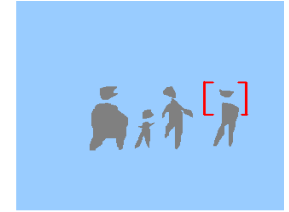


Les habitués du cannabis : fonctions et logiques de l'usage chez les usagers réguliers

Catherine Reynaud-Maurupt
Agnès Cadet-Tairou

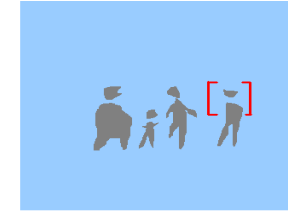
GRVS
OFDT

2005 - 2007



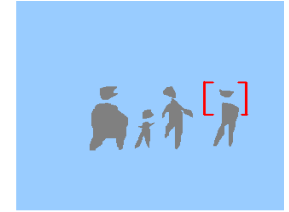
Méthode d'enquête

- Recueil de 70 entretiens semi directifs sur les sites TREND
- Approche qualitative biographique et thématique



Critères d'inclusion

- Etre âgé de 15 à 29 ans
- 10 jours comprenant au moins un joint ou au moins 20 joints au cours du dernier mois avant l'enquête
- Ne pas être rencontré par le biais d'une structure de prise en charge de la toxicomanie ou à bas seuil d'exigence



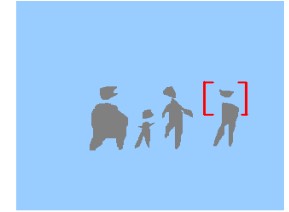
L'analyse des données

- Classement exhaustif des verbatim et analyse de contenu
- Approche typologique
- Raisonnement comparatif



Les caractéristiques démographiques et sociales

	N = 70	N = 1567
Hommes	57 %	72 %
Age moyen	25 ans	22 ans,7 mois
15-19 ans	5 %	25 %
20-24 ans	36 %	41 %
25-29 ans	59 %	34 %
Moins que Bac	18 %	40 %
Bac	26 %	28 %
Etudes supérieures	56 %	32 %
Etudiants	37 %	46 %
Activité rémunérée	36 %	40 %
Chômage, RMI, sans emploi	27 %	14 %

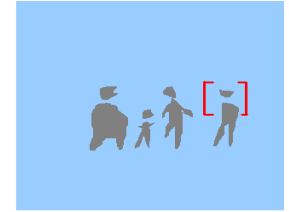


Fréquence d'usage

- 61 personnes sur 70 sont des usagers quotidiens (87%)

proportion surdéterminée au regard des données quantitatives connues (46 à 59%)

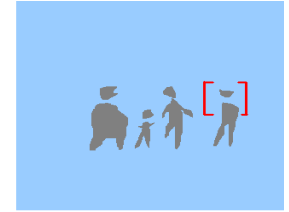
- Usage quotidien = de 1 à 20 joints par jour



Pourquoi parler des « habitués du cannabis » ?

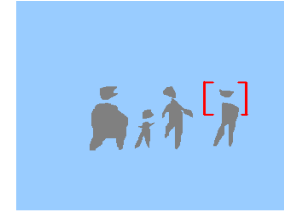
- Un acte routinier
- Un acte machinal
- Un réflexe
- Une coutume

*L'habitude peut précéder la motivation, mais
ne l'empêche pas d'exister*



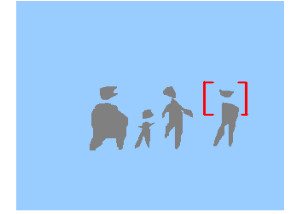
Les fonctions du cannabis comme indicateurs des motivations de l'usage

- Des fonctions multiples
- Les effets et fonctions contradictoires :
le phénomène d'amplification



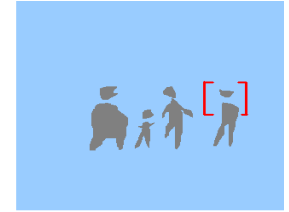
Trois types de motivations

- Les motivations récréatives
- Les motivations de dopage
- Les motivations auto thérapeutiques



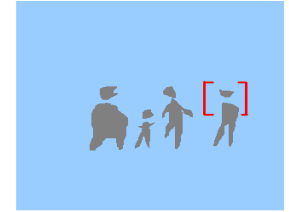
Les motivations récréatives

- La fonction de convivialité
- La fonction euphorisante
- La fonction d'évasion
- La fonction de magnification des perceptions



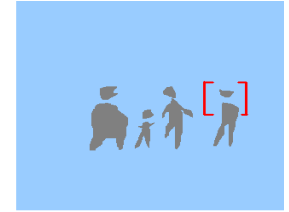
Les motivations de dopage

- La fonction motivationnelle
- La fonction d'inspiration



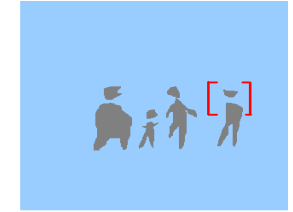
Les motivations auto thérapeutiques

- La fonction d'apaisement et de relaxation
- La fonction de récompense
- La fonction somnifère
- La fonction de détachement
- La fonction d'analyse



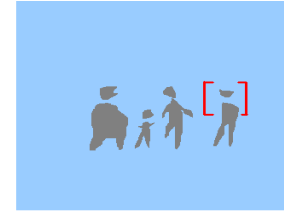
Les logiques de l'usage

- Logique d'auto contrôle (27 personnes):
choisir les moments dédiés à la consommation
- Logique d'hétéro contrôle (43 personnes) :
choisir les moments dédiés à la sobriété



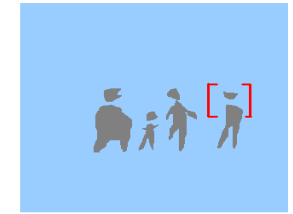
Détail des logiques d'hétéro contrôle

- limites d'organisation temporelle (13)
- limites sociales et professionnelles (16)
- limites économiques (2)
- sans limite -ou presque...- (12)



Conclusion

- L'analyse des logiques de l'usage met en évidence une **conduite addictive à géométrie socialement variable**
- Le caractère multi fonction du produit explique son insertion aisée dans la vie quotidienne
- Les limites de l'étude : se restreint à une frange spécifique des usagers, essentiellement quotidiens



Remerciements

Pour leur participation au recueil des données

Emmanuelle Hoareau, Robert Vaudour (GRVS),

Florence Chatôt (AMPTA Marseille),

Mélody Fourcault (CIRDD Bourgogne, Dijon)

Guillaume Poulingue (CIRDD Bretagne, Rennes)

Céline Seignette (CEID, Bordeaux)

Jimmy Kempfer, Guillaume Pfaus (ORS Ile de France, Paris),

Guillaume Suderie, Saloua Chaker (Graphiti, Toulouse)

Michel Monzel, Sylvain Fleurant (CMSEA, En Amont, Metz)

Catherine Miachon, Julien Chambon, Lucinda Dos Santos (CNDT, Lyon)

Laurent Plancke, Delphine Ygout, Emilie Michel (Le Cèdre Bleu, Lille)