

Mardi 11 novembre 2008

PUBLICITÉ - La pub tue ! par LEBAZ



Source image : www.csdm.qc.ca/.../trouville/publicite.jpg

L'autre jour, un panneau publicitaire tombait et tuait un passant parisien. Puisse ce drame citoyen devenir la métaphore qui nous réveillera un jour de notre hypnose ... Car disons-le haut et fort : la pub tue.

C'est lamentablement dommage de se rendre compte - quand on peut y échapper, bien sûr ! - que, lorsque ce n'est pas **physiquement** (troubles alimentaires, obésité, anorexie, etc.), c'est **psychologiquement** que la pub tue à petits feux cette petite île qui est en nous : notre Humanité, notre capacité à vivre sans frustration, à aimer sans angoisse.

En tant que professeur de langues, je suis assez souvent amené à partager pour le temps d'une classe un même chemin avec des adolescents qui mettent, hélas, en relief, de par leur façon de penser, de s'habiller « **obligatoirement** » avec tel modèle annuel, de rêver avec les appareils du bonheur visuels ou auditifs, de n'avoir que des souhaits matérialistes ; que nous traversons une époque où les dépravations publicitaires font partie intégrante de notre quotidien. Peu de personnes s'indignent encore de cet ouragan qui engouffre¹ sur son passage nos désirs et nos pensées.

Voilà une grosse partie du « **pourquoi** » les jeunes feraient n'importe quoi pour avoir le dernier baladeur mp3, par exemple... **Tuer, voler, dealer** pour pouvoir s'offrir les trucs tout aussi inutiles que hors de² prix !

Cependant, la réalité est qu'il ne faut pas être « jeune » pour subir ce déferlement³ publicitaire qui nous

pousse à consommer grâce à ce conditionnement incessant auquel nous sommes soumis ... 16 heures sur 24 !

De la même manière, la publicité incite les classes modestes à consommer à outrance⁴. En général, elles consomment au-delà de ce que leurs salaires leur permettent, provoquant alors une immense frustration. Vue sous cet angle, notre société de consommation est donc une « **société de provocation** », une société qui met en évidence le fossé⁵ qui existe entre les richesses qu'elle dispose et qu'elle souligne par le strip-tease publicitaire et l'exhibitionnisme du quotidien, par la psychose liée à l'achat et à la possession, et les moyens qu'elle donne aux masses de satisfaire un double besoin : les besoins artificiellement créés et les besoins élémentaires.

Des besoins artificiellement créés... Oui, c'est bien le but de la publicité : « *une usine à fabriquer de faux besoins ou encore des besoins modernes* ». Allons-nous mieux déjeuner avec de nouvelles céréales à la mode ? Notre maison va-t-elle être encore plus propre (ou plus désinfectée) avec 5 ou 6 produits ménagers qu'avec un seul ? Réponse : **non**. Je ne pense pas que nous ayons besoin de la publicité pour savoir ce dont nous avons vraiment besoin. Elle force nos volontés vers une même direction. Manipulation mentale ? Réponse : **oui**.

Évidemment, mes propos peuvent m'attirer des ennemis... En première ligne : les publicitaires qui, eux, vivent de leur métier qui est vu comme l'un des plus créatifs. On organise même un Festival pour couronner les meilleures publicités. Mais quand même, toute publicité obéit toujours et encore à trois règles d'or de toute **propagande** :

- 1/ la répétition
- 2/ la répétition
- 3/ la répétition

Que pouvons-nous faire contre le règne de l'abrutissement publicitaire ?

Ma réponse : les associations de consommateurs, le boycott massif et le sabotage collectif. Et surtout encourager la jeunesse à se créer une individualité et à devenir **publiphobe**.

Le Petit Lexique:

1. **engouffrer** = faire disparaître dans un gouffre (=cavité profonde)
2. **hors de** = fuera de
3. **déferlement** (action) ; **déferler** = desencadenarse
4. **à outrance** = a ultranza
5. **un fossé** = una cuneta