

Remerciements

Et voilà. Cet exemplaire est le **dernier numéro du « Courrier Apolitique »**. La fin de l'année, le Bac et les vacances d'été approchant, je vais mettre un terme à mon projet de mini édition.

Je voudrais remercier tous les lecteurs qui ont su apprécier le principe de libre expression du C.A et surtout tous les lycéens ayant participé ou qui m'ont aidé à concrétiser l'édition de ces pages. Merci donc à :

M.S, Jeunespop, V.L, A.P, M.J, G.T, R.E, N.D, loobloob, C.P, Houssama Hussien, C.B, Ccl et JC

Et certains professeurs qui m'ont soutenus et conseillés.

Toutes ces personnes qui se sont exprimés, donné leur avis sur des sujets qui leur tenaient à cœur et fait marcher ainsi leur liberté d'expression. Savoir prendre du recul, avoir un avis critique sur le monde qui nous entoure et savoir entendre les idées des autres sont pour moi de grandes vertus.

J'espère que certains reprendront l'idée de ces pages d'expression pour les années futures, sous ce nom ou un autre, seul le principe compte.

Je terminerais cet édito et l'édition du « Courrier Apolitique » par la devise du célèbre journal « Le Canard Enchaîné » :

« La liberté de la presse ne s'use que quand on ne s'en sert pas »

L'Éditeur

<http://courrierapolitique.unblog.fr/>

courrier.apolitique@laposte.net

En vous souhaitant une agréable lecture.

Injustice

Il y a 3 semaines environ, un élève a été frappé par un C.P.E. Lundi, il y a eu un conseil de discipline, et l'élève a été définitivement exclu du lycée. Ce scénario improbable a bien eu lieu, et qui plus est, dans notre lycée. Cet article a pour but d'informer les lycéens sur la réalité de cette affaire tout sauf anodine, en tout cas, d'en proposer une autre version, différente de « l'officielle », qui reste très éloignée de la vérité, et de pointer du doigt l'attitude exécrationnelle d'un certain nombre de responsables de ce lycée.

Il y a quelques semaines donc, Fabien, le lycéen concerné était convoqué chez M. Frantao, pour une raison on ne peut plus banale: une absence à justifier. C'est là le seul élément des faits ou les deux protagonistes s'accordent. La version officielle et celle de l'élève divergent ensuite.

La première, tout le monde la connaît. Le sujet de la conversation a dérivé et l'élève, « émotionnellement instable », comme se plaît à dire l'Administration, se serait énervé, et, perdant toute emprise sur lui-même, aurait fini par donner un coup au visage et un autre au pied du C.P.E, avant de le passer à tabac à coups de lampe, le tout sous les yeux d'un surveillant.

Quand a la seconde, elle diffère sur bien des points. Selon l'élève, Frantao aurait lancé des provocations. Les deux protagonistes se seraient échauffés et le lycéen, emporté, aurait renversé les affaires se trouvant sur le bureau du C.P.E, qui aurait déclaré suite à cela: « c'est bon j'ai eu tout ce que j'voulais ». Le C.P.E. se serait mis à ramasser les affaires tombées, et l'élève aurait jeté la lampe avant de se lever et de s'approcher de M. Frantao sans intention de lui porter atteinte. Le CPE se sentant menacé aurait frappé l'élève au visage et celui-ci serait tombé en arrière, voyant se précipiter M. Frantao vers lui avec une possible envie de continuer à le brutaliser. Le surveillant serait alors intervenu et aurait retenu le CPE en lui disant: « Calmez-vous, Monsieur Frantao ».

On pourrait rire de la version ridicule de M. Frantao, rire de ses réflexes grotesques, à savoir d'avoir tout de suite cherché à discréditer Fabien, à le calomnier, de s'être visiblement créé des contusions, et sur les conseils d'un professeur aigri, d'avoir tout de suite porté plainte, pour gagner en crédibilité. On pourrait en rire s'il n'y avait pas des conséquences à tous ces agissements. Car toute la stratégie mise en place par le C.P.E

(calomnie, retournement de l'accusation, diffusion immédiate de sa version) a fini par porter ses fruits.

Ainsi, bien que la plainte formulée par M. Frantao ait été rejointe par celle de l'élève, l'antériorité de celle du C.P.E. en a fait la seule étudiée par la police. Celle-ci, se basant sur le témoignage des deux protagonistes, et surtout, sur celui du surveillant, a fait un rapport aboutissant à un certain partage des responsabilités et donc des peines. Il est important de signaler que le rapport du surveillant ne mentionne pas de coup de poing de la part de l'élève, mais bien de la part du C.P.E.

On aurait pu penser que l'affaire en resterait là, avec des peines légères pour les deux personnes, mais c'est le conseil de discipline, interne au lycée donc, qui devait déterminer si Fabien était exclu ou non.

En toute logique, la décision de ce dernier devait s'aligner sur celle de la police, du moins devait-il tenir compte de son rapport. C'était trop compter sur la moralité d'un lycée dont la direction semble dépourvu. Car si la réaction lâche et détestable de M. Frantao avait de quoi étonner, celle du conseil de discipline, qui, se parant de toute la mauvaise foi possible, a fait bloc derrière lui est encore pire. On peut facilement comprendre la motivation qui a poussé le conseil à agir ainsi: pour un lycée « d'une certaine qualité », il est beaucoup plus facile de se positionner en faveur d'un C.P.E. que d'un élève. Et puis si cela permet de se débarrasser d'un individu peu scolaire, aux résultats médiocres et ayant d'assez mauvais rapports avec le corps enseignant, c'est encore mieux, et qu'importe la justice.

Nous en sommes donc maintenant là, avec un C.P.E. qui a commis une faute grave, et qui, avec un cynisme et un machiavélisme écœurant, a réussi à exclure définitivement un élève qui ne le méritait pas. Certes, l'attitude de celui-ci (insultante) est tout à fait condamnable, et reste injustifiable, mais elle apparaît largement minorée à la vue des actes de M. Frantao. Quoiqu'il en soit, ces événements entachent définitivement le lycée quant à son rapport aux élèves, et l'on ne peut que s'interroger sur le paradoxe flagrant que montre cette affaire: si le lycée, qui est un lieu d'éducation, d'apprentissage et de vie en société, se trouve lui-même agir sans morale, quel endroit peut donc en être pourvu?

loobloob

L'aube d' un nouveau monde...

L'année 1991 et marquée par l'explosion du bloc communiste et la fin d'une société idéale prônée par le sociologue et figure du XIXe siècle Karl Marx. Mais cette explosion est signe de la fin d'une guerre imaginaire se déroulant en coulisse, une guerre de politiciens s'opposant sur leurs idées avec un seul but, qui fera peur à l'autre. Cette "guerre" a vu s'opposer le bloc Ouest caractérisé par une économie capitaliste et le bloc Est qui lui fut caractérisé par une économie communiste.

Cette dernière a vu l'apparition d'une prise de position claire au niveau politique : une aide aux pays arabes pour le bloc Est et une aide pour la nouvelle et jeune république d'Israël pour le bloc Ouest. Cette guerre a maintenant disparu de tous les esprits mais reste présente sur la scène internationale. Chaque pays doit alors faire un nouveau choix, soit l'axe du mal choisi par les russes, soit la lutte antiterroriste avec comme chef de file les U.S.A et Israël. Ces derniers ont vu la France et le président Sarkozy se rapproché des U.S.A, qui sont à l'aube d'un changement radical dans leur pays. Je dis alors merci au Président d'avoir choisi de se rapprocher d'une nouvelle Amérique qui servira la cause internationale dans la lutte antiterroriste car le monde est à ce jour à l'aube d'une guerre dont chaque pays est conscient. Mais certains préfèrent provoquer l'ONU, défier tout association internationale comme l'Iran ou comme la Corée du Nord. A cela se rajoute des états

prenant la population en otage, comme en Palestine ou les habitants sont otages d'un gouvernement terroriste (Hamas) qui ne cherche que la destruction d'un état légitime et qui tient le Proche Orient en vie : Israël. Pour lever toute ambiguïté la lutte antiterroriste ne s'exerce pas contre les populations mais contre les leaders détournant la croyance de milliers de personnes à des fins meurtrières et voulant détruire un peuple dont la seule volonté est de cohabiter enfin.

Je dénonce alors les gouvernements terroristes se servant de la faiblesse d'un peuple pour assouvir leur pouvoir et provoquer une haine envers une religion, un peuple anéanti par tant de malheurs. Mais je veux aussi justifier le choix de notre président de mettre enfin au grand jour l'atlantisme français et l'amitié existante depuis toujours avec l'Amérique, cette nouvelle Amérique car n'oublions jamais que ce soutien mutuel existant nous a servi à chacun : pour la guerre d'Indépendance pour les USA mais surtout et pour tout français le plus important : l'aide américaine lors de la seconde guerre mondiale.

Nous sommes à l'aube d'un tournant pour le monde et chaque peuple doit prendre conscience de l'enjeu et ne pas laisser le monde aux mains de terroristes se servant d'une religion : l'islam, aussi noble que le christianisme et le judaïsme mais qui par cette déformation des propos est dévalorisé.

jeunes pop



Cinéma

Voici un film dont le synopsis n'inspirera sans doute pas ceux qui ont entendu des critiques positives à propos de ce film. Allociné en dit ceci :

<< Lorsque Daniel Plainview entend parler d'une petite ville de Californie où l'on dit qu'un océan de pétrole coulerait littéralement du sol, il décide d'aller tenter sa chance et part avec son fils H.W. à Little Boston. Dans cet endroit perdu où chacun lutte pour survivre et où l'unique distraction est l'église animée par le charismatique prêtre Eli Sunday, Plainview et son fils voient le sort leur sourire.

Même si le pétrole comble leurs attentes et fait leur fortune, plus rien ne sera comme avant : les tensions s'intensifient, les conflits éclatent et les valeurs humaines comme l'amour, l'espoir, le sens de la communauté, les croyances, l'ambition et même les liens entre père et fils sont mis en péril par la corruption, la trahison... Et le pétrole.>>

Bon ça, c'est la version résumé, de ce genre de résumé de film qui ne sert qu'à se donner bonne conscience d'avoir tenté d'expliquer un film qui dit beaucoup trop de choses pour être résumé.

Paul Thomas Anderson, c'est celui qui a fait Magnolia pour ceux qui voient. Il adapte ici le roman Oil! de Upton Sinclair. Et en profite pour rafler l'Ours d'argent du meilleur réalisateur à la Berlinale 2008. De ce film, vous aimerez les couleurs, jaunies, ambrées ou ombrées, de ces couleurs qui ont joué avec le feu pour en revenir plus vivantes, ou pas. De ce film, vous regretterez peut-être la longueur, vous vous direz que 2h40 passées sur un siège de votre cinéma, ça fait mal au c*1, dans les deux sens du terme.

Oui, peut-être, mais 2heures 40, c'est ce qu'il faut à Anderson pour nous expliquer, pour développer, pour démontrer, pour décortiquer tous les vices du rêve américain dans son éclatante verve capitaliste. Pour mettre à l'épreuve tant la recherche de pouvoir ne pouvant être rassasiée que l'emprise de la religion mettant à mal la raison (d'ailleurs, ceux qui ont vu Little Miss Sunshine seront ravis de voir un tout autre Paul Dano, toujours aussi habité cela dit.). 2h40, c'est aussi le temps que Daniel Day-Lewis prend pour nous convaincre du mérite de son Oscar du Meilleur acteur. Aussi le temps qu'il faut pour nous mettre sous le nez autant que sous la dent la capacité de dérive de toute quête solitaire. Le temps qu'il faut pour filmer l'abandon, pour filmer la haine, aussi. Ou la rancœur. En tout cas, pas le remords.

Et puis, 2h40, c'est bien ce qu'il fallait pour pouvoir faire une scène finale aussi forte, aussi juste, aussi... finale.

Alors, pourquoi y résister. Ce film est tellement dense qu'on peut y trouver de quoi se torturer les méninges pour un bout de temps. Mais c'est plus subjectif que pour Into the Wild par exemple, disons que la réflexion vient avec la vraie digestion.

Disons oui, à la dégradation de notre enseignement.

Les quinquennats s'enchaînent, les ministres se succèdent, et par un tour de passe-passe, quand leur heure est arrivée pour « valdinguer », ceux-là même tentent de s'accrocher au pouvoir, tels des sangsues, et peu importe le poste. Dans cette valse effrénée, Mr Darcos, ancien ministre délégué aux affaires étrangères, s'est installé confortablement au siège de l'éducation, emmenant avec lui, le lourd projet, mais soi-disant, « unique », qui consiste à redonner un coup de neuf à notre poussiéreux et inefficace système scolaire. Mais tel un refrain périmé, ce projet de loi, est un concentré des années précédentes où éducation rime avec rentabilité. Cependant, il est vrai que notre ministre a décidé pour cette année, d'innover en matière de propositions provocatrices : suppression dans les lycées de plus 11 000 postes d'enseignants, projet du bac unique maintenu*,

regroupement de matières, dénigrement de la série ES, classes surchargées, mise en cause du BEP... Le bilan semblerait déjà conséquent si ce n'était sans compter sur l'appétit de notre ministre. Outre se frotter aux lycées, Mr Darcos se plait à jongler avec collèges et écoles. Il expose sans complexe, ni retenue un service minimum véritable affront au droit de grève. Il tente de mettre à mal le collège unique, bafouant les principes de 1975. L'éducation qui nous sera ainsi imposée, se présentera comme le fruit indigeste d'un esprit libéral basé sur un socle « socialement méritocratique », semblable à nos voisins saxons, où la productivité se poste en première ligne. Quant à la qualité de notre enseignement : elle ne restera qu'une option parmi d'autre.

Un tel projet semblait risqué et fut violemment percuté par la contestation. Identique aux projets de ses prédécesseurs,

sans nommer une certaine loi Fillon, la pilule ne pouvait être digérée. Mais là où quelques-uns échouent, d'autres étincellent en se faufilant à travers l'opinion publique tout en ne cessant de narguer la profession. Surfant sur la baisse du pouvoir d'achat, l'accroissement de la précarité et un certain individualisme, son succès n'est que plus relatif, là où la possibilité de s'exprimer, sans en payer lourdement les conséquences, dépérisse de jour en jour... alors deux questions se posent : devons nous, à ce jour, accepter la dégradation de la qualité de notre enseignement au bénéfice d'une logique de productivité ? Devons nous, nous soumettre à des décisions qui vont à l'encontre de nos intérêts sans pouvoir même, contester ?

JC

DOSSIER

Connecting people

Troisième partie et fin du dossier. Mais pourquoi est-il aussi méchant ? parce que je le vaux bien.

« Des marques, pas des produits! ». Qui de mieux qu'un slogan pour résumer l'époque du marketing tout puissant, qui succéda à l'ère industrielle. Car à ses débuts, l'industrie produisait des biens, et le bien, c'est le bien-être. L'équation de l'industriel était simple : plus je produis de biens, plus je serai riche. L'usine s'est modernisée et agrandie pour produire toujours plus de voitures, de frigos, de télévisions. C'était l'époque des entreprises aux usines tentaculaires, de General Motors, de Total, de Singer. L'apothéose de l'entreprise consistait à produire une telle quantité de produits qu'elle en arrivait à donner son nom à tous les produits génériques s'approchant, comme Frigidaire©. Et puis le marché arrivait à saturation dans les années 70, l'entreprise s'est rendue compte que son rôle n'était plus de produire un bien, ce que n'importe qui était finalement capable de faire. De plus, les usines ne purent profiter de la hausse constante de la productivité alors que l'organisation scientifique du travail commençait à s'essouffler. Les marges des entreprises se ré-

duisirent pour faire face à la concurrence, et ne purent être rattrapées par la baisse du coût de fabrication. Alors, le rôle de la multinationale fut d'inclure au produit sa valeur ajoutée le rendant inestimable ; de partir d'un vulgaire support, le produit, qu'elle ne fabriquait plus, d'y inclure l'esprit de la marque, le rendant ainsi unique, et par la même occasion onéreux. Devenus mondialisés, les produits furent remplacés sur leurs étagères par les vecteurs d'idées, de valeurs qu'ils propageaient, de « solutions pour une petite planète », et non plus d'étranges machines comme le faisait autrefois IBM.

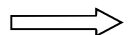
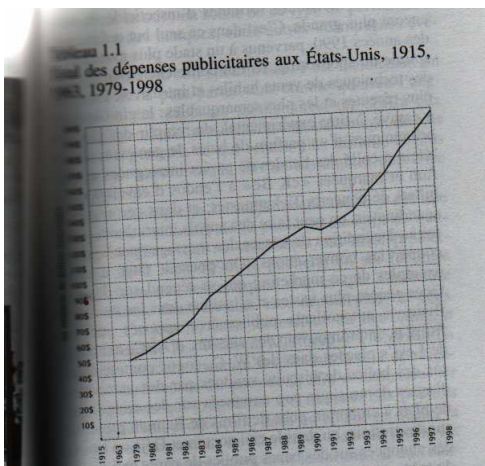
Dans les années 1970, un petit vendeur ambulant de chaussures de sport, qui ne possédait même pas son propre magasin, se mit à parrainer des sportifs avec ses chaussures de sport importées du Japon. Au fur et à mesure que son commerce pris de la valeur, il parraina des sportifs de plus en plus célèbres, pour devenir en 10 ans le premier vendeur de chaussures des États-Unis, et bientôt du monde. Nike était né, bâti sur un budget publicitaire considérable, rendu possible par l'absence de fabrication de produits, contrairement à son ennemi Adidas, qui, alors contrôlait le secteur de la chaussure avant l'arrivée de Nike. Adidas était devenu quasi moribond dans ce début d'année 80. La seule chaussure que fabriqua directement Nike aux États-Unis de son histoire fut destinée à... Michael Moore!

Chaussure ai-je dit? J'ai fait un lapsus, j'aurais dû plutôt parler d'esprit du sport que propageait la marque. Quel est le point commun entre un magasin culturel, une croisière, des voyages spatiaux, des avions ? L'esprit Virgin bien sûr! A partir du moment où l'entreprise fut destinée à être l'étendard d'une valeur, et non plus un fabricant d'objets, elle pu se mettre à vendre n'importe quel produit (qu'elle ne



Adidas en 2008, profit: 551 millions \$

fabriquaient plus) pour y apposer sa marque par la suite, et donc sa valeur à l'instar d'un Virgin aux ramifications commerciales aussi diversifiées n'ayant à première vue aucuns rapports entre elles. Le but de ces nouvelles entreprises était de permettre aux fans de sa valeur (autrefois appelés consommateurs) de consacrer leur vie à une marque, de ne jamais avoir besoin de se fournir chez un concurrent. L'étape ultime fut franchit par Disney qui devint propriétaire d'une ville entière Celebration, curieusement devenue la seule ville des États-Unis à être débarrassée de toute pub. Et pour cause, Celebration est à elle seule la célébration du mode de vie que veut propager Disney. L'industrie verticale, celle qui extrayait les matières premières, les transformait, fabricant le produit pour ensuite le vendre, avait disparu. Paradoxalement, les entreprises réduisaient leur taille en même temps qu'elles effectuaient des fusions géantes, atteignant des sommes hallucinantes jamais atteintes à l'époque industrielle. Dans la nouvelle logique, il était normal qu'AOL soit lié à une chaîne de télé (Canal+)



ou à un réseau de distribution d'eau, dans la même société Vivendi-Universal. Une fois fusionnées, les entreprises se séparèrent de leur pôle de production, devenu énième sous-traitant dans un pays sous-développé, où la main d'œuvre mal payée concevait des produits dont la qualité n'était plus prioritaire. La marque, vecteur d'une manière de vivre, ne concevait plus des pubs dont le simple produit était mis en valeur. De même, les arts, concerts, et autres spectacles, traditionnellement dépendant de l'aide que leur accordèrent les publicitaires sous forme de sponsor, devinrent secondaires. Une marque (Molson et Miller, marque de bière présente à tous les concerts américains) organisa un jour un concert dont les artistes furent cachés jusqu'au jour du spectacle, de telle façon que la marque qui propageait son style de vie fut le centre de l'événement, et non plus des panneaux derrière des chanteurs. Le cauchemar d'une marque fut d'être ravalée à un simple produit de consommation générique, comme Frigidaire. Son apogée fut le mouvement Tecktonik®. Alors que tous les mouvements musicaux d'où découlaient des styles de vie émergeant de la rue, du rap au disco, en passant par le grunge, les entreprises essayèrent désespérément d'inféoder ces mouvements à leur marque, avec un succès mitigé. Ces mouvements posaient un problème aux marques, dans la mesure où ils les servaient, au lieu d'en être l'origine. La Tecktonick® réussit là où tous avaient échoué. Comme pour le rap, des jeunes adoptèrent un style de vie cette fois-ci propriété d'une entreprise : de la coupe de cheveux au style vestimentaire, de la danse bien sur, mais aussi de la façon de se comporter à tout moment, d'improviser des « battles » dans la rue, de parler, de se

réunir en communauté. Tout avait pour origine une société privée dont même le nom du mouvement était sa marque déposée ! Pour les fans de cette nouvelle « mode », tout produit marqué de leur aigle (symbole préféré) acquérait une valeur allant au-delà de ce que le simple produit fut capable d'offrir, non plus de basiques slims ou casquettes. Ainsi sa valeur, en particulier pécuniaire, s'en trouva démultipliée !

Comme chacun n'a pas les moyens de faire à la fois partie d'un style de vie propriétaire, et d'accéder à tous les biens de consommation nécessaires à la vie de tous les jours, les supermarchés se sont spécialisés. Les marques « maison » (Eco+ pour Leclerc, « Bien Vu » pour Auchan, etc...) mirent en avant seulement le produit qu'elles vendaient, dépourvu de toute autre valeur abstraite, comme à l'époque industrielle. Le prix devient ainsi largement inférieur à celui d'une vraie marque, pour une qualité souvent équivalente (mais débarrassé de toute valeur imaginaire). Les emballages furent étudiés pour être le plus moche possible, pour ne pas y inclure par inadvertance une valeur qui pourrait faire concurrence à une véritable marque, rappelant au consommateur qu'il va seulement acheter un vulgaire produit. Les pubs de ces produits détonnent dans le paysage publicitaire habituel en mettant seulement en valeur le rapport qualité-prix d'un produit (en particulier pour les marques maisons spécialisées dans ce secteur, comme la marque « Repère » de ce bon vieux Édouard Leclerc), autant de mots devenus grossiers pour une marque.

J'en reviens à la Play3 et à la Wii de mon premier article, dont les pubs si caractéristiques de cette évolution du marketing prouvent l'inverse de ce que j'ai

tenté de démontrer ! En effet, Nintendo vend dans ses pubs un produit qui a un prix et des qualités techniques concrètes, alors que Sony propage sa manière de vivre (« This is living ! ») dans ses clips, et ne fait qu'une rapide allusion honteuse à son support, le produit Playstation3, dont on ne fera même pas l'affront d'afficher un prix, comme si une valeur en avait une !

Sauf que la Wii s'est à ce jour bien mieux vendue que la Playstation 3. La faute de cette dernière fut de proposer un prix trop excessif, trop peu de jeux pour un nombre de consoles trop restreint dès son lancement. Sony réagit rapidement, envoyant bouler leur si réputée agence de pub TBWA avec qui, ils avaient coulé de si longues années heureuses, et changea radicalement de stratégie publicitaire. Le produit console devint présent tout le long des nouvelles pubs, où on y faisait longuement allusion à ses capacités techniques avant de conclure par, horreur suprême, un prix (qui avait d'ailleurs baissé comme un vulgaire produit soumis à la concurrence).

Il n'y eut pas pour autant un crack boursier, d'actionnaires horrifiés de voir que le nouveau modèle économique miracle des années 80 arrivait à sa fin. Ce fut plutôt l'exception qui confirmait la règle, alors que le système de marques se porte dans sa plus grande forme. Mais tout est possible, et je laisserai d'ailleurs les mots de la fin à David Lubars un publicitaire du groupe Omnicom: « Les consommateurs sont comme des cafards – on les asperge, on les asperge et, au bout d'un moment, ils sont immunisés » .

Houssama Hussen

Les articles du C.A 2007/2008 :

CA1 : Blocus... Pourquoi ? - A propos de la loi Pécresse - Poulets Mouillé - Écrit suite aux émeutes à Villiers-le-Bel

CA2 : Tapis rouge et nappe blanche - Le monde vu d'en haut - Arrêtons d'excuser l'inexcusable - Une heure de cours contre l'avenir

CA3 : Entre droit et connerie - Notre prêtre jet setter - Machine arrière - Aux lecteurs

CA4 : Le mauvais cancre - Ce pays qui nous fait tant rêver - Quand les intérêts politiques engendrent meurtres et guerres - Dites Wii à Sony

CA5 : L'émancipation des femmes et le capitalisme aujourd'hui - Votez Bâche - Ciné Paris - Interrogations clandestines - Hypocrisie quand tu nous tient - Maléfique bébé Cadum

CA6 : Injustice - L'aube d'un nouveau monde - Ciné There Will Be Blood - La qualité d'enseignement en option - Connecting people