha, quand une frange non moins importante de cette population la consomme souvent. L'appropriation récente de ce rituel culturel extérieur aux réalités culturelles ivoiriennes, résulte d'un « *soft power* » involontaire, non structuré dérivé du contact entre les populations ivoiriennes et les communautés du Moyen-Orient fortement implantés en Côte d'Ivoire depuis plusieurs décennies. Le « *soft power* » repose sur la capacité, l'habileté à séduire, à attirer, façonner les préférences des autres, à imposer de façon subtile son modèle culturel (J. Nye, 1990 ; F. Chaubet, 2013). Ces expatriés ont assuré la continuité culturelle en dépit de l'éloignement des sphères géographiques. La dimension sociale, artistique de la chicha ont séduit les populations, et ont conduit à un mimétisme, à une adhésion à cette pratique culturelle orientale. Au fil du temps, sous médias sociaux numériques ont contribué à consolider cette emprise

culturelle à travers des agents d'influences, des espaces et des contenus numériques consacrés à construire un argumentaire favorable à la consommation de la chicha, à la promotion de marques, de produits et services (A. Yavo et S. Yapi, 2022 ; C. Normandin, 2023). Sur ces réseaux sociaux sont fréquentés par les adolescents. Pour ces adolescents, la pratique de la chicha n'est guère accidentelle. Elle repose sur des motivations orientées vers des finalités. Ainsi, le consentement autour de la chicha, tient pour certains à un besoin d'affirmation de soi. Dans la pyramide ou la hiérarchisation des besoins proposée par A. Maslow (1943), le besoin d'estime de soi, est l'avant dernier chaînon, pallier avant d'atteindre le sommet de la pyramide consacré au besoin d'accomplissement. La quête du besoin d'affirmation de soi qui constitue avec celui de l'accomplissement le sommet de la pyramide, suppose la satisfaction des besoins inférieurs par les adolescents prétendant à ce niveau de besoin. Pour ces adolescents, ce n'est pas une évidence. De par son profil, cette catégorie sociale n'a pas les arguments économiques et sociaux pour s'en prévaloir parce que placée sous la tutelle parentale. Toutefois, ce besoin reste légitime dans une société où la mise en scène de soi est constitutive de la construction de son identité, où l'image projetée doit être suffisamment forte pour susciter respect, considération et admiration de la communauté. La chicha se pose alors comme un artéfact doté d'un fort coefficient de valorisation, de distinction sociale, même si l'on ne peut occulter la quête du plaisir et le conformisme aux tendances nouvelles comme pulsions à la consommation du narguilé. Le plaisir gustatif que procure la saveur des arômes fruités de la chicha lui confère le statut d'un tabagisme sans danger selon la perception d'une portion importante d'adolescents. Notre étude met en lumière le déni, la méconnaissance des risques de maladies et d'addiction liés à la chicha. Dans l'imaginaire des adolescents, la chicha est moins ou pas du tout dangereuse que la cigarette. En effet, selon certaines idées reçues le passage de la fumée dans la chambre à eau lors de la combustion du tabac, permet de la dépouillée des produits chimiques nocifs pour la rendre pure (T. Medinal et J. Zhou-Zhou, 2020). Ainsi la consommation de la chicha épargnerait les individus de tous risques sanitaires, et puis ses constituants fruités ne peuvent en aucun cas générer une addiction ou une dépendance. Prenant le contre-pied de cette perception, dans le bulletin d'information en ligne, Gaskinga Info (2020), F. Kassaga (2020) écrit ce qui suit :

« ... la chicha procure un plaisir morbide aux jeunes homme et jeunes filles qui s’y adonnent et crée l’accoutumance chez les consommateurs qui, du coup, n’arrivent plus à s’en passer, le phénomène étant par ailleurs un plaisir à la mode ».

Bien plus, « L’usage du narguilé n’apporte pas seulement de la nicotine, l’analyse chimique du charbon utilisé montre qu’il contient une concentration similaire de plomb et d’azote et une concentration plus élevée de métaux lourds. Il contient même 7 substances cancérigènes, 39 dépresseurs du système nerveux central et 31 irritants pulmonaires, en plus du monoxyde de carbone présent dans la fumée inhalée lors de la combustion » : renchérit (T. Medinal et J. Zhou-Zhou, idem).

Les substances chimiques dérivées de la fumée produite par la chicha sont potentiellement néfastes pour la santé des consommateurs actifs et passifs. S’inscrivant dans la dynamique de préserver la santé des populations contre les effets indésirables du tabagisme aussi bien actif que passif, les pouvoirs publics ont promulgué en 2012 le décret N°2012-980 du 10 octobre 2012 portant interdiction de fumer dans les lieux publics et les transports en communs¹. En application à cette loi, plusieurs espaces de chicha ont été fermés. Néanmoins, avec du recul et une observation attentive, il ressort qu’en dépit de la répression, les shops et bars à chicha prolifèrent à Abidjan. L’idéal aurait été de procéder en amont à une vaste campagne d’information, de sensibilisation citoyenne sur les risques majeurs attribués à la chicha en utilisant les médias classiques, les médias sociaux, les agents d’influence. La connaissance et la compréhension des risques permettront aux adolescents de construire leur propre système de croyances et d’évaluer pleinement les risques associés à la pratique du narguilé. A cette approche éducative centrée sur la connaissance des risques de la chicha, peuvent se greffer les compétences personnelles et sociales. Il s’agit de « *compétences de vie* » prônée par l’OMS (1993, cité par C. Michaud, et al., 2003 ; H. Beaucher, 2021) et qui renvoient à la faculté à faire face au changement, à résoudre des problèmes, communiquer, à contrôler ses émotions, à anticiper les conséquences de ses actes, et à développer l’estime de soi. Il s’agit concrètement de développer les connaissances, les aptitudes, les compétences, les réseaux de soutien leur permettant d’échapper au piège de la dépendance de la chicha.

¹ <https://loidici.biz/2018/09/16/linterdiction-de-fumer-dans-les-lieux-publics-et-les-transports-en-commun/lois-article-par-article/plus-de-textes-de-lois/textes-de-lois-une-page/6273/naty/>

Cela suppose la déconstruction de l'idée selon laquelle la consommation de la chicha s'inscrirait dans une dynamique positive.

Conclusion

La chicha, une pratique sociale d'origine orientale, a conquis une multitude de consommateurs à travers le monde. Contrairement à la cigarette, sa préparation est un rituel qui requiert une habileté particulière. La variété des parfums, des saveurs, des arômes fruités, fonde la singularité de cette pipe à eau qui offre à ses amateurs une alternative de consommer le tabac sous une autre forme. En Côte d'Ivoire, plus précisément à Abidjan, les shops à chicha, les bars et maquis à chicha, les espaces privés ont pignon sur rue. Le dynamisme du marché de la chicha dans la capitale économique traduit l'adhésion des populations à ce produit. Dans ces espaces dédiés à la consommation de la chicha, il n'est pas rare de remarquer la présence d'adolescents âgés de 15 à 17 ans, dont une frange importante consomme habituellement, quand d'autres la consomment à intervalle irrégulier. L'étude des motivations révèle que le besoin d'affirmation de soi, le plaisir hédoniste, et le besoin de conformer aux tendances de son temps, sont autant d'arguments déployés par ces jeunes enfants pour justifier leur idylle avec le narguilé. Malheureusement, nourris à la sève d'un *tabagisme positif* de la chicha, ils n'ont pas conscience et connaissance des risques sanitaires et de dépendance que représente la chicha. Des études antérieures ont mis en lumière le potentiel *addictogène* (dépendance physique et psychologique) de la chicha car contenant deux fois plus de nicotine que la cigarette ; les milliers de substances chimiques contenues dans la fumée de la chicha, peuvent être à l'origine de maladies cardiovasculaires, de cancers des poumons, du foie, de la dégénérescence du cerveau ; le partage de l'embout de la pipe peut exposer les adolescents à herpès, aux hépatites, à la tuberculose. La gravité, l'ampleur du désastre que pourrait occasionner la consommation de la chicha, commande d'orienter notre réflexion vers une approche éducative sur la connaissance des risques liés à la chicha.

Références bibliographiques

- AUDERA Carmen et DA COSTA Vera Luiza, 2005, Les conséquences sanitaires de l'épidémie tabagique dans les pays francophones de l'Afrique de l'Ouest et les mesures de contrôle du tabac, Disponible sur <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/10253823050120040103>, consulté le 16/08/2024
- ABIJAUDI Joanna, 2009, La communauté libanaise de Côte d'Ivoire, ou l'histoire du baobab centenaire qui abrite le cèdre millénaire, In https://www.lorientlejour.com/article/630402/La_commun_aute_libanaise_de_Cote_d%2527Ivoire%252C_ou_l%2527histoire_du_baobab_centenaire_qui_abrite_le_cedre_mille_naire.html, consulté le 16/08/2024
- BEAUCHER Hélène 2021, Les compétences de vie : une priorité internationale, <https://journals.openedition.org/ries/10724>, consulté le 16/08/2024
- BOURGI Albert, 2005, Libanais en Afrique, ou d'Afrique ? <https://shs.cairn.info/revue-oultre-terre1-2005-2-page-149?lang=fr>, consulté 14/08/2024
- BOUTROS Labaki, 1993. L'émigration libanaise en Afrique Occidentale sud-saharienne. In: *Revue européenne des migrations internationales*, vol. 9, n°2, pp. 91-112; https://www.persee.fr/doc/remi_0765-0752_1993_num_9_2_1357, consulté 17/09/2024
- CHAUBET François, 2013, Rôle et enjeux de l'influence culturelle dans les relations internationales disponible sur <https://shs.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2013-1-page-93?lang=fr>, consulté le 26/09/2024
- CHAOUACHI Kamal, 2022, « Le narguilé (chicha, hookah) : une épidémie venue d'Égypte ? », *Égypte/Monde arabe* URL : <http://journals.openedition.org/ema/1776> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ema.1776>, consulté le 26/09/2024
- KASSAGA Firmin, 2020, La chicha : Un plaisir qui tue, <https://gaskiyani.info/ha/la-chicha-un-plaisir-qui-tue/>, 17/09/2024
- MANSOURI Samy, 2020, Comment expliquer le succès mondial de la chicha ? <https://www.ouest-france.fr/leditiondusoir/2020-02-07/comment-expliquer-le-succes-mondial-de-la-chicha-4c33efb1-e9a3-4f89-8a94-fb454a748c0b>, consulté le 16/08/2024

- MASLOW Abraham, 1943, Théorie de la motivation humaine, dans *Psychological Review*, 50, 370-396, disponible sur <https://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>, consulté le 20/08/2024
- MEDINA Toreres et ZHOU-ZHOU Jorge, 2020, Les idées reçues concernant la consommation de la chicha chez les jeunes : une révision systématique actualisée, https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/68180/FR_TOR_1.pdf?sequence=4&isAllowed=y, consulté le 17/09/2024
- MICHAUD Claude, et al., 2003, Tabac : connaissances, motivations et souhaits de lycéens du Doubs. Réflexions pour la prévention, <https://shs.cairn.info/revue-sante-publique-2003-1-page-69?lang=fr>, consulté le 20/08/2024
- NORMANDIN Caroline, 2023**, Quand les réseaux sociaux mettent la vapoteuse sous les projecteurs, disponible sur <https://info-tabac.ca/quand-les-reseaux-sociaux-mettent-la-vapoteuse-sous-les-projecteurs/>, consulté le 20/08/2024
- NYE Joseph, 1990, *Bound to Lead : La nature changeante de la puissance américaine*, New-York
- OMS, 2023, Tabac, <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>, consulté le 16/08/2024
- VINCOURT Sarah et KOUYATE Souleymane, 2012, Ce que « parler au grin » veut dire : sociabilité urbaine, politique de la rue et reproduction sociale en Côte d'Ivoire, *Politique africaine* 2012/3 N° 127, disponible sur <https://shs.cairn.info/revue-politique-africaine-2012-3-page-91?lang=fr>, consulté 10/09/2024
- YAVO Anicet et YAPI Sasso, 2022, Analyses sociologiques des déterminants de la consommation de la chicha et sensibilisation sur les risques sanitaires chez les consommateurs à Korhogo, https://graphiesfrancophones.org/wp-content/uploads/journal/published_paper/volume-2/issue-3/PNbnCuGI.pdf