

Extrait du Internet : Culture et Communication

<http://filipe.f.ferreira.free.fr/dlst>

# **Impact socio-économique de la manipulation de la publicité**

- DLST Mag' - Comment les publicités parviennent-elles à nous manipuler sur internet ? -

Date de mise en ligne : lundi 16 décembre 2013

---

**Internet : Culture et Communication**

---

**La publicité ou réclame est une forme de communication, dont le but est de fixer l'attention d'une cible visée (consommateur, utilisateur, usager, électeur, etc.) afin de l'inciter à adopter un comportement souhaité : achat d'un produit, sélection d'une personnalité politique, incitation à l'économie d'énergie, etc. cependant la publicité exerce une influence non négligeable dans la société et l'économie, en d'autres termes la publicité joue un grand rôle dans la manipulation sur le plan économique et social, ce qui constitue le thème de cet article. Ainsi nous aborderons tout d'abord les aspects positifs et négatifs de cette manipulation, ensuite son impact social et économique et enfin nous parlerons des moyens dont elle use pour agir et de ses victimes.**

En effet la publicité, l'un des procédés visant à promouvoir la vente d'un produit ou à faire l'éloge d'une personne, joue un grand rôle dans la société et l'économie d'un pays. cependant comme tout autre procédé, elle abrite des côtés positifs et des côtés négatifs. la publicité présente de nombreux atouts parmi lesquels on citera tout d'abord le fait qu'elle nous simplifie la vie en ce sens où nous n'avons plus besoin de nous déplacer pour faire nos achats car elle a mis en place un système qui étudie nos choix à l'avance et nous les propose directement. Ensuite nous pouvons également souligner le fait qu'elle puisse permettre à une personne d'être très vite populaire car elle met en jeu des moyens très efficaces. en plus de cela nous pouvons aussi évoquer son impact sur l'opinion publique car de nos jours de nombreux hommes politiques usent de ce moyen pour remporter les élections. Enfin elle favorise la concurrence et fait baisser le prix des produits ce qui intervient plus dans sa contribution sur le plan économique.

A tout côté positif correspond un côté négatif, c'est ainsi que la publicité présente une autre face peut être plus connue qui est celle négative. En effet la publicité est parfois aussi vue comme une manière de manipuler les gens et au mot manipuler on attribue très souvent un sens péjoratif. la publicité influence négativement la société à travers ces diverses affiches qui polluent la nature. En outre elle est vue comme un facteur contribuant à l'obésité dans les pays développés. L'exposition à la publicité télévisée portant sur des aliments de haute densité énergétique ( notamment sucrés et gras ) est associée à une prévalence plus élevée de l'obésité. En plus de ces raisons la publicité est considérée comme néfaste en tant que telle, elle est dans cette optique une distraction, c'est-à-dire qu'elle fait perdre de vue des choses plus importantes, au profit du futile. Elle suscite également la convoitise, la jalousie, et d'autres vices car son but est de persuader les gens à faire une action.

La publicité en dehors de ses atouts et de ses inconvénients elle a un certain d'autres impacts sur la société. Lorsque les personnes en difficulté sociale sont exposées aux publicités et aux produits qu'elles vantent cela peut engendrer chez elles un sentiment de frustration. C'est un sentiment d'exclusion qui provoque des complexes en terme d'image de soi face à ses modèles. Cette frustration peut générer la violence chez ceux et celles qui n'ont pas les moyens d'acheter les objets qu'elle nous dicte. Son seul objectif est de pousser à la consommation au mépris des réalités humaines et sociales. Cela peut aussi engendrer des conduites délictueuses : vols, racketts, trafics etc... 290.000 personnes en ont été victimes de vols en 2010 et environ 92 000 trafics ont été découverts en France en 2008. Le fait de ne pas pouvoir acheter tout ce que l'on désire peut aussi entraîner des sentiments de perte de confiance en soi, de marginalisation par rapport à son groupe de référence. C'est une situation qui s'observe plus particulièrement chez les adolescents et les jeunes adultes qui ont besoin de ressembler aux autres pour s'intégrer dans des groupes sociaux ou simplement dans la société. Dans la mesure où la publicité ne s'intéresse qu'à des objets matériels elle influence les consommateurs en valorisant le "paraître" par rapport à "l'être" en en faisant des êtres superficiels. Les filles voudront avoir certain sac à main ou porter certains vêtements pour s'intégrer dans groupes auxquels elles aimeraient appartenir. Les garçons joueront au foot dans certains endroits pour fréquenter des nouvelles personnes et se faire des nouveaux amis. La publicité stéréotype les envies des consommateurs en séparant les deux sexes. Les objets et les manières de penser seront divisées en fonction de si on est une fille ou un garçon. En effet la publicité intervient également un peu dans l'éducation car elle joue un rôle informatif et un rôle incitateur. En effet, en mettant à l'ordre du jour un problème de santé, en informant sur les risques et les moyens de prévention, l'objectif est bien d'interpeller les individus et d'agir sur les représentations sociales, pour accompagner un changement de comportement favorable à la santé. Ainsi, par le traitement publicitaire d'un problème sanitaire, l'État affiche sa mobilisation, son soutien aux acteurs de terrain, et enjoint les citoyens à adapter

leurs comportements pour le bien de tous.

cependant elle a aussi son mot à dire dans l'économie. elle exerce un rôle primordial dans l'économie car elle la fait croître en incitant les gens à payer et en augmentant le chiffre d'affaire des entreprises. elle favorise la concurrence, fait baisser le coût des produits et maintient ainsi une demande qui crée l'emploi.

Pour ainsi pouvoir convaincre les consommateurs, la publicité dispose de moyens bien spécifiques comme la stratégie de la diversion, créer des problèmes, puis offrir des solutions, la stratégie du dégradé, la stratégie du différé, s'adresser au public comme à des enfants en bas-âge, faire appel à l'émotionnel plutôt qu'à la réflexion, maintenir le public dans l'ignorance et la bêtise, encourager le public à se complaire dans la médiocrité, remplacer la révolte par la culpabilité, connaître les individus mieux qu'ils ne se connaissent eux-mêmes. ces différentes méthodes sont développées dans le lien correspondant à cette partie.

La publicité a-t-elle une cible bien précise ? telle est la question que nous pouvons nous poser. En effet la publicité n'a aucune cible spécifique car elle vise tout le monde dans la société cela s'explique par la diversité des produits et des idées qu'elle propose. mais on pourrait dire qu'elle a quelque fois tendance à cibler les enfants car les enfants exercent facilement une influence sur leur parents pur cela on assiste maintenant à des publicités dans lesquelles il y a des enfants.

En conclusion, la manipulation de la publicité présente autant d'atouts que d'inconvénients car elle contribue de part et d'autre au développement de la société et de l'économie. Elle propose également au monde une nouvelle manière de vivre en révolutionnant les anciennes pratiques. cependant comment éviter qu'il y ait le moins possible de dégâts publicitaires tant sur le plan social qu'écologique ?