

LA PUBLICITÉ AUTOUR DE NOUS

collection "j'y suis!"

Editions Flammarion, 4e trim.1974

brochure de 32 pages, format 17x23

prix: 7,50F

remarque:

Cette collection, d'après l'Editeur, s'adresse à tous les jeunes à partir de neuf ans. Elle s'inspire de l'idée qu'apprendre peut être une joie et qu'il y a dans tous les domaines de la connaissance un certain nombre d'idées clés, ou de notions de base, passionnantes à découvrir, utiles à connaître, faciles à utiliser.

Cette brochure trouvera sa place dans la bibliothèque de la classe et elle pourra être utile lorsqu'un groupe entreprendra un travail sur la publicité.

critiques formelles:

-le contenu que cette brochure, très didactique, vise à transmettre passe dans un dialogue entre une fillette, nommée Caty, avec son tonton. La mise en page, ainsi que la typographie, de ce dialogue, ne sont pas très heureux.

-les remarques ou analyses faites au sujet des différents types de publicité le sont à propos de publicités inventées pour la circonstance et non choisies parmi les publicités que nous trouvons effectivement sur les murs de la ville, dans les pages des magazines ou sur l'écran de la télévision. L'auteur procède ainsi peut-être par commodité mais certainement aussi pour réduire les frais d'une édition en quadrichromie indispensable pour reproduire la couleur des affiches, mais certainement surtout pour éviter à l'Editeur d'innombrables poursuites en justice...

sur le fond:

les trois extraits publiés ci-contre montrent dans quelle optique l'auteur de la brochure aborde le problème de la publicité.

connaissance du milieu de vie
ECONOMIE

un document pour la bibliothèque de la classe

pp18-19

La publicité est une forme de communication. Son but est de te faire penser ou agir d'une certaine façon.

Certaines publicités sont honnêtes, mais d'autres utilisent des astuces qui ne sont pas honnêtes.

Les trucs ou astuces les plus courants sont:

- 1.le mensonge direct
- 2.la demi-vérité
- 3.la fausse comparaison
- 4.la fausse association d'idées
- 5.l'exploitation de tes sentiments
- 6.l'ânerie pure et simple
- 7.le changement de sujet

Je suppose, dit Caty, qu'il y a encore des tas d'autres astuces.

-Tu as tout à fait raison.

p.25

-Alors, si tu m'enseignes les trucs de la pub, c'est pour que je devienne un consommateur INTELLIGENT?

-C'est un peu pour ça. Mais ce n'est pas la vraie raison.

-Quelle est la vraie raison?

-J'essaie de t'apprendre à avoir l'esprit critique.

pp27-28

-...regarde ce qui arrive aux gens qui lisent n'importe quoi sans avoir l'esprit critique...

-ils achètent un tas de bidules dont ils n'ont pas vraiment besoin.

-pire que ça, Caty. Ces gens finissent par ne plus connaître d'autre vérité ni d'autres valeurs que celles de la pub.

...Le pire, c'est qu'ils finissent par croire à la "moralité" des annonces.

Par exemple ils croient que:

- 1.il faut être comme les autres
- 2.quand plus de 50% des gens sont d'accord, c'est qu'ils ont raison.
- 3.on peut acheter l'amour ou l'amitié avec des cadeaux
- 4.le progrès c'est tout ce qui est nouveau

..... etc...