

Les dangers de la publicité La publicité est dangereuse Elle est pleine de supercheries habilement camouflées, et sa force de pervasion est si grande que ces effets sont mal perçus du public, même quand il en est victime Il convient de la dénoncer comme elle le mérite D'abord elle incite aveuglement à l'achat A cause d'un slogan astucieux ou d'une affirmation habile, le consommateur est amené à faire un achat qu'il n'avait pas prévu, souvent cet achat dépasse ses moyens. Par ailleurs, la publicité exagère quand elle loue les qualités d'un article, A force de superlatifs, de mise en scène ingénieuse, de témoignages artificiels, elle finit par corrompre le consommateur qu'un article est de grande qualité. Ensuite, l'achat de ce dernier entraîne souvent la déception. Le consommateur est trompé La publicité l'a insidieusement conditionné pour mieux le duper. Cette publicité est encore envahissante Les émissions radiophoniques sont continuellement interrompues par la diffusion de pages publicitaires. Les hebdomadaires de la presse écrite comptent autant de pages publicitaires que reportages Les boîtes aux lettres sont encombrées par des prospectus divers qui consomment de grandes quantités de papiers Enfin, la publicité est souvent impudique, si ce n'est immoral. Les murs des villes sont couverts d'affiches d'un goût douteux et de nombreuses publicités valorisent excessivement le profit, le confort, la facilité. Donc, je pense qu'il y a lieu de dénoncer vigoureusement les supercheries de la publicité. La meilleure façon d'y parvenir est encore d'éclairer le consommateur sur les qualités et défauts réels d'un article. I- Observation globale. GENET.N. Le Figaro, 13.02.2010