

7



Les représentations

Les représentations



Les représentations liées à la cocaïne peuvent s'appréhender en interrogeant la population générale sur les produits et les politiques publiques mises en place ; on peut aussi s'attacher à considérer les perceptions des professionnels de santé et des usagers du produit ou encore étudier la place occupée par ces sujets dans les médias.

Concernant le grand public, les Français âgés de 15 à 75 ans ont été interrogés sur leurs représentations en matière de drogues en 1999, 2002 et 2008. Une très grande majorité d'entre eux (89 %) considèrent que la cocaïne est une drogue dangereuse, et ce dès son expérimentation. Malgré la diffusion dans la population et la bonne image dont jouit encore cette drogue, notamment dans certains médias, les opinions à son sujet, à l'instar des autres produits (y compris licites), se sont durcies. Concernant les usagers du produit, 82 % des Français estiment qu'ils sont dangereux pour leur entourage et la plupart refusent de les exonérer de leur part de responsabilité, au prétexte d'une maladie ou d'antécédents familiaux difficiles. Cette faible indulgence est plus marquée pour les consommateurs de cocaïne que pour ceux d'héroïne ou pour ceux qui consomment de grandes quantités d'alcool.

Interrogés dans le cadre d'une enquête européenne, plus de 9 jeunes

Français sur 10 considèrent que la consommation de cocaïne peut entraîner des risques sanitaires moyens ou élevés et sont favorables à son interdiction.

Du côté des professionnels de santé, spécialisés ou non dans le champ des drogues, deux profils de consommateurs sont classiquement évoqués : d'une part, les usagers de cocaïne « hyper insérés » et, de l'autre, ceux de crack et les poly-usagers, très précaires. Cette représentation dualiste ignore les consommateurs insérés qui peuvent aussi présenter des usages problématiques. Établies sur leurs connaissances en matière d'opiacés, les représentations de ces soignants à propos de la cocaïne sont parfois biaisées et peuvent minorer les dangers du produit.

Du point de vue des usagers, ces professionnels connaissent encore mal ce produit et ses effets et prennent peu en considération leurs demandes liées à la cocaïne, contrairement à celles relatives aux opiacés. Les usagers se sentent incompris des professionnels de santé et abordent peu leur consommation de cocaïne avec eux, l'absence d'échanges étant renforcée par la minimisation, voire la négation chez ces usagers des difficultés liées à cette consommation.

Dans leur rapport à la cocaïne, les usagers gardent une image positive de drogue festive, peu dangereuse et facile

à contrôler. Ils louent son côté stimulant, convivial et relativement inoffensif ; elle leur procure une sensation de confiance et de performance. Mais cette opinion positive est plus nuancée avec l'intensification de la consommation, le passage au free base ou à l'injection, vécus comme un début de perte de contrôle sur le produit. Le crack garde quant à lui une image sombre.

Dans les médias, la cocaïne fait l'objet de nombreux articles et reportages depuis une dizaine d'années. Alors que les professions intellectuelles supérieures, dont font partie les journalistes, sont relativement plus consommatrices de la substance, celle-ci semble provoquer à la fois une fascination et un profond rejet, selon qu'elle se présente sous sa forme poudre ou basée. Elle autorise un traitement binaire, à la fois diabolisant et glamour.

Les sujets en lien avec les trafics de cocaïne sont plus souvent abordés que le volet sanitaire, délégué à des médecins spécialistes, qui détaillent les risques et conséquences liés à l'usage. Les données de niveau d'usage, censées objectiver le propos, viennent parfois servir la dramatisation. Tout comme les témoignages de consommateurs, avec la particularité pour la cocaïne de concerner des vedettes, dont on fait le récit des dérives avant de recueillir, éventuellement, leur mea culpa.

Si l'approche dans les sujets est commune, la sémantique l'est aussi : les termes catastrophistes, se multiplient, tout comme les jeux de mots dénotant une certaine proximité avec le produit et ses usagers, notamment dans la presse jeune et urbaine.

Mais concernant le crack, les termes se font très négatifs et s'accompagnent d'images de déchéance et de marginalité... Le cracker a peu à peu remplacé l'héroïnomane des années 1990 pour incarner la figure du toxicomane.

Au final, la cocaïne bénéficie d'une représentation plutôt positive, mais certains signes laissent néanmoins penser que celle-ci pourrait évoluer. D'un côté, quelques manifestations d'une détérioration de l'image de la cocaïne ont été observées auprès des usagers, dont les plus expérimentés ressentent les effets délétères, avec un rapport qualité/prix jugé de moins en moins bon. De l'autre, certains magazines branchés commencent à démystifier la cocaïne. Un tel retournement avait déjà eu lieu par le passé. Ainsi, dans les années 1930, après avoir suscité l'engouement de certains milieux artistiques et de la nuit, la cocaïne avait connu une baisse de popularité.



7.1 Les représentations et les perceptions de la cocaïne

Julie-Émilie Adès, Tiphaine Canarelli, Michel Gandilhon

Grand public, professionnels du champ sanitaire, usagers... La perception de la cocaïne et de ses consommateurs comme l'appréciation des risques induits par sa consommation sont loin d'être uniformes et varient en fonction des publics interrogés, tandis que la forme de la substance et son mode de consommation peuvent également influencer sur ces opinions. Ce chapitre rassemble les données récentes disponibles sur ces questions et les décline par populations.

UNE SUBSTANCE ET DES USAGERS PERÇUS COMME DANGEREUX EN POPULATION GÉNÉRALE

L'analyse des représentations en matière de drogues en population générale est récente. En 1999, l'OFDT a mis en place autour des opinions des Français relatives aux substances psychoactives l'enquête EROPP (Enquête sur les représentations, opinions et perceptions sur les psychotropes). Celle-ci a été reconduite en 2002 et fin 2008 [43]. Les questions portent notamment sur la perception de la dangerosité des différents produits,

dont la cocaïne, ainsi que sur les usagers de ces substances.

Juste derrière l'héroïne

Les résultats permettent d'apprécier les jugements des Français sur la cocaïne au regard des autres drogues puisqu'en 2008 les avis concernant cinq substances illicites et licites (héroïne, cocaïne, cannabis, tabac et alcool) peuvent être comparés.

Quand on les interroge pour savoir si, selon eux, les produits sont dangereux dès qu'on les essaie ou selon d'autres seuils (quantité en une occasion, consommation quotidienne...), les Français estiment majoritairement que tous les produits illicites constituent un risque dès l'expérimentation. Mais leur appréciation des produits diffère.

En 2008, près de 9 Français sur 10 (89 %) jugent la consommation de cocaïne dangereuse dès le premier usage ; c'est un peu plus qu'en 1999 et 2002 (85 % et 83 %) (figure 1). Ces chiffres situent la cocaïne juste derrière l'héroïne (92 %), produit pour lequel le sentiment de dange-

rosité dès l'expérimentation a également augmenté entre 1999 et 2008. Le cannabis se place en troisième position, assez loin derrière (62 % des personnes estiment qu'il est dangereux dès qu'on l'essaie). Cette hiérarchie de la dangerosité perçue des produits ne s'est pas modifiée au cours des dix dernières années. Dans le même temps, la très faible proportion de personnes jugeant que seule la consommation quotidienne de cocaïne est dangereuse s'est encore réduite entre les deux dernières enquêtes, passant de 8 % à 6 % entre 2002 et 2008.

Globalement, dans un contexte où, quel que soit le statut légal des substances, la perception des Français a évolué vers une plus grande appréhension à l'égard des produits psychoactifs, la tendance constatée pour la cocaïne est parfaitement cohérente avec ce phéno-

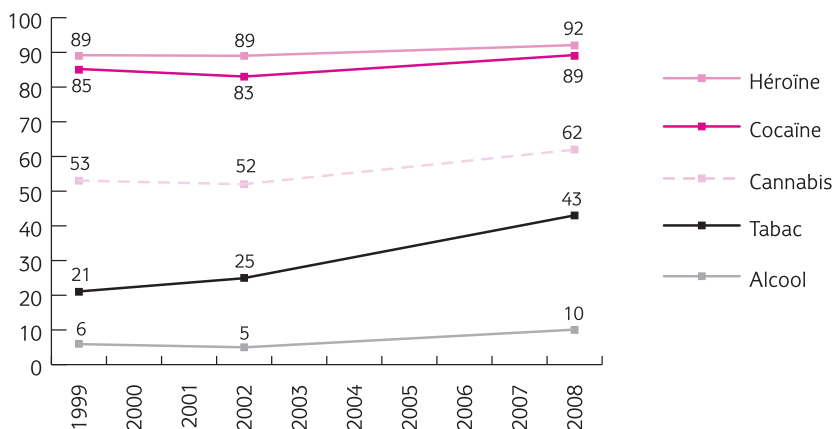
mène. Ni l'augmentation de la diffusion du produit au cours de la décennie, ni l'image favorable dont elle peut parfois bénéficier dans certains cercles (voir chapitre 7.2), ne viennent contrarier ces jugements.

Refus d'exonérer

Dans le même temps, plusieurs questions relatives aux représentations à l'égard des usagers de ces drogues ont, pour la première fois, été posées lors de l'enquête EROPP de 2008.

Plus de 8 Français sur 10 (82 %) jugent que les consommateurs de cocaïne sont un danger pour leur entourage (figure 2). Les chiffres correspondants pour l'héroïne et les « gros » consommateurs d'alcool sont respectivement de 84 % et de 90 %.

Figure 1 - Évolution de la perception de la dangerosité des drogues* entre 1999 et 2008 (en %)



* Pourcentage de personnes jugeant que la consommation d'héroïne, de cocaïne, de cannabis, de tabac et d'alcool est dangereuse dès l'expérimentation

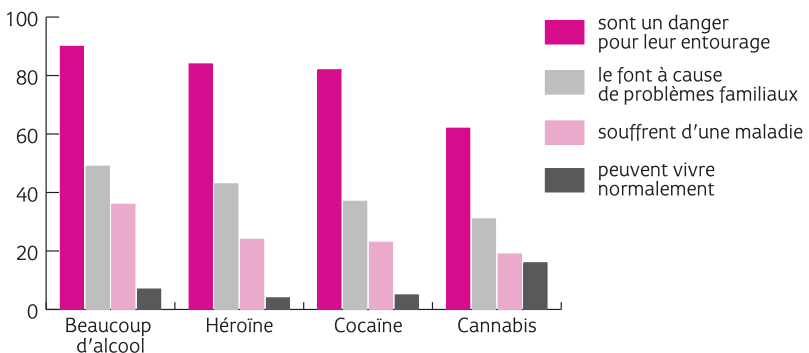
Source : EROPP (OFDT)

En parallèle à ce jugement, les personnes interrogées semblent trouver peu de circonstances atténuantes à ces consommateurs. Pour la cocaïne, moins de 4 personnes sur 10 jugent que les usagers le font à cause de problèmes familiaux (37%), les femmes étant un peu plus nombreuses que les hommes à mettre ce point en avant (41 % vs 33 %). Autre élément, à peine un peu plus de 2 personnes sur 10 (23 %) estiment que les usagers souffrent d'une maladie. Concernant cette modalité, les personnes les plus âgées (55-75 ans) mettent plus souvent cet aspect en avant (31 % vs 19 % chez les 15-34 ans et 21 % chez les 35-54 ans). Enfin, il convient de souligner que ce faible niveau d'indulgence vis-à-vis des usagers, ce refus de les considérer comme des victimes de maladie ou de difficultés familiales, est encore plus marqué pour la cocaïne que pour les usagers de quantités importantes d'alcool ou les consommateurs d'héroïne.

REPRÉSENTATIONS PARFOIS ERRONÉES DANS LE CHAMP SANITAIRE

Malgré la diffusion de la cocaïne, les connaissances du monde médical sur la substance et ses usagers sont parfois encore lacunaires. Ce résultat émane d'une étude exploratoire, commandé par l'OFDT à l'Observatoire régional de la santé (ORS) de Midi-Pyrénées en 2007 [66]. Cette enquête (voir chapitre 6.2) a été conduite à partir de 107 entretiens de professionnels de soins susceptibles d'être impliqués dans de telles prises en charge (93 entretiens individuels et 14 groupes de discussion d'équipes) à Paris, Toulouse et en Martinique. Les types de professionnels interrogés pouvaient ainsi être des intervenants (médecins, psychologues ou travailleurs sociaux) exerçant dans des structures dédiées à l'addictologie (CSAPA, équipes de liaison en addictologie, structures de première ligne) ou dans des

Figure 2 - Représentations sur les consommateurs de drogues* en 2008 (en %)



* Pourcentage de personnes qui pensent que ceux qui prennent beaucoup d'alcool/de l'héroïne/de la cocaïne/du cannabis...

Source : EROPP 2008 (OFDT)

Perceptions des jeunes dans l'Union européenne

Les résultats de la dernière enquête Eurobaromètre sur les attitudes des jeunes face aux drogues [186] peuvent également apporter quelques éléments d'information relatifs à la cocaïne (malgré les limites liées à la taille des échantillons de chaque pays, voir Repères méthodologiques en annexe). Au total, 12 000 jeunes âgés de 15 à 24 ans ont été interrogés sur différents items dans les 27 pays de l'Union européenne au mois de mai 2011. Cette tranche d'âge, parmi les plus concernées par l'usage du produit, a notamment été questionnée sur trois grands thèmes : les risques sanitaires, le statut du produit et son accessibilité.

Perception des risques sanitaires

Les conséquences sanitaires liées à un usage régulier de cocaïne sont réelles, selon les jeunes Européens : 95 % des 15-24 ans de l'UE estiment qu'une consommation de ce produit peut entraîner un risque sanitaire élevé ou moyen. On constate peu de variations pour cet item selon les pays. En revanche, les réponses sont moins unanimes dès lors que cette question du risque est abordée à propos d'un usage plus exceptionnel (c'est-à-dire un ou deux usages dans la vie). La part moyenne des Européens estimant qu'il y a un risque élevé ou moyen est alors de 66 %. Les jeunes Français interrogés semblent un peu plus sensibles aux risques puisqu'ils répondent positivement à 96 % et à 73 % aux deux questions.

Interdiction du produit

À propos du statut illicite de la cocaïne, les jeunes Européens interrogés approuvent massivement son interdiction (94 %). À titre de comparaison, héroïne et ecstasy se situent également au-delà de la barre des 90 % (respectivement 96 % et 92 %), alors que le niveau atteint à propos de l'interdiction du cannabis est de 59 %. Pour leur part, les jeunes Français interrogés en 2011 à propos de la cocaïne approuvent son interdiction à 92 %.

Accessibilité perçue

En moyenne, 22 % des jeunes Européens estiment qu'il leur serait très facile ou facile de se procurer de la cocaïne dans les 24 heures. Ces chiffres sont identiques à ceux de l'ecstasy, plus élevés que pour l'héroïne et moindres que pour le cannabis. Ce pourcentage moyen cache de grandes disparités (certains pays étant autour de 5 % quand d'autres se situent autour de 40 %). Le niveau de la France est pour sa part de 20 %. En fait, il apparaît que ce sont les cinq pays (Espagne, Danemark, Italie, Irlande Royaume-Uni) où les niveaux de consommation sont les plus élevés chez les jeunes adultes (voir chapitre 3.3) que l'on retrouve (dans un ordre légèrement différent) en tête de ce « classement » selon la disponibilité.

disciplines potentiellement concernées par la prise en charge directe de patients présentant des conséquences sanitaires liées à la consommation de ce produit (urgences, cardiologie, neurologie, obstétrique et psychiatrie notamment) (voir chapitre 5.1).

Cristallisation autour de deux figures de consommateurs

Il ressort de cette analyse que, globalement, deux grandes catégories sociales polarisent les représentations des intervenants sanitaires. Ces derniers distinguent les classes sociales très aisées socio-économiquement (« hyper-insérées ») et consommant de la cocaïne sous sa forme chlorhydrate, d'une part, et les couches marquées par une forte précarité sociale incarnées par les polyconsommateurs et surtout par les usagers de crack, d'autre part. Dans cette logique, tout oppose les deux groupes puisque les premiers sont, d'après les personnes interrogées, issus des beaux quartiers et sniffent la cocaïne en milieu festif alors que les seconds vivent dans des squats du nord de Paris et fument du crack dans un contexte de polyconsommation et de très grande précarité. Cette cristallisation « bipolaire » occulte la part importante de consommateurs socialement insérés rencontrant également des usages problématiques de cocaïne et méconnaît la diffusion de ce produit dans des couches plus diversifiées de la population française [66].

Méconnaissances et référentiels inappropriés

Il apparaît que les représentations des soignants sont dans l'ensemble majoritairement structurées par leurs connaissances en matière d'opiacés et la dépendance physique qui y est associée. En parallèle, l'étude montre que les connaissances concernant la cocaïne, le crack et le free base ne sont pas toujours bien établies. Dans ce contexte, la représentation de la cocaïne comme drogue festive peu dangereuse reste partagée par nombre de soignants qui, face aux problèmes posés par le crack ou l'injection, auraient tendance à minorer les risques de la consommation par voie nasale.

En regard, les usagers interrogés par la même étude sur leurs perceptions relatives aux professionnels¹⁵⁸ rapportent souvent une méconnaissance de ceux-ci face à leurs troubles ainsi qu'une incompréhension quant aux effets du produit. Un usager précise par exemple que « [les spécialistes ne] comprennent pas. L'héro, ils la connaissent quand même un peu, c'est physique [...]. Mais là, ce qu'il y a là-dedans [la tête], [...] malheureusement, ils arrivent pas à comprendre ». Certains usagers de cocaïne sont convaincus que les soignants n'auraient qu'une seule réponse aux problèmes de toxicomanie, à savoir la prescription de traitements de substitution aux opiacés (TSO), et qu'il faudrait qu'ils [les usagers] « passent » ou « repassent » par les opiacés pour démarrer des soins spécialisés. C'est pourquoi certains préfèrent taire ces

158. Au cours de l'étude précédemment rapportée, 37 entretiens ont également été menés auprès d'usagers issus de milieux insérés ou en situation de grande précarité.

consommations, en particulier ceux qui bénéficient d'une prescription de médicaments de substitution aux opiacés, de peur d'être exclus du protocole de soins. Ainsi, les espaces de soins, en particulier la médecine générale, ne sont pas pour ces usagers des lieux propices où ils peuvent faire part de leurs difficultés de consommation de cocaïne ; d'autant qu'aucune thérapeutique spécifique n'y est envisagée. L'anticipation de l'absence de réponse thérapeutique entraîne, de fait, l'absence de demande. De plus, comme une part non négligeable d'usagers ne considèrent pas leur consommation comme problématique ou à risque, cette absence d'échange s'en trouve renforcée [66].

LE POINT DE VUE DES CONSOMMATEURS

Un effet de « grosse confiance »...

Associée à l'univers festif et à une certaine idée de la réussite sociale, la cocaïne, sous sa forme chlorhydrate, a bénéficié auprès de ses usagers d'une image largement positive au cours des quinze dernières années. Dès lors qu'elle est consommée avec modération, dans un cadre festif et sous forme sniffée, la cocaïne est perçue comme une substance dont la consommation pourrait « se gérer ». Elle est alors souvent jugée par les consommateurs comme moins nocive que d'autres drogues illicites. Ainsi, le risque infectieux lié au partage des pailles paraît totalement négligé par certains usagers des espaces festifs [26].

L'analyse des discours tels qu'ils apparaissent dans une étude récente sur les carrières de consommation de cocaïne

chez les usagers cachés [164] est également instructive. Dans les propos rapportés des consommateurs, l'aspect stimulant et dopant d'un produit qui permet de se « tenir éveillé » est largement mis en avant, tout au moins au début des « carrières de consommation ». Certains parlent de « vitamine ». Outre l'endurance, des effets positifs liés à la convivialité, voire à la stimulation sexuelle, sont également mentionnés par les usagers. Lesquels, en parallèle, revendiquent de ne pas ressentir de conséquences négatives ou, en tout cas, de les considérer comme mineures. « Avec la coke, on a vraiment l'impression d'être, c'est une impression juste, d'être en toute possession de nos moyens tout en ayant derrière un effet de [...] un effet de grosse confiance. » [164].

Drogue de la performance ? En fait, la cocaïne est plutôt pour ces usagers la drogue de l'image de la performance, d'une illusion de la performance [75].

Perturbations et perceptions négatives

Les impressions deviennent d'ailleurs beaucoup plus nuancées, voire négatives, lorsque l'usage s'intensifie ou que le produit n'est plus sniffé. Les rapports successifs du dispositif TREND de l'OFDT ont mis en lumière le fait que les injecteurs de la substance subissent les contrecoups d'un mode d'administration perçu comme dégradant [11].

En fait, chez les consommateurs qui connaissent une période d'usage intensif de cocaïne, comme chez les usagers réguliers et chroniques qui ont souvent recours au free base, la « subtilité » des effets précédemment mise en avant n'est absolument plus de mise. Certes, une part des

consommateurs évoquent le free base comme un produit pur, voire haut de gamme [173, 183], et « tous confirment que l'administration en free base transforme radicalement les effets de la cocaïne » [164]. Mais, dans le même temps, les conséquences néfastes sont rapidement décrites. Le repli sur soi, les difficultés des relations sociales et familiales et surtout le sentiment de perte de contrôle sont largement évoqués. Compte tenu de la focalisation sur le produit qu'elle entraîne, c'est, le plus souvent, à cette forme free base que sont attribuées les difficultés générées par l'usage.

Si cette forme base s'accompagne pour les usagers d'une modification de la perception de la substance et casse l'image inoffensive et positive de la poudre, les représentations du crack sont, elles, toujours extrêmement sombres. Diamétralement opposé au produit consommé dans les espaces festifs, le crack est perçu, y compris par ses usagers, comme « la pierre du diable », « la pierre des ténèbres » dans les départements d'outre-mer. Tandis que, en métropole, le produit, essentiellement présent dans le nord de Paris, a également une image très négative, à savoir celle d'un « déchet » [26].

Possibles signes de dégradation à surveiller

Depuis 1999, date à partir de laquelle le dispositif TREND a recueilli chaque année des données à ce sujet, le caractère positif de l'image de la cocaïne ne s'était jamais démenti. Or, il semblerait qu'en 2010 les observateurs rapportent une nette détérioration de la figure du chlorhydrate de cocaïne dans les populations rencontrées [140].

Cette dégradation prendrait deux tournures, tenant d'une part à la nature du produit et, d'autre part, aux formes sous lesquelles il circule en France.

S'agissant de la nature du produit, il semble qu'après quinze ans de diffusion ininterrompue, les manifestations négatives en termes sanitaires apparaissent. Ainsi, en 2010, de nombreux intervenants du dispositif TREND font état au sein des populations d'usagers les plus expérimentés d'une prise de conscience relative à la nocivité de la substance.

Dans le même temps, de plus en plus de consommateurs se plaignent, non du produit en lui-même, mais de son rapport qualité/prix qu'ils jugent en nette dégradation. En effet, la diminution du prix moyen du gramme constatée depuis dix ans semble avoir été interrompue (le prix du gramme se situerait dorénavant, selon des données qui restent à confirmer, aux alentours de 70 euros au lieu de 60), faisant de la cocaïne un produit relativement cher. En outre, la teneur moyenne en principe actif aurait tendance à se réduire, suscitant le mécontentement.

Il en va finalement des drogues illicites comme des produits de consommation courants : des mouvements de mode et des retournements de cycle peuvent apparaître du fait de la lassitude des consommateurs. Longtemps jugée comme un stimulant en phase avec son époque, la cocaïne n'a pas toujours bénéficié de la même image et suscité le même engouement (voir encadré). Récemment, d'autres drogues comme l'ecstasy ont connu de tels phénomènes. Même si ces manifestations sont encore minimes, il semble judicieux de scruter les évolutions à venir, afin de déceler si un réel phénomène de modification de l'image de la cocaïne se confirme.

Les premiers usages attestés de cocaïne remontent à la fin du XIX^e siècle. Il s'agit alors d'une utilisation essentiellement dans et par les milieux médicaux, à des fins thérapeutiques notamment. Comme à la découverte de chacune des drogues modernes, le monde médical croit alors avoir trouvé un médicament miracle. Ses propriétés anesthésiques locales ravissent les chirurgiens ophtalmologues et l'on pense pouvoir guérir grâce à elle aussi bien la neurasthénie que la dépendance à l'opium, à la morphine ou à l'alcool. Les principaux cas de cocaïnomanie de cette période découlent de ces usages iatrogènes, certains malades devenant dépendants à la suite d'un traitement ou d'une opération chirurgicale. À la fin du XIX^e siècle apparaît également un usage de vin dans lequel des feuilles de coca ont infusé. Le plus célèbre est celui mis au point par un pharmacien d'origine corse, Angelo Mariani. Son breuvage, le vin Mariani, fait l'objet d'une intense promotion et connaît un large succès [166].

C'est toutefois dans les années 1920 que la cocaïne fait particulièrement parler d'elle, au point de devenir, après la morphine des années 1890 et l'opium de la Belle Époque, un véritable symbole de la décennie 1920-1930. Assimilée à un nouveau péril toxique, véritable déferlante menaçant l'édifice social, la cocaïne concentre alors l'inquiétude des autorités. Ses prétendus ravages font l'objet de campagnes médiatiques retentissantes et exercent une fascination dans le monde artistique (littérature, théâtre et cabaret). À en croire un journaliste de l'époque, on mourait tous les jours de la cocaïne¹⁵⁹, tandis que les estimations les plus fantaisistes sur le nombre de cocaïnomanes circulent : la France en compterait 60 000 selon la presse, et Paris, 80 000 en 1924, selon les dires du préfet [4].

Cette représentation apocalyptique est portée par le climat d'inquiétude plus général qui baigne la France d'après-guerre et par un imaginaire qui fait de la drogue un agent mortifère contaminant le corps social jusque dans ses fondements moraux. L'usage de cocaïne, en particulier, est associé aux plaisirs louches, à une débauche de jouissance synonyme d'un relâchement moral intolérable. La cocaïne serait cet aphrodisiaque licencieux dont s'enivre « la garçonne », femme de mauvaise vie entraînant dans son sillage des individus de peu de vertu. Archétype de la débauche d'un côté, la cocaïne véhicule également l'image par excellence de « la drogue de l'individu moderne emporté dans des flux toujours plus rapides » [161]. Simples, discrètes et rapides, les prises de cocaïne contrastent avec les longs rituels de l'opium.

...

159. Henri Simoni écrit ainsi dans *L'Œuvre* du 5 novembre 1920 : « La cocaïne constitue un danger autrement plus grave [que l'opium]. Elle est répandue partout. [...] On meurt bien rarement de l'opium, on meurt tous les jours de la cocaïne. »

...

À rebours de ce registre sensationnaliste, l'historienne Emmanuelle Retailaud-Bajac propose, dans un ouvrage paru en 2009 [161], une estimation bien moindre de la prévalence des consommations, toutes drogues confondues, fondée sur les statistiques judiciaires et médicales disponibles. Tout en rappelant qu'il n'existe à l'époque aucune donnée statistique fiable, l'historienne avance que, même à considérer que les données disponibles ne correspondent qu'à 1 % de la réalité de l'époque, les usagers réguliers de drogues auraient été au nombre de 10 000. À ses yeux, la réalité se situe quelque part entre 1 000 et 10 000 personnes dans une France qui compte alors 39 millions d'habitants. Elle estime à 5 000 le nombre de consommateurs chroniques, dont plus de la moitié vivrait en région parisienne. En élargissant ce chiffre aux personnes qui ont pu être concernées de façon occasionnelle par la drogue, elle avance qu'il serait peu raisonnable d'aller au-delà des 10 000 à 15 000 personnes touchées par un usage plus ou moins intensif de drogues, ce qui situe la France de cette période à mille lieues de la « société intoxiquée » décrite par les médias de l'époque ou par certains historiens.

Les données concernant la morphologie effective des usages montrent que la cocaïne des années 1920 est surtout consommée dans des contextes festifs. Particulièrement prisée par les artistes et les chanteurs, quand les écrivains lui préfèrent la morphine et l'héroïne, elle symbolise la drogue de la fête et du noctambulisme, présente dans les quartiers de plaisir (Montmartre à Paris, Le Panier à Marseille). Face à l'aristocratique opium, la cocaïne est une drogue vulgaire, « au mieux festive et vaguement crapuleuse » [39]. C'est autour d'elle, à Montmartre, que prendrait forme le trafic de drogue « moderne », commerce de professionnels, structuré en plusieurs échelons, et où « le milieu » est désormais implanté [202].

À partir du milieu des années 1920, un nouveau cycle de consommation va progressivement prendre le relais : celui de l'héroïne. Marginale jusque-là, l'héroïne éclipse la morphine et devient l'opiacé dominant. La cocaïne continue toutefois de circuler dans les milieux de la nuit, restant confinée dans certains cercles aisés ou dans l'univers du banditisme et de la prostitution. Même si elle n'occupe pas une place centrale dans les consommations, elle est également associée aux opiacés dans des pratiques de polyconsommation par lesquelles les usagers cherchent une complémentarité entre détente et stimulation.

Repères méthodologiques

EROPP, Étude « Usages problématiques de cocaïne et de crack : quelles interventions pour quelles demandes ? », Étude « Usagers cachés de cocaïne », Eurobaromètre, TREND

7.2

Les ambivalences du discours médiatique

Julie-Émilie Adès

Parce qu'il contribue à fixer l'agenda public, à définir les questions qui émergent, à influencer les attitudes individuelles ou collectives et enfin à nourrir le débat tout comme les décisions politiques, le discours des médias sur les drogues est un objet d'examen particulièrement pertinent [113]. En outre, pour le grand public qui n'a pas forcément une expérience et une connaissance directes des drogues illicites, les médias sont le principal vecteur d'information [55]. Et ces médias traitent avec régularité du sujet des drogues et de la cocaïne en particulier. Deuxième substance illicite la plus consommée en France, la cocaïne tient une place aux premiers rangs du point de vue médiatique. Quotidiens, hebdomadaires, magazines généralistes ou spécialisés, journaux télévisés, émissions de reportages ou de débats, articles sur le Web... La cocaïne suscite nombre d'échos. Ces différents messages seront d'abord analysés selon leur contenu avant que, dans un deuxième temps, les raisons de cet intérêt ne soient recherchées.

SIMILITUDE DES CONTENUS

Émulation

« Alerte à la coke » en appel de une du *Journal du dimanche*, le 8 décembre 2002 ; « Alerte à la cocaïne », le 29 janvier 2004, à la une du *Nouvel Observateur* ; « Cocaïne l'alerte », en couverture du magazine *Choc* en juillet 2007 ; encore une fois « Alerte à la cocaïne » pour la couverture de *L'Express* le 13 mars 2008 (voir cahier des illustrations) ; puis ce même titre sur une double page du mensuel lycéen *Phosphore* en juin 2009 ; sans compter une émission de 66 minutes sur M6, « Alerte à la cocaïne chez les ados », diffusée le 29 avril 2009... Et il ne s'agit ici que d'un aperçu.

En 2007, l'émission de France 2 « Envoyé spécial » a diffusé, en 8 mois, deux sujets sur la cocaïne (un record) : « Comme une traînée de poudre », le 22 mars, et « Cocaïne, les nouveaux accros », le 22 novembre suivant. Fin 2010, *L'Express* a consacré sa deuxième une en deux ans et demi au sujet, « Cocaïne, la déferlante », le 24 novembre 2010.

Depuis plusieurs années, l'appétence des médias ne se dément pas : la cocaïne est, chaque année, le produit qui suscite le plus d'articles derrière le cannabis. Un sujet « cocaïne » qui semble si populaire que, parfois, l'émulation tourne à la concurrence. Ainsi l'hebdomadaire *Marianne*, le 22 janvier 2011, stigmatise ses homologues qui se sont penchés sur la question juste avant lui. : « Ces dernières semaines, *Les Inrockuptibles*, *Top Santé* et *L'Express* se sont fendus de unes sur l'invasion de la poudre cristalline ». Quant au magazine culturel *Technikart*, dans son numéro de février 2011, il cite un noctambule ironisant à propos du phénomène : « Même *L'Express* en a fait sa couv. Bientôt ce sera *Okapi* ou *Seniors magazine* qui titreront dessus. »

Chiffres et témoignages

Cet engouement général s'accompagne de constantes dans l'angle des articles et la structure des dossiers. Comme les autres drogues, la cocaïne est un motif qui se décline en différentes rubriques. La santé en est un, mais le volet sanitaire est ici loin d'être prioritaire. Il est d'ailleurs souvent délégué par les journalistes, qui ne sont pas des spécialistes, à des médecins (en général les mêmes d'un titre à l'autre) évoquant, lors d'interviews, les risques et les conséquences des usages.

Les chiffres relatifs aux niveaux d'usage sont, en revanche, largement cités car supposés garantir une information fiable et robuste. Or, si l'usage des statistiques officielles est, sous couvert d'objectivité, une façon de vulgariser, il peut permettre de dramatiser [123, 169]. C'est vrai pour tous les produits illicites et particulièrement fréquent pour la cocaïne.

« 250 000 consommateurs. La France menacée par la marée blanche », annonce *Choc* le 19 juillet 2007. « La coke aurait tenté 2 millions de personnes » (*Le Journal du dimanche*, 17 mai 2009). Autre catégorie de chiffres particulièrement sollicitée : l'âge. « Dès 15 ans ils sont accros à la cocaïne », indique *Le Parisien* du 27 janvier 2009.

Les trafics internationaux et locaux, les trajets d'acheminement et les filières sont aujourd'hui parmi les sujets les plus souvent évoqués. Là aussi, il y a inflation de chiffres (pourcentages, kilos, tonnes, euros). « Les saisies ont augmenté de 25 % en 2008 » (*Le Journal du Dimanche*, 17 mai 2009), « 1,4 tonne de cocaïne planquée dans des monocoques » (*20 minutes*, le 24 décembre 2002), « Cent-dix kilos de cocaïne découverts à Neuilly » (*Le Parisien*, 28 novembre 2010), « 150 kg dans des chaussons de danse » (*Le Parisien*, 31 août 2011) ou « 1,5 million dans la voiture des trafiquants colombiens », le 10 novembre 2010 toujours dans *Le Parisien*. Ces trafics de cocaïne sont enfin l'occasion d'évoquer des personnages à la fois coupables et victimes, les mules ou « bouletteux », qui transportent le produit dans leur corps. En juin 2005, « Envoyé spécial » évoque dans un reportage « les passagers de la mort ». *Le Journal du Dimanche* du 1^{er} février 2004 raconte « La triste fin d'une mule ». Le 30 mars 2008, le même journal s'intéresse à Yesenia : « Morte à 15 ans, 47 boulettes dans le ventre ». Tandis que, quelques semaines plus tard, le 1^{er} mai 2008, *Le Nouvel Observateur* consacre ses pages aux « Coursiers de la mort ».

Autre rituel mettant en scène des « caractères » : les incontournables témoignages de consommateurs – anonymes

ou pas – sont légion concernant la cocaïne. « Janis, 14 ans, 10 grammes par mois » (*Le Journal du dimanche*, 17 mai 2009), « Moi, Jérémy, accro à la coke » (*Le Nouvel Observateur*, 29 janvier 2004), « Nous on en prend parce qu'on est heureux » (*Le Monde*, 27 mars 2011). Dans « Coke au féminin », le numéro de *Marie Claire* d'octobre 2006, « Trois femmes racontent comment le piège se referme ». « La cocaïne a brisé ma vie », déclare Alexandre Anthony (fils du chanteur Richard Anthony) dans *Le Parisien* du 30 juin 2008. La particularité de cette drogue réside sans doute dans l'évocation continue des consommations des vedettes : de Kate Moss à Jean-Luc Delarue, Frédéric Beigbeder ou Amy Winehouse, leurs frasques et dérives font l'objet d'une multitude d'articles. Quand il ne s'agit pas de véritable mise en scène d'une confession (Jean-Luc Delarue dans l'émission « Complément d'enquête » le 17 janvier 2011).

« Tics de langage »

Approches communes, angles similaires, témoignages très proches... Il y a aussi les proximités sémantiques.

La récurrence du terme « Alerte » mentionnée plus haut est éloquente. La répétition traduit l'emploi de stéréotypes identiques¹⁶⁰. Ces dernières années, ce mot d'alerte, par ailleurs souvent utilisé pour d'autres drogues (héroïne, drogues de synthèse), paraît n'avoir été que rarement employé à bon escient. (Sauf quand, par exemple, le 13 janvier 2005, *Le Parisien*

titre avec justesse « Alerte au cocktail mortel de cocaïne » et que *France Soir* annonce le même jour « Alerte à la cocaïne atropine ») (voir chapitre 2.3).

Catastrophe, tsunami, déferlante, inondation, épidémie, fléau : de longue date, les médias ont mobilisé ces images pour évoquer les drogues [13]. Aujourd'hui, ce vocabulaire tragique est encore très fréquent : la cocaïne n'y échappe pas, au risque que ces mots semblent presque vidés de leur sens et que les avertissements perdent en efficacité. Parmi les autres « purs tics de langage journalistique » [3], il y a aussi le goût pour la nouveauté. Nouvelles routes du trafic, nouveaux consommateurs, nouveaux accros, nouveaux caïds... Il s'agit à chaque fois de débusquer et de révéler.

Enfin, autour du chlorhydrate, les articles filent des métaphores identiques. Il y a des cohortes de lignes et de rails. Et quantité de « poudreuse », « traînée de poudre », « cristalline », « flocon », « blanche », etc. Le 22 octobre 1984, *le Point* titrait : « Cocaïne. Marée blanche sur la France » ; le 21 août 2008, c'est « L'or blanc des blacks des cités ». Autant d'éléments de langage finalement déconnectés du sujet, autant de jeux sur les mots qui peuvent contribuer à marquer une forme de proximité avec l'univers de la « coke »¹⁶¹, comme il est souvent dit par connivence.

Même si le Code de la santé publique (article L.3421-4) précise que toute représentation favorable d'un produit, en particulier dans la presse, peut être réprimée (voir chapitre 6.1), même si, en 2003, le

160. Déjà, le 8 septembre 1969, *Le Nouvel Observateur* titrait... « Alerte à la drogue ».

161. Héro, méth, méph... de façon générale, les médias aiment jouer sur les abréviations pour évoquer les drogues.

rapport du Sénat « L'autre cancer » dénonçait à propos des vedettes du show-business et des médias « le bruit de fond complaisant envers la drogue » [147], ce ton a tendance à perdurer et à être relayé. Ainsi, en juin 2010, une soirée consacrée aux dangers de la cocaïne organisée à la Conciergerie par la Préfecture de police de Paris a été intitulée « Spéciale coke »¹⁶². Une démarche « marketing » qui a trouvé un large écho dans les médias, comme le montre le compte rendu du 4 juin 2010 sur le site Rue89 intitulé « Coke party à la Conciergerie ».

FASCINATION ET... RÉPULSION

Reste à chercher les raisons de ce qui ressemble à une fascination collective.

Certes, l'intérêt des médias peut paraître légitime et, somme toute, logique au regard de l'importance croissante des trafics et de la diffusion en hausse du produit tant en Europe qu'en France (voir chapitres 2.2, 3.2 et 3.3). Mais l'attrait pour le sujet ne peut s'expliquer uniquement par la stricte relation aux faits. D'ailleurs, on a pu constater à plusieurs reprises que l'écho médiatique rencontré par une substance illicite n'est pas forcément en lien avec sa présence avérée. Ces dernières années, la véritable tocade médiatique pour la méthamphétamine, un produit pourtant quasi invisible en France [41], ou, plus récemment, l'emballement à propos de l'apparition de la méphédronne (et qui, de fait, a surtout assuré de la publicité au produit, attirant de nouveaux consom-

mateurs) l'ont largement prouvé. Entre audience du produit et présence avérée, il n'y a pas forcément de lien rationnel.

Proximité

Si la cocaïne attire les médias, ce n'est donc pas uniquement parce que sa diffusion s'accroît un peu partout.

C'est d'abord un produit dont cette sphère professionnelle semble particulièrement proche, peut-on avancer pour expliquer le phénomène. L'affaire Delarue a mis en lumière la consommation d'un journaliste vedette de la télévision laissant supposer qu'il ne s'agissait pas d'un cas isolé¹⁶³. On sait par ailleurs que l'usage de la substance concerne particulièrement des métiers regroupés sous la catégorie « cadres et professions intellectuelles supérieures », incluant les professions des arts du spectacle [9]. Ce que, dans l'article de *Marianne* déjà cité, l'ethnologue Astrid Fontaine traduit par « les journalistes en voient partout parce qu'ils la côtoient d'un peu trop près ».

Un côté sulfureux

Cette forme de complicité n'est pas entièrement nouvelle. En 2003, un travail conduit par l'OFDT dans le cadre du dispositif TREND (Tendances récentes et nouvelles drogues) autour du traitement médiatique des drogues [78] insistait sur les clins d'œil et l'ironie des médias pour jeunes étudiés à propos des drogues. Dans un contexte de « libération de la parole »,

162. <http://www.prefecturedepolice.interieur.gouv.fr/Prevention/Lutte-contre-les-drogues/Soiree-speciale-coke/>

163. Quitte à entraîner un certain « déballage », Pierre Lescure, ancien président de Canal+, ayant évoqué dans Technikart de février 2011 une descente de la Brigade des stupés à la chaîne hébergeant Jean-Luc Delarue, celui-ci lui répond sur le site de TV magazine le 3 février, rétorquant que la cocaïne circulait auprès de nombreux collaborateurs de la chaîne...

sans en faire clairement l'apologie, ces titres laissaient affleurer l'idée d'une revalidation de l'usage face à une société dont le rapport aux substances illicites était considéré comme arbitraire. Cette étude montrait en outre que la cocaïne était, juste derrière le cannabis, le produit le plus cité, à égalité avec l'ecstasy. Les titres étudiés¹⁶⁴ insistaient sur la démocratisation de sa consommation alors que, de façon plus générale, les auteurs mettaient en exergue un contexte où l'usage de drogues en lui-même était relativisé au profit de l'addiction, comportement jugé consubstantiel à la société contemporaine, ne relevant pas seulement de l'univers des substances psychotropes.

Depuis, dans ce type de journaux destinés à un public urbain, la cocaïne a continué à jouer un rôle de premier plan. « Faut-il se droguer pour réussir ? », titre *Technikart* en avril 2008, évoquant dans son dossier une « percée de la coke chez les lycéens » et se demandant : « La coke rend-elle beau ? ». « Comment la coke s'invite dans les dîners », raconte pour sa part le magazine masculin *GQ* en juin 2010, pour qui c'est « un moyen de sociabiliser ».

Plus largement, souvent présentée comme un produit de la performance, qui permet de « vivre vite », « la cocaïne colle à l'époque » [114].

C'est « la drogue d'aujourd'hui » (*Le Nouvel Observateur*, 29 janvier 2004). Bien moins familière que le cannabis, elle conserve le caractère sulfureux d'une « vraie » drogue illégale qui pose des problèmes de dépendance tout en étant, en même temps, associée à l'idée de réus-

site sociale. En fait, la cocaïne semble correspondre idéalement au « casting » que recherchent les médias quand ils évoquent les drogues : substance glamour, liée dans l'imaginaire collectif aux univers des plus nantis, des puissants et des people, c'est aussi une drogue dont l'évocation renvoie à des réalités criminelles fascinantes (Pablo Escobar) ou à des personnages mythiques troublants (le Tony Montana du *Scarface* de Brian De Palma).

Le cracker : la nouvelle figure du toxicomane

D'autant que la substance a aussi un revers. Celui qui inquiète réellement, et dont on traque l'apparition ou la réapparition quand elle se manifeste sous la forme, certes particulière, du crack. Ici, le discours médiatique renoue quasi systématiquement avec les accents dramatiques (et parfois stéréotypés) qui avaient cours dans les années 1990, au plus fort des problèmes liés à l'héroïne. Quand il s'agit de la cocaïne base, la distance et l'ironie ne sont plus de mise : « Crack, l'enfer à Saint-Denis », indique un des reportages diffusé sur France 2, le 29 septembre 2009, dans le cadre de l'émission « Complément d'enquête ». « Le crack de retour dans la capitale », s'inquiète *Paris Match* le 24 février 2011. « Au cœur de Saint-Denis, la bataille du crack », raconte *L'Humanité* le 27 octobre 2011 à propos de cette « drogue dévastatrice ». La version mensuelle de *Rue89* publie en février 2011 un long reportage : « Les confessions d'un dealer de crack ». Le ton

164. L'Affiche, Têtu, Max, Technikart, Coda, Trax, Nova.

n'est ni complaisant ni spécialement voyeuriste, mais le tableau est dévastateur : « Le crack, c'est un processus de destruction rapide », dit le dealer. « Le milieu du crack est un lieu de vice », poursuit-il. À chaque fois, les évocations de ces articles appellent des images de déchéance et de peur. Celles d'un autre univers totalement étranger à celui des journalistes et des lecteurs.

Il est très rare que le lien entre crack et free base soit établi (*le Monde*, 19 juillet 2009), renvoyant les usagers du premier aux marges de la société. Et ce n'est certainement pas un hasard si nombre d'articles consacrés au sujet sont accompagnés de grandes photos de reportage. Comme celui réalisé en Guyane dans *Le Figaro* magazine du 29 janvier 2011, où il est mentionné en intertitre « le crack au prix d'un café crème », entre des clichés d'interpellations et de perquisitions. Le 2 novembre 2004, dans *Libération*, « À la Chapelle, le squat veut sortir du non-droit » montre l'hébergement sordide des « fumeurs de crack ». *Le Monde* du 1er mars 2005 accompagne aussi son article « Dans l'enfer des crackeurs » d'un cliché de cage d'escalier délabrée. Le 19 juillet 2009, en complément d'un article du *Monde*, « L'usage du crack se banalise en Île-de-France », un grand portrait occupe près d'un quart de page à propos de « la survie au jour le jour de Mory Kaba, crackeur ordinaire ».

« L'usage du crack est partout associé à la violence urbaine, à la déchéance, à la fatalité, à la démence... », écrivaient les auteurs du rapport sur les médias en 2003 [78]. C'est le produit qui fait peur, du

fait notamment de ses usagers marginaux effrayants personnifiant, après les héroïnomanes des années 1970, le nouveau visage du toxicomane.

Nouvelle image ?

Entre attirance et répulsion, entre attraction et dégoût, la cocaïne semble donc incarner une drogue « modèle » pour les médias. Ambivalente, elle autorise « une tendance à la diabolisation mais aussi une certaine fascination » [42]. Or, comme le dit Pierre de Taillac dans un ouvrage couvrant l'imaginaire des drogues depuis le milieu du XIX^e siècle, « en matière de drogues la représentation importe plus que la réalité » [47].

La vedette addict, le consommateur branché parfaitement intégré, le cadre supérieur sous pression, le jeune basculant dans des consommations dangereuses ou l'utilisateur lambda perdant pied sont, avec le consommateur de crack ultra précaire, autant de figures devenues presque familières. Familières mais pas forcément réelles et, de toutes façons, fragiles. Concurrencée par d'autres produits (les « *legal highs* », nouvelles drogues de synthèse, notamment) la cocaïne pourrait-elle changer d'image ? « La coke, c'est ringard », concluait sans appel le fêtard cité plus haut par *Technikart*. Quant au magazine musical britannique *Mixmag*, dans son enquête annuelle sur les drogues auprès des lecteurs-usagers publiée en février 2010, il tranchait : « La cocaïne n'incarne plus comme par le passé ce stupéfiant sexy et dangereux » ... À suivre.

Repères méthodologiques

Veille média du dispositif TREND