

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** - (1973)  
**Heft:** 218

**Artikel:** Auroville  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1027564>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 06.02.2025

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

## Auroville

Un reportage de la Télévision française (26 février, sur Inf. 2) et des commentaires de presse ont donné un coup de projecteur sur une communauté qui, aux Indes, près de Pondichéry, bâtit une ville nouvelle, s'efforçant de vivre l'Utopie : abolition de tout privilège, abolition de l'argent à l'intérieur de la cité; chaque semaine, le fidèle présente la liste de ses besoins; dans la mesure du possible, il y est pourvu.

Hélas, cette utopie s'accompagne de manifestations de religiosité rétrograde : s'il n'y avait que les yogas et les gourous ! mais il y a de surcroît une véritable aliénation de la volonté à une « divinité » maternelle bienfaitrice (« la Mère »); aussi, dans la prétention de la communauté de changer l'homme, de lui révéler ce qu'il est, sont écartés les apports de la psychanalyse à la connaissance de l'homme et la sexualité est plus refoulée que libérée.

L'orientalisme, ni le nouveau mysticisme d'une civilisation occidentale qui arrive à l'âge de la ménopause, ne sont notre genre. Mais il vaut la peine d'attirer l'attention sur l'expérience pédagogique menée à Auroville. Incontestablement, un des aspects les plus positifs de l'utopie.

En quelques lignes, mais il faudra revenir plus amplement sur le sujet, voici la tentative. L'enfant ne va pas à l'école, du moins celle bureaucratiquement définie : classe 14, première colonne, sixième banc. Il est en situation d'apprendre et de se découvrir lui-même à travers un apprentissage de la vie. Il peut quitter un groupe où il s'ennuie, il peut aller travailler avec les artisans (les imprimeurs, les métiers du bâtiment, etc.), il peut, par contact direct avec ceux qui parlent une autre langue, tenter de s'exprimer dans un langage étranger. Il n'est plus prisonnier d'une institution.

### Illustration d'Illich

Il s'agit probablement d'une des meilleures incarnations des thèses d'Illich que nous avons citées

ici, et qui nous ont valu pas mal de ricanements. Et pourtant il faut bien en arriver à une critique de l'école en tant qu'institution qui s'imagine qu'elle a sa finalité en elle-même. Ce qui ne peut signifier qu'une chose : prendre les enfants toujours plus jeunes pour les garder plus longtemps, en les coupant ainsi toujours plus de la vie.

Par exemple, dans cette revue aussi coûteuse qu'insipide qu'édite l'Université de Lausanne, « Uni-Information », on titrait triomphalement : pour 20 000 étudiants à Dorigny (20 000 = seconde ville vaudoise); le nombre mesurait le progrès d'une civilisation ; à cette aune-là, si au lieu d'un seul recteur Rivier, nous en avions cent, on devrait parler d'un grand bond en avant !

### Permanence des exigences traditionnelles

Naturellement, les exigences qui justifient l'école traditionnelle doivent demeurer : permettre à un enfant d'épanouir toutes ses potentialités, le pro-

téger contre toute exploitation ou brimade économique ou sociale.

Auroville réussit à maintenir de telles exigences, tout en désinstitutionnalisant l'école ; comme, en une certaine mesure, quelques kibboutzim israéliens.

La réussite est facilitée, bien évidemment, par le fait que les conditions économiques de l'environnement ne sont pas celles de notre société.

Mais toute société qui mérite ce nom doit, à chaque moment de son histoire, inventer les moyens qui, dans le respect de sa personne, permettent à l'enfant de s'enrichir en dehors des institutions, spécialisées dans cet usage : de découvrir comme on respire.

Or ce ne sont pas les réformes, où l'on jongle avec des schémas de structures, qui y contribueront; parfois utiles, elles ne sont aussi que des alibis, car l'institution scolaire, loin de se remettre en question, ne fait qu'afficher ses prétentions « impérialistes ».

## L'échange inégal

Un arbre d'un vert agressif, sur une pleine page. C'est la publicité qu'on peut voir actuellement dans les journaux. Un arbre « jeune et sain » sera planté en Suisse pour chaque voiture VW vendue en 1973. Amag S.A., représentant général de la marque allemande dans notre pays, en prend l'engagement. Il fallait y penser.

Pourquoi tant d'études et de colloques sur la croissance, pourquoi chercher des solutions techniques nouvelles, et si coûteuses ? Finis les discours ! des actes, et tout de suite ! A quand les industries mettant à l'eau 10 kg de truitelles par tonne de produit toxique déversé dans les rivières ?

La communauté de travail pour la protection de la nature et de l'environnement à Bâle — des esprits chagrins — a fait un petit calcul : une voiture de cylindrée moyenne qui roule normalement (moyenne suisse : 15 000 km par année) consomme quotidiennement 12 kg d'oxygène. Un arbre adulte (quinze à vingt ans) produit chaque jour 2 kg d'oxygène. Solde passif pour VW : 10 kg d'oxygène.

Effectivement, la contribution à un meilleur environnement, comme vont le proclamer les badges collés sur les milliers de nouvelles cocinelles, est faible. Par contre, l'effet publicitaire risque de porter des fruits. Surtout lorsque l'on sait que la progression des ventes de VW en Suisse a ralenti ces dernières années. Tous les moyens sont bons.