Communiquer ?

Le centre de vacances serait, dixit les aréopages spécialisés, en déficit de communication, en déficit d'image dans le public. Dans une société, ou plutôt, à un moment où, dans une société, la communication par l'image occupe une place centrale, c'est certainement vrai et dommageable.

Communiquer certes, mais communiquer quoi ? Et quelle place ce terme, et même le concept global qu'il sous-entend occupe-t-il à l'intérieur même des centres de vacances ? Il y a, de fait, un paradoxe quand, dans le même temps, les centres de vacances dans leur globalité réclament le support des grands médias contemporains et… les laissent à la porte des centres au nom de la perversité de ses mêmes médias ! « La télé dans mon centre ? Jamais ! « Ils » sont là pour autre chose, « ils » sont là pour se désintoxiquer, « ils » avalent assez de « cochonneries télévisuelles » comme ça toute l'année ! Internet dans le centre ? Et puis quoi encore ! Peut-être la radio pour suivre les infos quotidiennes ? « Ils » voient et entendent déjà assez d'horreurs toute l'année ! Et ici, on est en vacances ! » Noter au passage que s'informer tient du domaine de la non vacance ! Ou encore qu'il est des âges à partir desquels l'information est possible et en-deçà desquels elle est inutile et pernicieuse. Noter encore plus crûment que ce sont les adultes encadrant ces séjours qui en sont les seuls juges ! Le centre de vacances (et pas le centre de loisirs, où l'enfant, rentrant chez lui tous les soirs, ne peut échapper à l'insidieux lavage de cerveau des médias, par nature diaboliques) devrait donc être une bulle intemporelle, un lieu du bien, loin du mal quotidien, un lieu d'éducation hors sol. Jusqu'alors, c'est l'élevage qui avait inventé le hors sol. Avec d'ailleurs la réussite qualitative qu'on lui connaît. Mais passons. Le paradoxe réside dans ce grand écart permanent du refus des médias à l'intérieur des structures et du regret rageur de ne pouvoir bénéficier d'une couverture médiatique ! Une très grande majorité des organisateurs de centres de vacances souhaite une couverture médiatique des séjours qu'ils organisent, une reconnaissance médiatique de leur action. Il n'est pas certain qu'une majorité des équipes qui encadrent partage ce souhait. Il y a peut être là une des causes du déficit d'images. Faisons le pari que si dans chaque centre de vacances, les médias avaient leur place, comme outils d'éducation au même titre que tous les autres outils d'éducation du centre, la relation à la communication ne serait pas la même. Si les

médias, une éducation aux médias, étaient intégrés dans chaque projet pédagogique, se mettrait en place de fait une autre relation à la communication, une autre dynamique globale. Certes, le problème est peut-être vu par le petit bout de la lorgnette. Mais après tout, elle a deux bouts cette lorgnette ! Et puis, pas d'angélisme. Les médias prendront en compte les quelques un million et demi d'enfants en centres de vacances, et les plus de quatre millions en centres de loisirs quand la société dans sa globalité les prendront en compte. Quand il s'agira d'un véritable fait de société.

Alain Gheno

Article extrait de Les Cahiers de l'animation n°50