

Publicité, société de consommation et libre-arbitre

<http://www.skyminds.net> - Mai 2007

Réaction d'un internaute

J'aimerais aujourd'hui aborder le thème de la relation malsaine qu'entretiennent les médias (publicitaires surtout) avec les enfants. Cela fait déjà quelques années que la publicité parasite nos cinq sens afin de nous influencer à acheter tel produit ou à utiliser tel service. La publicité s'est immiscée dans chaque interstice de notre vie et nous suit à la trace : vous vous réveillez sans doute avec la radio, subventionnée quasi-totalement par les recettes publicitaires. Le concept même de radio en fait une plateforme de diffusion publicitaire continue : les chansons que l'on peut entendre ne sont qu'une accroche pour vous inciter à découvrir l'album.

Avez-vous remarqué comme le matraquage de certaines radios vous pousse littéralement à *aimer*, avec le temps, une chanson que vous ne supportiez pas la première fois que vous l'avez écoutée ? Bienvenue dans le monde moderne, l'ère digitale qui prendra tellement soin de vous qu'elle décidera désormais à votre place !



Sortez de chez vous : panneaux publicitaires dans la rue, sur les façades des maisons, sur les bus, à l'intérieur des bus. Publicité à images fixes, défilantes. Publicités sonores. Allumez votre ordinateur. La publicité inonde alors votre écran : bannières publicitaires, animations flash intempestives... si vous ne faites rien, c'est un tiers de votre écran qui se laisse envahir par ce fléau. Je ne mentionnerai même pas la télévision, support publicitaire par excellence, imposant ses images et slogans dans tous les foyers.

Nos parents et nous, on devrait s'en sortir. C'est un peu comme le langage SMS, on n'a pas été contaminés au départ. Les générations post-90 risquent par contre d'en baver.

“A force d'appeler ça ma vie je vais finir par y croire. C'est le principe de la publicité.” – Samuel Beckett

Est considérée comme publicité, toute communication ayant comme but direct ou indirect de promouvoir la vente de produits ou de services, y compris les biens immeubles, les droits et les obligations, quel que soit le lieu ou les moyens de communication mis en œuvre. [...]