

Remettre en question les commandites privées dans les écoles

Par Jessica Lax et Jocelyn Land-Murphy

Traduit par Amina Boudjadja

Imaginez-vous la meilleure école publique possible : un programme de sport de haute qualité, avec des entraîneurs qualifiés pour toutes les équipes et un énorme gymnase pourvu des meilleurs équipements; la radio et le journal scolaires produits grâce à des laboratoires d'informatique à la fine pointe de la technologie. Et enfin assez de moyens pour que chaque étudiant puisse compter avec les livres les plus récents et de nombreuses possibilités d'assister à des conférences ainsi que

faire des activités parascolaires. Cette merveille d'école serait en mesure de produire une génération d'individus très cultivés, renseignés et possédant la créativité suffisante pour relever les défis de la société moderne. Cela vous semble possible? Et bien il faut y réfléchir! La compagnie A. commandite les programmes de sport et déploie son logo dans les autobus scolaires, sur les uniformes des joueurs, les murs et le parquet du gymnase et dans les kiosques qui vendent des goûters lors des tournois, —et qui ne vendent, bien évidemment, que des produits de l'entreprise A. La compagnie B, quant à elle alloue des fonds à la radio et au journal étudiants à condition que 40% du contenu soit de la publicité et que la compagnie contrôle ce que les élèves sont autorisés à produire. Dans le laboratoire d'informatique, les économiseurs d'écrans informent les élèves sur les produits offerts par la compagnie C, et chaque souris a la forme du produit le plus vendu par cette même entreprise C. Bien que ce scénario puisse sembler ridicule, il n'en reste pas moins qu'il est bien plus probable que vous ne le pensez. En tant



Un consommateur insouciant envisage d'acheter un *tee-shirt* estampillé avec des logos, dans la parodie « Choix du matin » du projet Otesha

que représentants d'une organisation non-gouvernementale dirigée par des jeunes, nous avons été invités récemment à faire une présentation au sein d'une conférence sur l'environnement, dans une grande école secondaire.

Nos présentations consistent principalement à exposer les divers impacts globaux, sociaux et environnementaux que nos choix quotidiens de consommateurs produisent. Nous avons également comme objectif de promouvoir et d'encourager notre

génération à garder un esprit critique face à notre rôle dans le monde. Nous avons fait plus de 300 présentations à travers le Canada et ce auprès de plus de 15 000 étudiants. Lors de notre plus récente conférence, nous avons été confrontés

pour la première fois à un obstacle que nous n'avions pas prévu, un obstacle à notre message.












Le représentant du commanditaire privé auprès de la direction de l'école a laissé entendre aux organisateurs de cette conférence que notre message pouvait générer une vision négative des compagnies privées. Aussi, l'organisateur a envoyé un employé assister à une de

nos présentations dans une autre école, afin de s'assurer du contenu approprié de notre message. Peu de temps après, l'organisateur de la conférence nous a informés que certains aspects de notre présentation n'étaient pas « appropriés ». On nous a demandé de supprimer certains passages concernant la publicité destinée aux enfants et de ne pas utiliser comme preuve

un *tee-shirt* représentant plus d'une vingtaine de faux logos d'entreprises (cet accessoire est utilisé afin d'encourager les jeunes étudiants à réfléchir sur la publicité qu'il y a sur leurs vêtements). De plus,

*Les changements commencent à l'école
et nous devons nous assurer que ces
changements se basent sur la liberté
des étudiants de questionner le monde qui
les entoure.*

Enquêter sur les commandites privées dans votre école

	Mathématiques/économie	Faire une analyse des coûts et des bénéfices des commandites privées dans ton école. Ensuite comparer le fait d'avoir une cafétéria gérée par l'école versus une cafétéria privée.
	Histoire	Effectuer une recherche sur l'histoire de l'éducation financée par le gouvernement dans ta province. Existe-t-il un lien entre la somme des commandites privées et celle versée par le gouvernement?
	Éducation physique/santé	Effectuer une recherche sur les commanditaires privés des équipes sportives de ton école. Observer les contradictions qui existent entre le corps humain idéal que présentent les campagnes publicitaires et celui présenté par le programme d'éducation à la santé.
	Médias de communication	Étudier les contenus publicitaires présentés dans les manuels scolaires, dans le journal et à la radio de l'école. <u>Réaliser un documentaire sur l'impact des commandites privées sur l'environnement des écoles.</u>
	Éducation civique	Étudier l'impact de la « privatisation » (ex., l'omni présence de logos et de publicité) dans les espaces publics incluant les écoles.
	Questions mondiales	Effectuer une recherche sur la responsabilité sociale des commanditaires privés dans les écoles.
	Affaires	Effectuer une recherche de viabilité des alternatives au financement privé dans les écoles.
	Droit	Réaliser une recherche sur les contrats de l'école avec les compagnies privées et étudier leurs ramifications et leur complexité.
	Langue	Rédiger des courriers aux responsables de l'école, à l'association parents-enseignants, aux différents médias, aux élus locaux, afin de connaître leur opinion sur les commandites privées à l'école.
	Musique/théâtre/atelier d'écriture/arts	Exprimer des opinions et des sentiments au sujet de la privatisation à l'aide de la musique, des arts visuels, de pièces de théâtre qui pourraient être jouées dans une salle polyvalente (les fonds amassés serviraient au financement de l'école au lieu de commandites privées).
	Formation personnelle et sociale	Examiner l'influence des campagnes publicitaires sur les choix quotidiens des élèves. Analyser les valeurs nutritionnelles des aliments vendus à la cafétéria et dans les distributeurs automatiques de l'école. Faire une recherche sur des choix alternatifs.
	Conseil étudiant	Organiser une journée « sans logo » où les élèves ne porteraient que des vêtements sans nom.

l'organisateur nous a demandé s'il était possible de glisser quelques exemples positifs utilisés par les compagnies pour appuyer des initiatives environnementales.

Il convient de souligner que notre présentation n'a pas pour objectif de fustiger les grandes entreprises. Au contraire celles-ci nous ont aidés dans le passé à financer notre propre organisation. Nous avons été très surpris que la direction de l'école nous demande de filtrer certains aspects de notre présentation, surtout celui qui a pour but d'encourager la pensée critique des élèves en ce qui a trait à la publicité et à la consommation. Après une négociation soigneuse avec l'organisateur, nous avons pu faire notre présentation telle que planifiée initialement. Cependant, nous sommes préoccupés par l'impact que cette censure des grandes compagnies sur l'éducation peut avoir sur les fondements mêmes de notre société.

Il n'y a rien de mal intrinsèquement à ce que les grandes compagnies contribuent au bien-être de leur communauté, en autant que ces contributions soient dépourvues de conditions (bien que nous soyons d'avis que les grandes entreprises serviraient mieux l'intérêt public en finançant des programmes communautaires et des institutions par le biais de leurs impôts corporatifs et non en faisant des dons déductibles d'impôts). Dans le cas des commandites privées dans les écoles, les conditions que certaines compagnies imposent sont souvent cachées dans les contrats de vente de boissons rafraîchissantes où les écoles doivent atteindre des objectifs de vente. Ceci se produit aussi avec les fournitures scolaires qui comportent de la publicité sur la compagnie qui les commande ou avec de nombreux partenariats existant en Amérique du Nord entre les grandes compagnies et les écoles, où on troque du

financement contre un auditoire captif d'annonces publicitaires. Amartya Sen, économiste et Prix Nobel d'économie, a dit : « Si vous souhaitez construire un pays, construisez une école ». Les changements commencent à l'école et nous devons nous assurer que ces changements se basent sur la liberté des étudiants de questionner ouvertement le monde qui les entoure, et non de créer des opportunités parfaites de marketing pour la compagnie A, la compagnie B ou la compagnie C.

Une alternative aux commandites privées dans l'éducation serait que les impôts des grandes corporations augmentent la capacité des gouvernements à financer de façon équitable tous les besoins des écoles, sans être soumis à des conditions. Aussi, il faudrait que des restrictions soient mises en place afin de contrôler le genre de contributions qui peuvent être faites ainsi que ce que ces mêmes compagnies peuvent recevoir (ou non) en échange. Reprenons le contrôle sur ce à quoi nos élèves sont exposés. En tant que parents, enseignants, élèves, électeurs et citoyens d'une planète en crise, il est primordial d'insister sur le fait que certaines choses ne sont pas à vendre.

Agissez. Ci-dessous sont présentés des exemples d'activités que les enseignants pourraient réaliser avec leurs élèves au sein d'une classe ou avec toute l'école. Ces projets permettront aux élèves de comprendre l'impact que les commandites privées et la publicité ont sur leur école, afin qu'ils/elles développent leur propre opinion sur la question. Certains élèves pourraient comptabiliser le nombre d'heures passées sur ces projets afin de les faire créditer comme prérequis au service communautaire.

Parodie « Les Choix du matin »

La parodie intitulée les « Choix du matin » du projet Otesha, relie les problèmes globaux aux décisions et actions quotidiennes. Il s'agit de 6 scènes dans lesquelles on observe parallèlement les choix matinaux de deux consommateurs, le premier un consommateur insouciant et le second, un joyeux luron très conscient de son environnement. On voit les choix et actions des deux personnages pendant qu'ils se douchent, se coiffent, s'habillent, comment ils se divertissent dès le matin, comment ils préparent leur sac à lunch, comment ils achètent leur café et comment ils se rendent à l'école. Lors de chacune de ces étapes, des choix sont faits. Mère Nature apparaît afin d'expliquer les choix des deux personnages. A l'arrière plan, une présentation multimédia montre les différents impacts qu'ont ces choix à travers le monde.

Jessica Lax et **Jocelyn Land-Murphy** sont les co-directrices du projet Otesha (www.otesha.ca) à Ottawa, Ontario.

Amina B. est institutrice de français dans une école bilingue de l'ouest de l'île de Montréal, Québec.