



Extrait du Association pour l'Économie Distributive

<http://www.economiedistributive.fr/Pourquoi-est-elle-utilisee>

...Pourquoi est-elle utilisée ?

- La Grande Relève - N° de 1935 à nos jours... - De 1998 à 2009 - Année 2005 - N° 1050 - janvier 2005 -

Date de mise en ligne : samedi 4 novembre 2006

Date de parution : janvier 2005

Copyright © Association pour l'Économie Distributive - Tous droits réservés

Oui l'éducation, qui doit canaliser certaines pulsions, peut engendrer la crainte de dépasser des limites.

Et oui, l'arme de la peur fait sûrement appel à un imaginaire inconscient.

Mais est-ce que devenir adulte ne devrait pas être prendre conscience de ce conditionnement et le maîtriser ?

Et est-ce le cas ?

L'objectif de notre groupe de réflexion est de chercher comment la société pourrait s'organiser pour réaliser une vraie démocratie et tendre vers une société plus évoluée, c'est-à-dire constituée de gens conscients et responsables, quel que soit leur domaine d'activité. Alors je m'applique à distinguer ce qui est naturel, par exemple les pulsions qu'il faut canaliser pour vivre en société, de ce qui résulte d'une mauvaise organisation de cette société, par exemple le fait que les recherches sur le subconscient humain puissent être mises à profit par des professionnels, politiciens ou publicitaires, devenus experts en manipulation des foules.

Améliorer ce qui est naturel se traite au niveau de l'individu, et disparaît avec lui, alors que mieux organiser la société est notre affaire à tous, et prépare l'avenir de l'humanité. Prenons brièvement un exemple simple : Si en envoyant leur enfant à l'école, les parents lui répètent essentiellement : « Plus tu réussiras en classe et plus tu auras de chances ensuite de trouver un emploi bien payé », ils le conditionnent et pour longtemps. Car ainsi son objectif devient individuel, et son seul souci, d'être reçu à son examen, en se donnant naturellement le moins de mal possible. Les conséquences sont simples. L'élève, s'apercevant qu'il faut fournir moins d'effort pour apprendre par coeur que pour réfléchir, prend l'habitude stupide de "gober" ses cours sans essayer de les comprendre et récite comme un perroquet. Son cerveau n'étant pas entraîné, le pli est pris : il gobera ensuite tous les discours des médias, sans esprit critique, sans faire l'effort de raisonner, de comparer avec la réalité ou avec d'autres discours. Comme les moutons de Panurge, il suivra "la mode".

Et comme un autre moyen d'être reçu consiste à tricher, il considère que tricher est un moyen comme un autre, peut-être plus sûr et bien plus excitant que se donner la peine de réfléchir... Ne nous étonnons donc pas en apprenant chaque jour la découverte de nouvelles malhonnêtetés de grande ampleur ou en rencontrant des gens qui "ont réussi" parce qu'ils sont des "lutteurs" : ils se sont exercés à intriguer, mais ils sont restés plus idiots que beaucoup de ceux qu'ils commandent.

Et tout cela parce que l'éducation est conçue comme le moyen de préparer à un emploi qui sera payé selon le niveau atteint. Il en serait tout autrement dans une société où l'éducation pourrait être considérée comme destinée à permettre à chacun de trouver la voie vers l'activité qui lui convient le mieux, s'il savait qu'il pourra s'y épanouir ensuite, sans souci matériel, quel que soit le niveau qu'il atteindra, pourvu qu'il fasse consciencieusement ce qu'il se sera engagé à faire.

Donc en plus de toutes les raisons plus ou moins naturelles ou inconscientes qui nous façonnent, ne perdons pas de vue que l'organisation de notre système économique est telle que tirer profit de notre passivité et de notre conditionnement est "rentable", au point qu'un esprit critique a vite fait d'être réputé subversif. Alors ne nous étonnons pas si trop peu de gens font l'effort de lire la Grande Relève. La grande majorité préfère regarder la télévision, dont le but a été défini par le PDG de la première chaîne en ces termes : « à la base, le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit ». Patrick Le Lay a même précisé : « pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible, c'est-à-dire ... de le préparer entre deux messages. Ce que nous vendons à Coca-Cola c'est du temps de cerveau humain disponible. » En vertu de quoi, l'émission phare de cette chaîne, la "Star Ac", a été

...Pourquoi est-elle utilisée ?

regardée chaque jour de l'an dernier par en moyenne, 4,6 millions de téléspectateurs, grâce à qui TF1 a pu vendre ses écrans publicitaires pendant la finale 2004 de cette émission ...pour la bagatelle de 90.000 à 115.000 EUROS
LES TRENTE SECONDES !