

La pub fait partie de notre Environnement



Elle façonne notre univers depuis la naissance et tout au long de la vie. A toute heure du jour, versant professionnel ou privé. Elle guide nos choix, certaines pratiques, certains comportements et jusqu'à notre mode de vie et nos pensées. Le plus souvent elle avance masquée ; on ne s'en méfie pas... La publicité amuse certains, elle indiffère la plupart et irrite les autres. Les enjeux (économiques mais aussi politiques) qu'elle véhicule sont si puissants qu'aucun cadre réellement contraignant ne fixe des limites à son intrusion. Même si les débats sont houleux, et les critiques vives, la publicité gagne encore et toujours du terrain : nous allons y être soumis davantage puisque les règles européennes ont encore récemment été assouplies.

Et le contrôle – public, sociétal, parental - s'avère de plus en plus difficile, la pub se développant aujourd'hui de plus en plus hors des médias traditionnels : internet, films, GSM, jeux vidéo, soirées et événements, discussions, jusqu'à nos ados qui se transforment en supports publicitaires vivants.

Alors que réclamer des espaces sans pub et le droit à choisir d'être exposé à la pub semble aller de soi dans une société démocratique, ces revendications résonnent comme des slogans révolutionnaires aux oreilles de nombreux responsables.

Les questions se posent à différents niveaux : pression publicitaire mais aussi contenu des publicités. Si l'emballage nous vend du bonheur, une fois ouvert, l'amertume reste dans la bouche des hommes et de leur environnement. L'origine de ce mauvais goût : ce n'est pas tant les produits qu'elle vante (et pourtant !), les comportements qu'elle met en scène (jeter, surfer, zapper...), mais cette pression continue à consommer, à « avoir pour être », et cette normalisation des choix qu'elle impose à chacun, qui nous frustrent en tant que consommateurs et nous interpellent en tant qu'éducateurs.

La publicité fait partie de notre environnement, qu'on le veuille ou non ; l'éducation à l'environnement peut dans ce domaine offrir de nouvelles voies de réflexion et de résistance. Trop souvent, l'enseignement dispensé dans nos écoles semble préparer les enfants à se conformer à la norme, à respecter les usages et les codes en place, à devenir de « parfaits » producteurs et consommateurs. L'éducation à la critique peut paraître dangereuse à certains. Et pourtant, c'est là le défi, apprendre et exercer la critique pour construire une société plus juste et plus durable. S'il faut apprendre à décrypter, démonter les mécanismes de la publicité pour pouvoir s'en distancier, il importe également de montrer comment elle contribue à un système destructeur vis-à-vis des ressources naturelles et générateur d'inégalités sociales. « Trop souvent, l'éducation aux médias se résume à expliquer aux poulets le point de vue du loup ». Et puis éduquer à d'autres valeurs que la consommation et la compétition pour l'Avoir.

Catherine ROUSSEAU, présidente du Réseau IDée