
Bulletin d'histoire politique

Jarret Rudy, *The Freedom to Smoke. Tobacco Consumption and Identity*, Montréal, McGill-Queen's University Press, 2005, 232 p.

Serge Granger



Volume 15, Number 2, Winter 2007

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1056130ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1056130ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association québécoise d'histoire politique
Lux Éditeur

ISSN

1201-0421 (print)

1929-7653 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Granger, S. (2007). Review of [Jarret Rudy, *The Freedom to Smoke. Tobacco Consumption and Identity*, Montréal, McGill-Queen's University Press, 2005, 232 p.] *Bulletin d'histoire politique*, 15(2), 249–252.
<https://doi.org/10.7202/1056130ar>

Tous droits réservés © Association québécoise d'histoire politique; VLB Éditeur, 2007

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

<https://www.erudit.org/en/>

Jarret Rudy, *The Freedom to Smoke. Tobacco Consumption and Identity*, Montréal, McGill-Queen's University Press, 2005, 232 p.

SERGE GRANGER
Historien

La consommation de tabac au Québec est une tradition depuis la fondation de la colonie. Le calumet de paix fait partie des curiosités de l'autre monde et la distribution du tabac deviendra mondiale au XVII^e siècle. Pendant la guerre de Crimée, les Turcs introduiront en Europe la cigarette qui s'ajoutera à la pipe et au cigare comme moyen de consommation. Avec l'arrivée de la mécanisation dans la fabrication des cigarettes, le tabac deviendra un produit de masse où la mise en marché sera âprement disputée à Montréal au début du XX^e siècle. Jarret Rudy démontre dans *The Freedom to Smoke* comment cette consommation de tabac devient l'instrument identitaire à travers différentes époques et comment les manufacturiers et commerçants de tabac déterminent ou suivent le goût des fumeurs. La mise en marché du tabac à Montréal nous fait découvrir les tensions idéologiques de l'époque glorieuse de la métropole où les modes et les goûts s'imposaient.

L'ouvrage de six chapitres débute en soulignant que fumer était un signe de masculinité avant la première guerre mondiale. En fumant, on devenait un homme. La façon de fumer désignait son rang social et le type de tabac étalait son raffinement. Seules les femmes aux mœurs douteuses et à l'éducation jugée sommaire se permettaient de fumer en public. Ainsi, le bourgeois *gentlemen* fumait un cigare havanais, roulé par des Cubains dotés d'une dextérité héréditaire où le climat favorise un tabac exquis aux odeurs apaisantes. Cloîtré dans les salons exclusivement mâles, le *gentlemen* savait quand et où fumer, évitant d'offenser les femmes dans les places publiques. Par contre, l'aristocrate débauché, le dandy aventurier, se permettait parfois un cigare ou une pipe en public, signe d'affirmation de sa marginalité et de son individualisme. L'homme qui fume cigarette sur cigarette démontrait son manque

de contrôle et le peu de respect envers les autres. Des groupes de pression antitabac s'élevèrent contre sa consommation sur les tramways, non pas par préoccupation médicale mais plutôt par le fait que le tabac incite à la débauche et sent mauvais, surtout celui des cigarettes.

Le deuxième chapitre se penche sur la qualité du cigare ou de la pipe qui signalait l'origine sociale du fumeur. Le fumeur-connaisseur choisissait du tabac cubain autant pour sa pipe que pour le cigare. Un système d'étiquetage des cigares spécifiait si l'ouvrier fut Cubain, employé syndiqué, donc de meilleure qualité. En contrepartie, les cigares bons marchés étaient roulés par des enfants ou pire, des Chinois, jugés ineptes à l'art du cigare. La pipe en terre cuite deviendra le symbole du patriote, celui qui fume son tabac du terroir, objet d'étude du troisième chapitre. Au clivage ville-campagne, élite urbaine-habitant, s'offre le tabac canadien, considéré comme le tabac des pauvres, de la ruralité et du manque de raffinement. Le *Canadian Cigar and Tobacco Journal* fit des efforts pour ennoblir ce tabac malodorant qui demeurait rattaché à l'image de l'habitant et sa pipe en terre cuite. Le chapitre suivant observe les groupes de tempérance, comme le *Woman's Christian Temperance Union*, pour démontrer que la prohibition prônée par ces lobbies n'eurent que peu de succès au Québec. Ailleurs au Canada, la prohibition de l'alcool et des psychotropes avait obtenu un certain succès. Dire que le tabac menait à des drogues dures et que le tabac engendrait la débauche rencontrait une contre-campagne active des marchands, des fumeurs et fumeuses qui affirment leur individualité dans l'ordre triomphant du libéralisme montréalais au tournant du xx^e siècle. De plus, l'église catholique s'opposait à une législation gouvernementale jugeant que la morale demeurait le domaine du clergé et de la religion. Ainsi, en 1908, Wilfrid Laurier proposa d'interdire la vente de tabac aux moins de seize ans, coupant ainsi le succès des mouvements de tempérance d'inspiration méthodiste et presbytérienne sur la prohibition de tous les psychotropes (opium, tabac, alcool et cannabis). Associer l'action de fumer aux mœurs décadentes des peuples de couleur ou taxés d'inculture, comme celui de l'habitant « canayen » ou des Chinois, fixait la mécanique du lobby prohibitionniste ; des lois qui perdurent encore aujourd'hui furent promulguées sur l'impulsion d'une vision apocalyptique de l'usage des drogues comme le tabac. Il faudra attendre les années 1950 avant de conclure que fumer cause le cancer du poumon et c'est seulement dans les années 1960 que les premières restrictions de fumer sur les lieux publics apparaissent.

Dans le cinquième chapitre, l'auteur explique comment la transformation industrielle de la cigarette a décuplé sa consommation en plus d'étendre ce produit aux femmes. La première tabagie à offrir des cigarettes roulées

(à la main) à Montréal en 1870 fut celle de J. Rattray. La fabrication mécanique des cigarettes avec l'invention de la machine Bonsack en 1881 propulsera sa production et la diversification du produit. Deux grandes manufactures montréalaises se disputeront le marché du tabac : Imperial Tobacco, anciennement l'American Tobacco Company of Canada, dans Verdun et J. A. MacDonald dans le quartier Hochelaga. Imperial Tobacco utilisait des techniques déloyales de commercialisation en menaçant les commerçants de représailles s'ils vendaient des produits concurrents. Proposant des artistes pour peindre les devantures des tabagies avec des annonces de Sweet Caporal, Imperial Tobacco utilisait le tabac canadien dans la fabrication de ses cigarettes, une pratique que s'est interdit J. A. MacDonald jusqu'à sa mort. Par la suite, MacDonald Tobacco mécanisera sa production et utilisera du tabac du terroir canadien devant l'explosion de la demande durant la première guerre mondiale et suite aux développements de la culture du tabac au Québec. La Première Guerre mondiale a sans contredit fait bondir la demande de tabac puisque l'image du soldat au front était souvent représentée avec une cigarette au bec. Des campagnes de soutien lancées par les médias et les compagnies assurant un approvisionnement de tabac au front, seulement 8 % des soldats refusaient leur ration de cigarettes. L'histoire ne dit pas si les soldats s'en servaient comme valeur marchande mais on peut bien comprendre l'explosion de la demande devant des valeurs identitaires célébrées en temps de guerre.

Le dernier chapitre de l'ouvrage examine la démocratisation de la fumée aux femmes et la standardisation du produit dans différents emballages. La commercialisation de la cigarette aux femmes se fait sans gêne dans les années d'après-guerre, reflétant la nouvelle identité féminine qui vote et qui fume. Dans la lignée du féminisme, l'espace fumeur s'ouvre aux femmes qui préfèrent fumer des cigarettes normales bien que les compagnies s'efforcent d'initier les débutantes par des boîtiers de fantaisie. L'apparition des Sweet Caporal combine justement un nom à caractère bisexuel laissant place à la douceur et le combat. Ce n'est pas un hasard si les publicités de cigarettes représentent des femmes vêtues d'uniformes militaires.

L'ouvrage de Rudy aura le mérite de nous dévoiler l'histoire culturelle de Montréal par le biais d'une pratique sociale fortement encadrée de nos jours. Fumer demeure un choix individuel pour adulte bien que la pratique soit de moins en moins tolérée dans les lieux publics (il reste le trottoir!). *The Freedom to Smoke* nous initie également à l'ère de la consommation de masse où le tabac joue un rôle identitaire indiscutable bien qu'il prône la standardisation des marchés.

Un reproche que l'on pourrait adresser à l'auteur réside dans sa retenue de l'analyse et des conclusions hâtives sur des preuves parfois minces.

Le rôle qu'a joué la publicité n'est pas le centre de son attention en ce qui concerne les femmes bien qu'il puise souvent dans les exemples de médias pour conclure sur l'identitaire du fumeur ou de la fumeuse. Ainsi, Rudy recense avec brio les valeurs identitaires véhiculées dans les périodiques et les médias mais n'accorde pas tellement de place à la tradition de priser le tabac et de le fumer depuis le début de la colonie. L'arrivée du libéralisme semble initier les femmes au tabagisme bien que la tradition existait bien avant. Il est vrai que l'identitaire devient davantage fabriqué avec l'arrivée de l'industrie. Ainsi, l'industrialisation du tabac aurait contribué à détruire l'identitaire québécois.