



NOS CADEAUX NOUS TRAHISSENT



A quoi servent les cadeaux ? A faire plaisir à l'autre.... et à soi. Enquête sur une vraie-fausse générosité et décryptage de nos comportements au pied du sapin.

Au début du siècle dernier, Marcel Mauss, ethnologue, entreprend d'étudier le don dans les sociétés dites archaïques. Il se rend notamment chez les Maoris de Nouvelle-Zélande et chez les Kwakiutls, peuple amérindien du Canada. Ses observations, consignées en 1925 dans son fameux Essai sur le don, restent curieusement d'actualité pour comprendre ce qui se passe sous nos sapins, lorsque nos petits souliers s'emplissent de tasses à fleurs, de boutons de manchettes ou de CD par milliers.

Comme dans la kula, le système d'échange des Maoris, ou dans le potlatch, son équivalent chez les Kwakiutls, nous jouons nous aussi, le jeu de « l'échange volontaire obligatoire » : Nous offrons en partie parce que nous le voulons bien, et en partie parce que la tradition nous y oblige.

Nous sommes mêmes, révélait l'ethnologue, soumis à une triple obligation : Celle de donner, mais aussi de recevoir (qui ose dire « non merci » au cadeau de Tante Nicole ?) et de rendre cadeau pour cadeau, faute de quoi, nos relations peuvent être rompues.

DES DEMANDES D'AMOUR

Sur le plan psychologique, ces règles ont quelques conséquences. « *En principe, nos cadeaux sont des témoignages d'amour* », note le psychanalyste Samuel Lepastier. « *Une nourriture affective qui trouve son prototype dans le don de nourriture de la mère à son enfant. Le cadeau réussi est par conséquent celui qui, de la même manière, satisfait le besoin le plus intime de la personne qui le reçoit* ». En réalité, « *donner, c'est prendre* », poursuit la psychologue Maryse Vaillant.

« C'est une idée qui choque notre imaginaire judéo-chrétien, où le don se doit d'être gratuit et désintéressé. Mais, comme dans le potlatch de Mauss, nous mettons notre bénéficiaire en position de débiteur. Nous attendons en quelque sorte un retour sur investissement. A ce titre, ceux qui donnent le plus sont souvent ceux qui ont tendance à se plaindre de l'ingratitude des gens. » Sous des dehors généreux, nos cadeaux seraient donc, avant tout des demandes d'amour.

DES MIROIRS DE L'ÂME

Alors que la psychanalyse n'en était encore qu'à ses balbutiements, Marcel Mauss faisait une autre découverte : Les cadeaux ont une âme. En langue maorie, on dit qu'ils contiennent le mana, l'essence spirituelle du donateur, mais aussi le hau, l'esprit de l'objet offert. On tremble en apprenant que **« le mot indien pour cadeau, sabir chinook signifie à la fois don.... et poison »**.

Quoi qu'il en soit, **« le cadeau symbolise la personne aimée »**, résume Samuel Lepastier. **« Tel un doudou, il nous rappelle sa présence et nous aide à supporter son absence. »**

A l'inverse, il cherche également à symboliser le bénéficiaire, en répondant à ce que nous présumons de ses goûts et de ses centres d'intérêt. **« C'est pourquoi, un cadeau raté nous blesse tant »**, explique Maryse Vaillant. Car **« celui-ci révèle à quel point le donateur nous connaît mal, et dévoile l'image dans laquelle il essaie de nous enfermer. »**

LA TRÊVE DE NOËL

La particularité des cadeaux de Noël est qu'ils s'échangent **« dans un contexte où l'on tente d'actualiser le mythe de l'harmonie familiale »**, décrypte Samuel Lepastier.

« Mais le rassemblement du groupe entraîne automatiquement une accentuation des tensions qui le traversent. Dès lors, le cadeau devient plus que jamais un langage. Il permet à chacun d'affirmer sa position, de régler ses comptes. »

Noël est également « *un rituel dans lequel il est important de montrer sa disponibilité aux autres* », suggère Maryse Vaillant. « *La maturité voudrait que l'on soit capable, au moins le temps d'une fête, de montrer que l'on accepte de faire partie du clan, même si ce n'est pas le cas toute l'année.* »

L'esprit de Noël gagnerait à s'inspirer plutôt de son origine païenne. « *Durant le solstice d'hiver, époque à laquelle les jours sont les plus courts et la peur de la mort à son apogée, on allumait des lumières dans la nuit* », raconte la psychologue. « *Faire un cadeau, c'est apporter sa contribution à la fête.* »

A CHAQUE TYPE DE CADEAUX, UN PROFIL

Celui qui offre ce qui lui a manqué :

Chaque enfance est marquée par des cadeaux ratés. Celui que nous avons tant espéré (un vélo, un train électrique, une poupée) et qui n'est jamais venu. Ceux dont nous nous souvenons sont ceux qui, dans un épisode de vulnérabilité, sont venus signifier l'incapacité de nos parents à nous donner, à ce moment-là, l'amour tant attendu. A l'âge adulte, les cadeaux que nous recevons portent parfois la trace de ces cadeaux ratés de l'enfance. Celui qui les offre nous fait don de l'amour inouï dont il a rêvé.

La question qui attendrit : Est-ce un rêve d'enfant ?

Celui qui fait des cadeaux magnifiques :

Il y a celui qui, tel l'empereur Caligula, fait pleuvoir des cadeaux sur la foule. Par ses largesses, il se met en position haute. La grande générosité est parfois un indice fort de la volonté de domination. Gare à l'amoureux grand seigneur qui nous couvre de bijoux. Gare aussi aux amis qui tiennent toujours table ouverte, nous prêtent volontiers de l'argent, nous dépannent en cas de nécessité. Leur prodigalité peut être une façon insidieuse et inconsciente de prendre l'ascendant sur nous.

La question qui fait mal : Quelle place veut-il occuper ?

Celui qui offre des cadeaux utiles :

Une pelle à tarte, un aspirateur, une perceuse..., les cadeaux utiles sont souvent les plus décevants. Pas seulement parce qu'ils sont terre à terre, dénués de poésie ou de rêve, mais surtout parce qu'ils véhiculent le plus souvent au passage un message indélicat.

Offrir un programme minceur à sa femme, un four à sa belle-fille, revient, sous prétexte de leur apporter de l'aide, à désapprouver leur apparence ou leurs talents.

La question qui tue : A quoi ça sert ?

Celui qui fait des cadeaux empoisonnés :

Ce sont des cadeaux que l'on ne pourra jamais rendre, tant leur valeur est écrasante. Mais également ceux qui nous donnent une responsabilité que nous n'avons pas choisie. L'exemple type : Un chien, si nous ne l'avons pas demandé. En guise de cadeau, c'est une somme de contraintes qui nous est offerte. Comme s'il s'agissait d'un moyen de nous tenir en laisse....

Le cadeau empoisonné, c'est aussi celui qui revient à nier notre place (la grand-mère qui offre à notre enfant le cadeau que nous lui avons refusé) ou à nous priver d'un plaisir (celui de choisir ou d'acquiescer nous-mêmes l'objet offert).

La question qui fâche : Quelle liberté me reste-t-il ?

Celui qui n'offre jamais rien... ou pas grand-chose :

Sous des dehors radins, ceux qui font peu de cadeaux cachent souvent une grande fragilité narcissique. Ils n'ont peut-être pas été élevés dans l'idée qu'ils pouvaient faire plaisir et en ont gardé un manque de confiance dans leur propre générosité.

Plutôt que de donner d'eux-mêmes au risque de décevoir, ils préfèrent offrir du conventionne à petit prix ou s'abstenir. Et souffrent du dépit de leurs proches.

La question qui éclaire : Quelle fragilité cache-t-il ?

Celui qui donne des bons d'achat :

Offrir un bon ou un peu d'argent, le cadeau est facile et vite expédié. Mais ce qui peut passer pour de l'indifférence correspond peut-être, une fois encore, à la peur de tomber à côté. Il y a dans ce don immatériel de la pudeur (celui qui offre ne dévoile pas ses goûts, son imagination) et du respect (même s'il ne sait pas comment nous en donner, notre plaisir lui importe).

La question qui rapproche : Comment le rassurer ?

Celui qui soigne l'emballage :

Au-delà de l'objet offert, il y a l'attention portée à la mise en scène. Organiser un jeu de piste, une surprise, fabriquer l'emballage ou le cadeau, c'est honorer le bénéficiaire de sa créativité et de son temps. Mais ce que le donateur met en jeu ici, c'est son identité. L'originalité du présent est une manière d'affirmer sa singularité. Et une demande de reconnaissance. Il y a en effet, dans le rituel du don, trois protagonistes : Celui qui donne, celui qui reçoit, et celui qui regarde – un tiers imaginaire auquel le donateur a quelque chose à prouver.

La question qui instruit : A qui s'adresse vraiment son cadeau ?

Article de Laurence Lemoine dans Nice-Matin du 25/12/2006 (page réalisée avec Psychologie Magazine)

