



Soleils diffusion - distribution

3, rue Jean Dollfus - 75018 Paris

Un regard sur les messages publicitaires destinés aux enfants

Les cas des États-Unis, la France et du Ghana

Ouvrage broché, d'Evelyn Odonkor, portant le numéro ISBN 9782356921833, vendu 28,00 € et classé au rayon « Sciences humaines importation » (Thème CLIL : « Sciences humaines et sociales, lettres »), publié le 30 septembre 2021 par Michel Houdiard, comportant 452 pages et large de 150 millimètres pour 240 de haut et 22 d'épaisseur.



L'impact de la publicité sur l'enfant a suscité des débats et de nombreuses controverses depuis des décennies. Les publicitaires cherchent à comprendre l'enfant consommateur, premier prescripteur d'achat, à la fois cible et acteur. Pour y parvenir, les publicitaires tiennent-ils compte du contexte culturel, du système de valeurs, des normes de pensées propres à chacun des pays ? La publicité influence-t-elle la société ou la société influence-t-elle la publicité ? L'auteure a la triple nationalité, ghanéenne, américaine et française. Elle vit actuellement en France et a vécu longtemps dans chacun de ces pays. Pour répondre à la question relative à la publicité et à la prise en compte du contexte culturel, elle s'est donc naturellement intéressée à la manière dont les publicitaires s'adressent aux enfants de ces trois pays. Le Ghana, pays à dominante collectiviste est régi par des valeurs familiales strictes, et un respect de la hiérarchie intergénérationnelle. La France et les États-Unis, sont des pays plus individualistes, l'image de la famille traditionnelle a tendance à voler en éclats. Ainsi, au-delà des traits naturels propres aux enfants, la culture dans laquelle ils grandissent a une grande influence sur leurs réactions et comportements vis-à-vis des publicités. La dimension affective mais aussi culturelle véhiculée dans les publicités va permettre à l'enfant de s'identifier et de déclencher l'attrait pour le produit. Quelles stratégies et plans de communication sont mis en oeuvre par les publicitaires de ces trois pays ? Les publicités sont-elles le reflet d'une culture? Quelques clés de réflexion...