

La constitution d'un regard : deux observatoires de l'enfance

RÉGINE SIROTA

Institut National de Recherche Pédagogique
29 rue d'Ulm, 75230 Paris Cedex 05
Centre de Recherche sur les Liens Sociaux,
CERLIS-CNRS-Université René Descartes-Paris V

**Entretiens avec Armelle Le Bigot Macaux,
Observatoire permanent des enfants, Gabriel Langouët
et Christian Nique, Observatoire de l'enfance en France,
recueillis par Régine Sirota**

Aux différents éclairages portés sur l'enfance dans ce numéro, cette rubrique miroir adjoint deux visions opposées, voire contradictoires, de l'enfance qui ont pour point commun d'être construites à partir d'une même structure sociale, des "observatoires" de l'enfance. Depuis quelques années des observatoires se créent dans les domaines les plus divers, structures intermédiaires entre la recherche et ses utilisateurs potentiels. Signe que les connaissances produites deviennent des enjeux sociaux sur des questions "chaudes" socialement.

Il était stimulant pour clore ce dossier sur la sociologie de l'enfance, de sortir de l'univers de la recherche et de rencontrer les responsables de deux observatoires pour saisir une part de ces enjeux tels qu'ils sont exprimés dans deux sphères bien différentes, mais qui chacune modèle et la gestion sociale et le regard porté sur l'enfance.

Tous expriment la nécessité de disposer d'un outil permettant à différents partenaires de partager une même connaissance, de construire un regard, de mettre à portée des uns et des autres des savoirs jugés difficiles d'accès, dont il faut pouvoir disposer dans une échelle de temps, différente à la fois de celle de la recherche et de l'action immédiate. Car il s'agit autant

de prendre du recul par rapport à l'action quotidienne, d'en maîtriser les orientations que de disposer ou de diffuser rapidement des connaissances adaptées pour ce faire. Or, dans le domaine de l'enfance, les connaissances apparaissent particulièrement éparées et sujettes à des jeux de représentation.

Enfants chéris de la société de consommation, enfants orphelins de la société tels sont les deux portraits que peignent d'une part une société de marketing, d'autre part une association militante. Double face d'une même évolution sociale, cette juxtaposition est destinée à interpeller le lecteur sans plus de précautions sur les dissociations d'un champ de recherche.

Entretien avec Armelle Le Bigot Macaux **Observatoire permanent des enfants, agence de marketing ABC+**

— Comment définiriez-vous l'Observatoire permanent des enfants (OPE) ?

L'OPE est un outil qui a démarré il y a deux ou trois ans. Fortement poussé par nos clients, il procède d'une double démarche. Nos clients, des agences, des fabricants, demandaient constamment à resituer les résultats ponctuels sur des produits ou des gammes dans une perspective globale, pour en tester la cohérence. De notre côté, nous ressentions une frustration terrible devant ce gouffre, cette méconnaissance de la culture enfantine de la part des clients.

Tout ceci m'a donné l'envie de créer l'OPE avec comme principe que ce n'est pas le client qui dicte le contenu d'une étude, mais nous qui prenons l'initiative des sujets qui seront traités.

Il y a trois idées force dans la construction de l'OPE, une veille, une interprétation, un outil d'échange et de proximité pour que tout le monde ait une culture commune. En outre, cela crée un climat de confiance avec les clients.

— Sur quelles thématiques travaillez-vous ?

Nous avons défini les sujets qui nous paraissaient les plus importants. Pour la première année, l'école, le jouet, la pub, le sport, c'est-à-dire des thématiques assez vastes pour broser une toile de fond du public. Sachant que l'OPE est défini sur trois populations d'âge, ceci donne : l'écho des jardins, pour la maternelle ; l'écho des récréés, pour le primaire et l'écho des secrets, pour le collège. Puis, pour la deuxième année, nous avons changé les thèmes,

nous sommes passé aux héros, aux grands-parents, aux pubs, aux ados... Maintenant dans une troisième étape, nous allons pouvoir travailler en tendances, en cherchant à comprendre ce qui est pérenne et ce qui change dans l'environnement et l'actualité des enfants. L'idée c'est d'éviter la course à l'information, c'est une sorte de veille qui est faite avec une interprétation, un mode d'emploi. Ils ne peuvent pas la faire, dans la mesure où nos interlocuteurs ce sont les chefs de produits, les directeurs de marketing de grosses boîtes comme *Mattel, Danone, Disney, Hachette, McDonalds, Procter & Gamble...* Ils sont toujours dans l'urgence, ils sont sur leur secteur-produit, ils n'ont ni le temps, ni les moyens d'aller voir ce qui se passe autour.

— Le fait de travailler avec des enfants sur des enfants, qu'est-ce que cela introduit dans le marketing ?

La dimension enfantine en marketing a beaucoup évolué. Elle n'est pas nouvelle, cela fait longtemps que les fabricants sont de plus en plus conscients du rôle des enfants. En 1972, quand j'ai commencé, les gens nous regardaient comme des zombies, quand on arrivait avec notre discours sur l'enfant prescripteur, à cette époque, on disait "quand même c'est la mère qui paie." Entre 1970 et 1980, il y a un début de prise de conscience, provoqué par la limitation du temps de publicité à la télévision pour les jouets, car tout le monde était persuadé que l'enfant était fasciné par la publicité. Cela a fait beaucoup parler, on a mis l'accent sur le rôle des enfants, ils ont été vus comme étant des acteurs à part entière. Dans les années 1980 et 1990, on nous a présenté les enfants comme des dictateurs absolus : "Les parents ont tout lâché, les enfants décident de tout." C'était l'enfant roi et les annonceurs ne savaient plus trop où ils en étaient, entre la maman qui paie et le gamin, qui décide de tout.

Aujourd'hui, c'est assez dépassé on a retrouvé un discours plus réaliste, plus en nuances. "Non, ce n'est pas l'enfant qui décide, qui choisit la voiture des parents". On considère qu'il y a un vrai partenariat. Quand elles font leurs courses d'alimentation, les mères tiennent nettement compte de l'avis de leurs enfants. Elles expliquent que ça leur fait gagner du temps, que c'est ridicule de les forcer sur une marque de chocolat ou une autre. Mais il y a des différences par secteurs, par univers, par âges.

Les enfants sont au courant de tout, ils connaissent les difficultés de leurs parents. Ce sont des consommateurs très lucides, très avertis mais quand ils consomment, ils consomment à bon escient. Cela ne veut pas dire qu'ils sont versatiles. Ils sont très curieux, à l'affût de tout, mais ils vérifient avant de s'emballer, avant d'en faire un phénomène avec les copains.



Contrairement aux mères ils ne se laissent pas prendre par l'emballage, ils vérifient la qualité, la vraie contenance d'un produit, ils sont pragmatiques.

— Vous les définissez comme des acteurs au sens plein du terme, mais inversement comment pourrait-on définir le poids du marketing dans la construction d'une culture enfantine ?

Importante, mais il est difficile de parler des enfants en général. Huit-onze ans c'est l'âge clé, avant six-sept ans ils ont du mal à faire le tri, à analyser, à sélectionner, en termes de produits ils sont relativement changeants. Si on ne leur donne pas un produit qu'ils réclament, ils passent à autre chose. Alors qu'à huit-onze ans ils construisent leur comportement de consommateur, ils sont à l'affût des informations, ce sont de vraies éponges. Ce qu'on transmet, il s'en imprègnent mais ils en prennent et en laissent tomber. Et puis il y a la bande des copains, c'est une sorte de marketing indirect à travers des phénomènes d'imitation. Ils ne prennent pas les choses pour argent comptant, s'il n'y a pas cohérence entre un outil de marketing, un contenu de message et le produit qu'il y a derrière, ils voient la ficelle.

— Quelles sont vos sources ? Quelles méthodologies employez-vous ?

Avant les années 1980, il y avait une petite oreille tournée vers les enfants mais, massivement, on faisait des études avec les mamans. En 1980-1990 on a fait massivement des études "duo". On convoquait mamans et enfants mais ils étaient séparés et on comparait leurs discours. Les enfants racontaient avec une précision extrême. Au final on les remettait ensemble et on s'apercevait que les enfants étaient plus vrais, plus authentiques. Ça nous permettait de faire un équilibre pour comprendre qui était prescripteur. Aujourd'hui, c'est assez dépassé, on fait des groupes soit avec des mamans, soit avec des enfants suivant les produits. L'enfant est très intégré tant du côté fabricant que du côté distributeur. En plus nous avons un panel de mille enfants qui sont consultés en permanence, par questionnaire, par téléphone, pour faire des groupes, pour valider un sujet, repartir à zéro. À la demande des Américains, nous avons, à côté du panel, des "raconteurs", des gamins qu'on a identifiés comme plus ouverts, plus pointus, curieux, branchés. Ces gamins-là on les transforme en raconteurs en les équipant comme des reporters, la mission c'est d'être en éveil partout.

— Quels sont vos rapports avec les disciplines universitaires constituées ?

L'OPÉ est un instrument, car il y a un manque de pont entre ce qu'on fait nous et ce qui se fait ailleurs. Nous ne sommes que des courtoies de

transmission. Il y a un équilibre à tenir. Quand on a un doute sur l'interprétation, on fait appel à des universitaires. Nous avons aussi une mission de formation, qui enrichit notre vision très marketing mais nous travaillons avec des chercheurs qui savent aussi parler produits. On les fait intervenir comme caution ou comme explication. Mais en faisant attention de ne pas plaquer un discours trop interprétatif car il y a une grande méfiance. Si je faisais directement référence à des réflexions trouvées dans la sphère universitaire je ferais peur. J'ai du mal à faire accepter ce discours.

Entretiens avec Gabriel Langouët et Christian Nique Observatoire de l'enfance en France (OEF)

GABRIEL LANGOUËT,
professeur à l'Université René Descartes-Paris V, CERLIS,
est directeur scientifique de l'OEF.

CHRISTIAN NIQUE est inspecteur général de l'Éducation nationale
et président de la Fédération des pupilles de l'enseignement public.

— Quelle définition donneriez-vous de l'Observatoire de l'Enfance en France, en termes de structure ?

— **GABRIEL LANGOUËT**

C'est un organisme de recherche et de valorisation de la recherche assez particulier en France, au service d'une œuvre militante pour l'enfance, mais indépendant par rapport à la militance, sur le modèle anglo-saxon. C'est actuellement un Groupement d'intérêt économique, mis en place par la Fédération des Pupilles de l'Enseignement Public (PEP) et la Mutuelle générale de l'enseignement public (MGEN). Christian Nique en est le fondateur, le président est le vice-président de la MGEN, le vice-président est le secrétaire général des PEP, la direction scientifique est assurée par Gabriel Langouët, professeur des Universités. Nous mettons en place actuellement un conseil scientifique.

Notre rôle est de montrer les problèmes réels dont la société doit se préoccuper, mais il n'est pas d'aller sur le terrain politique. Nous sommes intéressés par un double public : des responsables et des décideurs et un public de gens du terrain, de praticiens pour lesquels il est utile de donner des outils relativement lisibles. C'est pourquoi nous parlons de valorisation de la recherche. Ce public nous intéresse tout autant que les décideurs, notre hypothèse étant que c'est par le terrain que passent les demandes sociales de changement.



— D'où est venue l'idée de l'OEF ?

— CHRISTIAN NIQUE

L'idée est née en 1995. Élu président des PEP, dont le budget est compris entre deux et trois milliards de francs, pour redéfinir le projet politique de l'association, je suis tombé sur un vide. Il n'y avait pas d'études synthétiques, de tableau général de l'enfance dans notre pays. Il était nécessaire de disposer d'études plus générales, c'est pourquoi nous avons contacté des partenaires, le ministère de l'Éducation nationale, la MGEN, le ministère de la Santé, des organisations qui gravitent autour de l'école, et un partenaire, Hachette, qui était intéressé en tant qu'éditeur. Notre idée d'une structure spécifique d'observatoire militant de l'enfance a rencontré immédiatement un accueil favorable. Il ne s'agissait pas de créer un laboratoire scientifique mais de recenser des informations, de travailler des connaissances, pour produire des connaissances utiles à l'action. Nous voulons comprendre les souffrances de l'enfance, de façon à mobiliser des organisations et la société toute entière pour que cela change.

— Quel type d'actions menez-vous au sein de l'OEF ?

— GABRIEL LANGOUËT

Une de nos fonctions principales est la publication d'un ouvrage par an. Dans le premier, il s'agissait de dresser le portrait des problèmes rencontrés par les enfants en France, de discuter des idées naïves, de mettre au jour les grands problèmes. Le deuxième volume est consacré aux "nouvelles familles". Le troisième portera sur les handicaps. Les sujets sont proposés au conseil d'administration, puis traités librement par l'équipe de l'OEF, avec un dossier de synthèse, une partie informative statistique, et pour la troisième partie nous passons commande en faisant appel à des chercheurs reconnus par la communauté scientifique sur le sujet, tout en multipliant les points de vue et en croisant les approches disciplinaires. Une quatrième partie, plus pratique avec bibliographie récapitulative, donne une liste d'associations afin de fournir un outil aux militants.

— Sur quels types de problématique avez-vous démarré vos travaux ?

— CHRISTIAN NIQUE

Les PEP interviennent traditionnellement, depuis 1915, auprès des enfants handicapés, des enfants en difficultés scolaires, privés de vacances, privés de loisirs, privés d'activités culturelles, en détresse, avec un dispositif de 600 établissements, des bénévoles et 17000 salariés. Dans les années soixante, les besoins de l'enfance se sont profondément modifiés. Jusque-là la France

était un pays rural et sociologiquement stable. Depuis la fin des années cinquante, elle s'urbanise et devient sociologiquement instable, ce qui a engendré des problèmes nouveaux, avec le développement des banlieues, des ghettos, de la misère et du chômage. Les mouvements militants comme les PEP, ont besoin de redéfinir, de recaler leur action pour répondre à ces nouveaux besoins de l'enfance. Les choses apparaissent progressivement, des tentatives sont faites, puis on s'aperçoit que le problème est plus massif qu'on ne le croyait. À partir de cette dynamique, on est arrivé à l'idée qu'il fallait définir une nouveau projet politique et pouvoir l'asseoir sur une meilleure connaissance des difficultés de l'enfance contemporaine, d'où la mise en place de l'OEF.

— Quels étaient et quels sont ces problèmes ?

— CHRISTIAN NIQUE

On peut en donner quelques exemples, il y a des enfants SDF, qui ne savent pas où dormir, qui dorment dans les couloirs du métro. Il y a des enfants SDF, c'est-à-dire sans domicile familial fixe, ils galèrent, ils vont dormir chez l'un, chez l'autre. On peut dire qu'ils n'ont pas d'ancrage. Il y a des enfants d'enfants, ce sont des lycéens qui ont des enfants, qui les cachent, les font garder par des pions. Il y a des enfants qui ont faim, c'est le problème des cantines qui est posé. Il y a des enfants sans repères sociaux, sans structuration, sans affection.

Les PEP à l'origine, en 1915, ont été instituées pour les "orphelins de guerre". Maintenant l'une de leurs préoccupations majeures est de s'occuper des "orphelins de la société". Ce sont les gosses envers qui la société ne joue pas le rôle tutélaire qu'elle joue envers l'ensemble de la société enfantine. Les chiffres sont extrêmement inquiétants, il y aurait un million d'enfants en situation d'exclusion actuellement. Chacune de nos associations départementales a 15.000 enfants dans cette situation autour d'elle. Il nous faut inventer de nouveaux dispositifs. Les centres de vacances, tels qu'ils ont été inventés par les mouvements pour la jeunesse au moment du Front populaire, pour aérer l'esprit et le corps des enfants des campagnes et des villes, ne correspondent plus aux besoins. Il faut inventer un nouveau concept de vacances. Il faut se demander : "quels sont les enfants qui ont des besoins pendant les vacances, quels types de besoins, qui sont ces gosses qui galèrent dans des univers de béton, et qui n'ont d'autre possibilité que d'aller se balader dans les caves de HLM avec un transistor collé à l'oreille ?" On avait besoin de comprendre tous ces problèmes-là.

— Quelle était la situation, non pas du point de vue de la demande sociale, mais des savoirs disponibles ?

— GABRIEL LANGOUËT

L'information est parcellaire et dispersée. Il y a des secteurs sur lesquels on manque totalement d'informations, par exemple sur les enfants qui travaillent, sur la prostitution infantine. D'autre part, il n'y a pas de lieu où on puisse rassembler les savoirs sur l'enfance. De plus, l'hypothèse courante et principale concernant la France était qu'il n'y avait pas de problème majeur concernant l'enfance. Par exemple les cas de maltraitance, de délinquance sont considérés comme marginaux, ils font la une des médias pendant deux, trois jours puis disparaissent. On considère souvent que les problèmes de l'enfance, ce sont les problèmes de l'UNESCO, de l'Afrique, mais pas ceux des pays riches, or c'est faux.

— Dans quelle mesure s'agit-il d'un changement ? La situation de l'enfance s'est modifiée mais n'y a-t-il pas aussi un regard qui a changé, une sensibilité qui a évolué ?

— CHRISTIAN NIQUE

Les deux ont joué de manière combinée. Évidemment on a maintenant un regard différent, la notion des droits de l'enfant n'est pas la même aujourd'hui. Mais les problèmes de l'enfance ont aussi changé de nature. Il y a de nouveaux problèmes qui se posent. Le rapport de l'enfant à l'adulte là où il y a du chômage et de la galère n'est pas de même nature que dans les milieux pauvres villageois. Dans les zones rurales des années 1930, si les enfants avaient des difficultés, ils avaient des points de repères qui ont disparu.

— GABRIEL LANGOUËT

Notre travail consiste à faire changer le regard, à mieux décrire des situations réelles, à fournir une photographie, mais aussi à démystifier des idées surfaites et mal faites. Si on prend un des thèmes du premier ouvrage, la délinquance, toutes les données statistiques font apparaître que la délinquance croît. Vraisemblablement la délinquance a changé, mais le regard aussi a changé, en particulier le repérage de la délinquance est beaucoup plus complexe. Il y a sans doute une part de l'augmentation de la délinquance qui tient à l'évolution du repérage, selon les zones géographiques et les politiques. De même il est important de montrer que le divorce n'a pas le même sens pour les différents milieux sociaux. Le milieu enseignant continue de penser que c'est le divorce qui crée les difficultés des enfants à l'école. L'OEF est fait pour que la réalité change et aussi pour que le regard change.

Publications

L'état de l'enfance en France 1997, Paris, Hachette

Les nouvelles familles en France 1998, Paris, Hachette