

Zeitschrift: Générations : aînés
Herausgeber: Société coopérative générations
Band: 31 (2001)
Heft: 12

Artikel: L'amour ne s'achète pas
Autor: Pidoux, Bernadette
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-828506>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Offrir à un enfant un jeu un peu en marge des circuits commerciaux, cela ne veut pas dire qu'il n'a pas droit, aussi, au dernier gadget à la mode.

Nous savons tous combien il est difficile de résister. Et si vous n'avez pas offert le *Furby* qui traîne aujourd'hui au fond d'une armoire, quelqu'un

d'autre l'aura fait. Il faut savoir écouter les goûts de l'enfant avant les siens propres, mais cela n'empêche pas de résister à certaines demandes qui ressemblent à des caprices très passagers. De même, ne pas faire profiter la jeune génération des extraordinaires possibilités – ludiques ou éducatives – de l'ordinateur serait un non-sens. Mais de là à mettre sous les yeux des enfants que nous aimons les jeux les plus violents...

Entre bon sens et compromis, une voie peut être trouvée, pour faire plaisir sans céder à des requêtes que nous désapprouvons. Lise Micheli a remarqué que la période de 6 à 8 ans est la plus délicate. A la sortie de la petite enfance, il y a comme un flou dans le choix des jouets et les goûts des enfants. Mais dès que ces derniers maîtrisent la lecture, c'est un renouveau, un virage à ne pas manquer pour faire connaissance avec le monde infini de l'écrit, formidable tremplin pour l'imagination et pour l'aventure. Par ailleurs, la personnalité de l'enfant s'affirme, il découvre, il se passionne, et en discutant avec lui, on trouvera beaucoup plus facilement un cadeau de qualité en rapport avec ce qu'il aime. Ce peut être, par exemple, un livre, un abonnement à un cours, à un journal adapté à son âge et à ses préférences.

Catherine Prélaz

MARRE, DE CE PAPA NOËL-LÀ!

Il a débarqué dans les boîtes aux lettres de toute la région genevoise à fin octobre, soit deux mois avant Noël, alors que les premières guirlandes apparaissent à la Migros du coin, fichant les boules aux clients qui vivaient alors un bel été indien. «Il», c'est le catalogue du plus grand magasin de jouets de Genève. Sur sa couverture – comble de l'audace – papa Noël dans son traîneau débordant de cadeaux, conduit par deux rennes rigolards. Après, ça se gâte. Car ce catalogue est moche comme tout! Et la première chose qui saute aux yeux, ce sont les prix! De Barbie à Nintendo, de Playstation à Harry Potter, rien n'y manque... et tout y manque. C'est-à-dire l'originalité, l'inattendu.

C'est comme ça, un supermarché du jouet. Les lieux – 1800 m² pour 10 000 produits! – sont à l'image de sa vitrine sur papier. Tout y est présenté de la même manière, avec la même fadeur, la même linéarité... pour

tenter de faire des enfants standardisés.

Autre cause de mon énervement: le magasin comporte des «départements filles» et des «départements garçons», entrecoupés de quelques zones mixtes. Vous n'allez pas le croire, mais c'est rose pour les filles, et bleu pour les garçons! Bonjour le conformisme et gare à celui ou celle d'entre vous qui ira choisir un jouet pour une petite fille en zone bleue! Sachez une fois pour toutes que ses nattes lui donnent le droit d'enfiler des perles ou de faire le ménage avec un vrai aspirateur version «mini»... mais pas de construire un truc génial avec des Lego «techniques».

Bon, je m'en prends au géant King machin chose, mais il faut bien reconnaître que dans les rayons de nos grandes surfaces, ce n'est guère mieux... ça crève juste un peu moins les yeux!

C. Pz

L'amour ne s'achète pas

Un petit livre vient à point nommé nous rappeler qu'un enfant a besoin qu'on lui consacre du temps et de l'attention plutôt qu'on le gave de jouets luxueux et lassants.

L'essai de René Blind et Michael Pool, tous deux pères et enseignants, est résolument militant. Il exprime bien le ras-le-bol de certains adultes devant des adolescents blasés, soumis aux diktats des modes et cramponnés aux seules valeurs matérielles. Mais au-delà du constat, les deux auteurs proposent aux parents,

grands-parents et adultes en général une sérieuse autocritique. Le rapport à l'argent est essentiellement une question d'éducation et d'exemple, aussi devrions-nous réfléchir d'abord à nos propres valeurs.

Comment définissons-nous communément le monde dans lequel nous nous trouvons? Nous parlons sans cesse de «société de consommation»,

une formule curieuse si l'on s'y arrête un peu. Il ne s'agit pas de société de bien-être, de société de communication ou de richesse, mais de consommation. Le modèle social est donc une sorte d'épuisante course à la nouveauté. Un ordinateur à peine acheté est déjà dépassé, une nouvelle console de jeux ne s'adapte plus au matériel qu'il va falloir remplacer et ainsi de suite. Tout cela ressemble-t-il à un projet éducatif pour nos rejetons? Voulons-nous vraiment que nos enfants vivent dans un champ de bataille économique basé sur l'exploitation des plus faibles et des pays du tiers-

monde? Voulons-nous vraiment de ce culte des apparences que suppose la mode? De ce supermarché permanent dans lequel nous les entraînons?

Des réponses pratiques

«Oui, mais on ne peut pas les exclure du monde au risque de les voir rejetés par leurs petits camarades», rétorquent souvent les parents déboussolés. Les auteurs du pamphlet apportent ici des réponses pratiques à garder en tête.

Sortir du conformisme: tous les comportements majoritaires finissent par passer de mode. N'a-t-on pas pensé longtemps que la terre était plate, que la femme était incapable de voter et qu'il fallait frapper les enfants pour leur bien? On peut ainsi apprendre aux enfants à relativiser.

Éviter la compensation: lorsque nous ne sommes pas disponibles pour nos enfants ou petits-enfants, nous nous sentons souvent coupables. Pour nous rattraper, nous

compensons par des biens matériels, de «l'avoir». Exemple typique: au retour d'un voyage qui nous a tenus éloignés, nous inondons nos proches de cadeaux pour nous racheter. De plus, le réflexe est vite créé et la sur-enchère guette au prochain voyage...

Ne pas les surcharger d'activités: inutile d'inscrire les enfants à trente-six activités censées développer leur intelligence. Il faut en finir avec ces bébés savants et ces enfants stressés, très vite dégoûtés des loisirs proposés. Comme le dit une spécialiste de l'enfance citée dans l'ouvrage: «On peut tout de même s'étonner que des adultes fatigués et parfois – mais trop rarement critiques – vis-à-vis de leur propre mode de vie, n'aient de cesse de l'imposer à leurs propres enfants, les préparant le plus tôt possible à fractionner leur vie dans un rapport temps de travail-temps de loisir où le deuxième terme n'a pour fonction que le soulagement du premier.»

Ne pas entrer dans l'engrenage: lorsque bébé fait son apparition, toute

la famille est tentée d'acheter une panoplie complète de meubles et de gadgets. En réalité bien plus que de babioles en plastique et de vingt peluches, le bébé a besoin d'attention, de bras chaleureux. Proposez de soulager quelques heures la jeune maman vaut tous les hochets musicaux...

Plus tard, n'offrez des cours de violon qu'à un enfant qui en manifeste vraiment le désir, ne vous faites pas plaisir par procuration... Refusez de faire cadeau d'un objet que vous désapprouvez. Les armes vous révoltent? L'enfant est à même de le comprendre et de respecter vos valeurs.

En conclusion, réfléchir avant d'acheter n'est jamais vain. «Les vrais rêves qui fondent notre dignité humaine ne s'achètent pas», rappellent les auteurs de ce petit guide pratique et intelligent.

Bernadette Pidoux

Mon Enfant et la Consommation, de René Blind et Michael Pool, éditions Jouvence.



Un enfant a davantage besoin d'attention que de cadeaux onéreux