



Magazine Psychologie : Fumer tue

Rubrique : actualités - Date : lundi 30 mai 2005

Le magazine Psychologies, dans son numéro de juin, s'est posé la question de l'impact réel des messages de prévention sur les paquets de cigarettes. Pour Psychologies « la menace est claire : si vous m'achetez, je vais vous détruire vous et vos proches ». Et « elle sera bientôt renforcée par des photos chocs ». Pour le mensuel, « les quatorze messages recouvrant, depuis 2003, les paquets de cigarettes de l'Union européenne » font peur. Ils « jouent sur cette émotion primaire », mais le choc ne dure pas et, « une fois la surprise passée, « tue », « cancer » ou « mort » ne sont plus que des mots dont on oublie bientôt le sens ». Pour Psychologies, ce type de prévention semble donc condamnée à aller crescendo dans l'horreur ». C'est ce que s'apprête à faire les autorités sanitaires européennes, qui vont mettre à la disposition des pays membres une banque de quarante-deux images adaptés aux messages écrits et que chaque état membre aura la liberté de les apposer ou non sur les paquets. « Cela suffira t-il à convaincre les fumeurs ? ». Le journal a posé la question au psychanalyste Philippe Grimbart. Pour lui « le plus efficace reste « malheureusement » la répression ». Et le journal d'expliquer que cette répression peut être « indirecte par la hausse des prix, ou radicale, avec l'interdiction totale de fumer dans tous les lieux publics ». Et Psychologies de conclure que cette disposition est déjà appliquée dans plusieurs pays et qu'elle « pourrait entrer en vigueur en France ».

Pour illustrer son article, Psychologies publie également des réactions de fumeurs et le décodage de Philippe Grimbart. Le psychanalyste indique, à propos des messages « fumer tue », ou « fumer provoque le cancer mortel du poumon », que « jouer sur la peur et la menace est totalement paradoxal, car la mise en danger fait partie intégrante du plaisir du fumeur. Son acte est motivé par la pulsion de mort ». En revanche, au sujet du message « fumer nuit gravement à votre santé et à celle de votre entourage », le psychanalyste pense que « responsabiliser le fumeur est une méthode à la fois plus positive et plus efficace, car elle lui fait prendre conscience qu'il est en train de porter atteinte au lien à l'autre ». Le message sur la virilité lui semble plus intéressant, car « du côté de la pulsion de vie ». Et d'expliquer que « ce message fait écho à la théorie freudienne sur l'acte masturbatoire de l'usage du tabac. Autrefois on dissuadait les enfants de se masturber par la menace « on va te la couper ». Le message ne dit rien d'autre : « si tu fumes, on va te la couper ». Au sujet « du choc des photos » sur les paquets de cigarettes, Philippe Grimbart parle d'une « image monstrueuse » et souligne que « fumer est un acte prométhéen : on allume toujours une cigarette avec l'idée que l'on joue avec le feu. Et Prométhée, il est là, sur cette photo ». Et d'ajouter que l'on « atteint là la paroxysme du message paradoxal, dont on sait qu'il rend fou ! ». Le journal, qui signale avoir mis en ligne sur son site internet les tests de dépendances et de motivation à l'arrêt, conclut sur le message proposant une aide pour arrêter de fumer. Un message, selon Philippe Grimbart, « bénéfique, car il révèle une écoute, une prise en considération du problème du fumeur : « on sait que c'est difficile, on comprend votre situation, donc on va vous aider ». Et de conclure : « l'idéal serait d'aller encore plus loin, en proposant un vrai travail psychologique pour élucider chez chacun son besoin de fumer et ne pas se limiter à un traitement du symptôme ».