

Philippe Meirieu  
Professeur en sciences de l'éducation  
à l'université LUMIERE-Lyon 2

adresse personnelle :  
4, place d'Ainay  
69002-Lyon

Le 25 octobre 2008

Je tiens à marquer ma plus profonde solidarité avec toutes les actions menées contre la publicité. Si je n'ignore pas que ces actions sont parfois contraires à la légalité, je suis convaincu qu'elles sont absolument nécessaires au regard des exigences éducatives exprimées par la *Convention des Droits de l'Enfant de 1989* dont la France est signataire. En effet, mes travaux de chercheurs en éducation m'ont amené à étudier l'impact de la publicité sur les enfants. Cet impact est aujourd'hui significatif à plusieurs niveaux. La publicité constitue une entrave à l'activité éducative des parents et de l'École dans la mesure où elle exalte la réalisation immédiate du caprice, à laquelle, précisément, il s'agit d'apprendre aux enfants à surseoir. La publicité constitue une manière d'attiser les processus primaires d'identification en renforçant les attitudes claniques, les comportements d'adhésion ou de rejet grégaires. La publicité constitue une apologie de l'approximation, voire du mensonge ; elle brouille totalement le rapport exigeant à la vérité que l'enfant doit apprendre à construire avec ses éducateurs. L'inflation publicitaire constitue une agression pour les enfants qui, n'étant pas encore entrés dans la maturité ni entraînés systématiquement à décoder les publicités, ne peuvent en comprendre la portée ni en relativiser les messages.

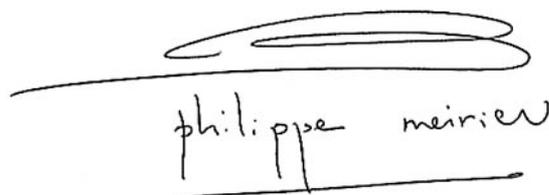
En réalité, la publicité constitue un danger pour l'enfant dont elle favorise l'emprise pulsionnelle au détriment de l'exercice de la raison. Elle contribue au mélange permanent des genres et des discours qui est contraire au développement de l'intelligence. Elle entretient la confusion entre les faits et les opinions (le « savoir » et le « croire ») que la laïcité doit apprendre à distinguer dans tous les domaines. Elle suscite, chez les plus fragiles, le passage à l'acte, le vol et l'agression. Tant qu'une régulation forte ne sera pas mise en place pour protéger l'enfant de cette pollution mentale, on est en droit de s'inquiéter sur notre avenir.

En réalité, je considère que la publicité, sous les formes qu'elle prend aujourd'hui, est une atteinte au premier droit de l'enfant : le droit d'être éduqué. Je rappelle que la *Convention des Droits de l'Enfant*, prenant acte

que l'enfant est un être non achevé, affirme la nécessité de mettre en place une protection contre toutes les formes d'exploitation économique [*Les États parties reconnaissent le droit de l'enfant d'être protégé contre l'exploitation économique* (article 32-1)]. Il s'agit aussi, dans l'esprit de cette Convention, de lutter contre tout ce qui entrave le développement d'un sujet construisant sa liberté.

Or, je considère qu'à bien des égards, la publicité peut être considérée comme un mauvais traitement pour l'enfant et que ne rien faire contre elle relève de l'abandon ou de la négligence [*Les États parties prennent toutes les mesures législatives, administratives, sociales et éducatives appropriées pour protéger l'enfant contre toutes formes de violence, d'atteinte ou de brutalités physiques ou mentales, d'abandon ou de négligence, de mauvais traitements ou d'exploitation...* (article 19-1)]. Si l'on reconnaît que, conformément au préambule de la *Convention des Droits de l'Enfant*, « *il importe de préparer pleinement l'enfant à avoir une vie individuelle dans la société, et de l'élever dans l'esprit des idéaux proclamés dans la Charte des Nations Unies, et en particulier dans un esprit de paix, de dignité, de tolérance, de liberté, d'égalité et de solidarité* », il apparaît légitime de mettre en oeuvre des actions qui permettent d'attirer l'attention de l'opinion publique sur le caractère néfaste de la publicité... manifestement contraire à « l'intérêt supérieur de l'enfant ». Si, comme l'indique la même convention, il importe de « *lutter contre toutes les formes d'ignorance et d'analphabétisme* » (article 28-3), on doit s'attaquer à la publicité qui est, en réalité, une promotion de la confusion mentale, de l'approximation et de la falsification. Je rappelle, enfin, qu'aux termes de la même *Convention des Droits de l'Enfant*, « *dans toutes les décisions qui concernent les enfants, qu'elles soient le fait des institutions publiques ou privées de protection sociale, des tribunaux, des autorités administratives ou des organes législatifs, l'intérêt supérieur de l'enfant doit être une considération primordiale.* »

Je souhaite que toutes les actions de ceux et celles qui luttent contre la publicité soit appréciées en fonction de « l'intérêt supérieur de l'enfant ».



philippe meirieu