

L'ENFANT ET LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION

Il est difficile de résumer un débat comme celui-là. Il est sans doute plus utile de résumer quelques pistes de recherches et d'observations pour nous aider à mieux comprendre les réactions des jeunes aux conditionnements de la société de consommation et à permettre une approche critique qui permettra de démystifier la publicité et les autres conditionnements.

L'enfant et le commerce

— Comment se font les échanges entre les enfants (troc...) ?

— Vers quel âge apparaît la notion de valeur relative d'un objet par rapport à un autre, la notion de prix (référence à la monnaie) ?

— Comment l'enfant ressent-il la publicité ? Comment la publicité s'adresse-t-elle plus particulièrement à lui ? Comment utilise-t-elle l'enfant pour toucher les adultes ?

L'enfant consommateur

— Son budget personnel, les tentations, les besoins réels et ceux que crée artificiellement la publicité. Un exemple : l'âge moyen des acheteurs des disques du hit parade de Radio Monte-Carlo est de 13 ans.

— Les vols et l'agressivité provoqués par l'insatisfaction des besoins ainsi créés.

Déshumanisation et commerce

— Contacts avec les commerçants des petits magasins et dans les grandes surfaces.

— Les courses en famille : comment cela se passe-t-il ? Dialogue en famille sur les achats ou occasion de conflits ?

— Qui fréquente le plus les grandes surfaces (milieu urbain, rural, populaire, plus aisé) ?

— Les enfants dans l'univers des grandes surfaces (ceux qui font les courses seuls, ceux qui se perdent, s'ennuient, sont fatigués, revendent certains achats).

— Les distractions (les jeux tout faits, payants ou gratuits, les jeux libres en utilisant les possibilités, réaction des parents, du personnel).

Comment développer l'esprit critique ?

— Analyse de la publicité (T.V., affiches, journaux, tracts, gadgets).

— Analyse des emballages (voir *Laboratoire Coopératif*).

AMIS DE FREINET

Le compte rendu de l'assemblée générale annuelle des Amis de Freinet paraîtra dans le bulletin n° 18, consacré au troisième volet « *Freinet et l'Espagne Républicaine* », clôturant la série des numéros préparés par Marcel Gouzil.

Nous croyons utile d'extraire du compte rendu — pour les camarades qui ne reçoivent ni ne connaissent cette publication les quelques lignes évoquant les débats sur la vente du terrain de Vence et sur l'activité du chantier documentation historique du mouvement.



L'assemblée générale étudie les possibilités offertes par les Amis de Freinet à la C.E.L. pour la sauvegarde du terrain de Vence — dont le C.A. a décidé l'aliénation.

Les interventions d'Alziary, Faure, Dufour regrettant, comme tant d'autres, que cette opération de vente n'ait pu être évitée malgré les propositions du bureau, ont permis un échange de vues très large auquel ont pris part de nombreux camarades notamment C. Février et M. Beaugrand.

Les informations apportées amènent l'association des Amis de Freinet à ne pas présenter de motion à l'A.G. de la C.E.L. en laissant toutefois latitude aux

camarades d'y intervenir à titre personnel d'actionnaire (...)

Le rappel de l'activité du bureau au cours de l'année (publication, rééditions de documents et réalisations des bulletins) a amené le secrétaire à signaler l'impact favorable de ceux-ci sur les moins « anciens » du mouvement.

Les moyens de diffusion de la documentation historique (articles, écrits de Freinet, témoignages, rappels des actions et luttes de 1920 à 1945 notamment) ont été étudiés.

Les propositions de Marie-Claire Lepape (classification et datage), les suggestions de Maurice Beaugrand (éditions de dossiers), de Roger Ueberschlag (rubrique régulière dans « *L'Éducateur* », co-éditions internationales avec la F.I.M.E.M.) sont accueillies et adoptées par les camarades avec d'autant plus de satisfaction qu'elles vont dans le sens des statuts de l'association et dans celui des préoccupations essentielles des « anciens combattants ».

Dufour précise que le bureau souhaite que les fac-similés que le chantier est en mesure de servir aux prix les plus modestes, malgré leur bonne qualité, soient répandus, surtout parmi les générations les plus nouvelles d'éducateurs Freinet.