



Mercredi 22 septembre 2004

Les enfants, les marques et la pub • courrier : Racisme et discrimination

Ces pubs qui convoitent les enfants

"Dans le numéro 67*, Arnaud disait que la publicité manipule les gens. Les enfants aussi ?" demande Victor.

La publicité vise en effet beaucoup les enfants, même si tous ne s'y laissent pas prendre, heureusement ! Je vais t'expliquer pourquoi.

En général, l'enfant est plus facilement manipulable que l'adulte : il ne sait pas que les pubs ne sont faites que pour le séduire. Il pense naïvement que si on lui dit qu'un produit est le meilleur, c'est qu'il l'est vraiment. Il va alors désirer ce produit plus qu'un autre pourtant semblable.

Principal intérêt pour les publicitaires : les habitudes prises dès l'enfance, on les garde souvent devenu adulte. Par exemple, manger une sorte de pâte à tartiner ou être fidèle à une marque de vêtements. Convaincre un enfant, c'est gagner un client pour longtemps !

C'est aussi gagner un bon vendeur ! A quel discours les parents céderont-ils plus facilement ? A celui de l'inconnu

qui dit "Achetez ces chaussures à votre enfant" ou à celui de leur petit qui demande "je peux avoir ces baskets-là s'il te plaît ? Ce sont les meilleures" ?

Ses baskets aux pieds, l'enfant pourra ensuite faire le vendeur auprès des copains : il essaiera de les convaincre que ce sont celles-là qu'il faut, pour être quelqu'un de bien. Il croira alors se mettre en valeur mais, en fait, il valorisera uniquement les chaussures ! Il montrera ce qu'il a, et non ce qu'il est en tant que personne. Claire explique bien cela dans son article *Être ou paraître***. Une fois que ses copains auront les mêmes, l'un d'eux arrivera avec d'autres encore mieux, et ainsi de suite.

C'est une compétition qui n'en finira jamais... Adultes, ils compareront leur voiture, leur maison, ou la destination de leurs dernières vacances. Ils croiront que vivre heureux, c'est posséder plus que les autres. Et, enfant comme adulte, celui ou celle qui ne pourra rivaliser se sentira seul et exclu.

Java

* Dans l'article La publicité se glisse partout.

** Dans le numéro 30.

Sources :

- De l'enfant-roi à l'enfant-proie, Le Monde Diplomatique, septembre 2004.
- La société de consommation, à chaque instant.



Une chasse au trésor quotidienne...

Chers amis, je suis sûr que vous avez le même problème que moi : je reçois trop de pub dans ma boîte aux lettres. Avant de mettre tout ce papier dans un coin pour le recycler, je fais le tri pour retrouver mon courrier préféré, celui des amis et de la famille. Alors voyez-vous, ce matin j'ai bien failli m'emmêler les palmes : il y avait un petit bout de lettre dans tout ça, est-ce que vous le voyez ?



Victor et Broc



Solution du jeu du numéro 138 : Les agneaux se sont déguisés en drapeau olympique, que tu peux voir ci-contre. Si tu comptes bien, on y voit cinq anneaux entrelacés et six couleurs, en comptant le blanc. Le chiffre cinq symbolise la fraternité entre les cinq continents. Les six couleurs se retrouvent dans tous les drapeaux du monde, aucune ne symbolise un continent en particulier.



Racisme et discrimination

"En avril, Charlotte m'a demandé la différence entre racisme et discrimination. Je suis sûre que tu la connais, Madeleine."

Oui, Victor.

Le **racisme**, dont Claire a parlé dans le n°126, est la théorie qui consiste à penser qu'il y aurait des races humaines. Evidemment, les unes seraient supérieures aux autres !

La **discrimination** est l'application de cette théorie. Ainsi on n'embauche pas Mohamed et on ne le laisse pas entrer en boîte de nuit ; ou on ne loue pas son appartement à un homme de couleur. Ces pratiques, officiellement interdites, existent. Mais la discrimination ne s'arrête pas là. Elle concerne aussi les femmes, moins payées que les hommes

et les handicapés rejetés de l'école ou de l'entreprise sous prétexte qu'ils gêneraient les autres.

"Je ne comprendrai jamais qu'on puisse penser ainsi."

Eh oui ! Certaines personnes n'aiment pas la différence. Elles peuvent faire beaucoup de mal par simple bêtise. Cependant, avec les lois et les luttes des associations, les mentalités ont tendance à évoluer : les gens apprennent à se connaître, donc à s'accepter.

"Et je pense qu'ils découvriront ainsi la richesse qu'apporte l'autre", conclut Victor.

Victor et Madeleine

Merci à Charlotte pour sa question. Si toi aussi, tu souhaites écrire à Victor, clique sur [Victor](#). Pour lire, relire ou imprimer les précédents numéros, tu peux te rendre dans le kiosque à archives, sur le site www.recre-action.net.

Maquette : Vanessa, Version imprimable et illustrations : Broc

A bientôt !