

Des médias au cannabis, la recette qui ne va pas faire rire...

Janvier 2022

LES MANIPULATEURS

PAR BAGATELLE 27



Egalement dans ce numéro, ou en lien sur le web :

COVID, que pensent les gens de la vaccination ?

Des affaires criminelles dans le Comminges

Notre enquête sur les médias

La publicité est-elle mensongère ?

Existe-t-il des techniques permettant de nous manipuler ?



<https://tube-toulouse.beta.education.fr/videos/watch/783cbe23-4298-4892-afee-41c4a042b03b>



Entre bien et mal-être, la recette secrète
des réseaux sociaux pour nous influencer.

Article de Raux, Maamouch, Rançon



COVID, Que pensent les gens de la vaccination?

<https://tube-toulouse.beta.education.fr/videos/watch/cd275e82-bdd9-41ec-815d-fd8610f723af>



Un reportage d'Elsa et Nolwenn

La publicité sur le CBD

Une marque d'huile de CBD vient de faire son apparition parmi les annonceurs de la chaîne de télévision M6.

Confinement, interdiction de consommer sur la voie publique... Résultat, l'usage domestique est en explosion et l'usage de Cannabis ne fait pas exception à la règle.

Cette publicité incite-t-elle les Français à consommer du CBD ? Quelles sont les conséquences ?

La chaîne de télé M6 ouvre les hostilités à grande échelle avec la marque « Divie ». La promesse du Cannabis légal, qu'importe l'ivresse, pourvu qu'on ait le flacon. Ça se passe sous la forme d'huile au Cannabidiol, le psychoactif léger et légal. Alexandre Perzez, le fondateur de Divie, est un ancien de la maison de production Endemal qu'il a quitté en 2019 selon son profil LinkedIn. Il a travaillé sur des émissions comme On ne peut pas plaire à tout le monde sur France 3, Le Fabuleux destin ou encore Star académie 5 sur TF1.

C'est bien la télé qui vient au CBD et non le CBD qui va vers la télé, mais cette fois, on joue effectivement dans la cour des grands.

Comment et surtout pourquoi une publicité sur du Cannabis ?

La France compte 900 000 usagers quotidiens de cannabis (11-75 ans) et près de la moitié des adultes l'a déjà expérimenté. Pour la population générale, la France se situe ainsi toujours en tête du classement européen et a un niveau comparable à celui du Canada. En revanche, s'agissant des plus jeunes, la situation s'améliore significativement. Alors que cherche à faire cette fameuse publicité sur du CBD ? Incite-t-elle les jeunes à consommer ?

Nous avons interrogé deux élèves du Lycée de Bagatelle à Saint Gaudens.

« Ce n'est pas spécialement une bonne chose, il ne faut pas inciter les gens et surtout les mineurs à en prendre, ça ne devrait pas être légal et ça peut être aussi en grand danger pour certaines personnes. »

(Ambre, élève en seconde)

« Il ne faut pas que les personnes se disent que ce n'est pas grave de prendre du cannabis vu que ça passe à la télé. Si ça, ça passe, il y a tout qui peut passer. Très clairement pour moi cette pub dit clairement « Prenez de la drogue, c'est thérapeutique », oui ok, mais il y a certaines personnes qui peuvent en abuser. »

(Anaïs en classe de seconde)

Inès

Des affaires criminelles dans le Comminges ?

Bonjour. Aujourd'hui nous vous présentons notre radio qui traite de la manipulation et des affaires criminelles. A votre avis, en quoi consistent les affaires criminelles dans le Comminges ?



<https://tube-toulouse.beta.education.fr/videos/watch/fe8ec62d-dc7e-4c71-a0e2-5086ba708656>

Par Tristan et Mathis

Notre enquête sur les médias

Un micro-trottoir avec S^t Go Radio pour découvrir l'avis de toutes les générations sur les médias



<https://tube-toulouse.beta.education.fr/videos/watch/edc0c5e6-074d-4f2f-8212-2cbd025f7901>

Par Margaux, Cerise et Agathe

Les techniques de manipulation

Les pubs et leurs techniques de vente se servent de l'inconscient, elles consistent à viser les gens qui ne se sentent pas bien dans leur peau, ou qui sont en manque de bien matériel en disant que le bien être dû au produit est incroyable. Par contre, quelqu'un qui se sent bien dans sa peau et qui ne manque de rien, ne sera généralement pas, ou moins, influencé par les publicités.

Différentes techniques :

- L'homme est une espèce qui veut se sentir supérieur à ses semblables. Et Leon Festinger, en 1954, l'avait bien compris, et grâce à cette découverte, les publicités suscitent l'audience et créent une jalousie entre les individus. Et c'est donc pour cela que les pubs mettent en scène des gens qui vivent dans le luxe, mais qui restent dans les normes.
- Montrer des images chocs, voir insoutenables (ex : sécurité routière), marque les esprits et nous influence.
- La musique utilisée dans les pubs en fonction de sa popularité ou son attrait participe grandement à la mémorisation du produit.
- la technique du pied dans la porte (traduction de « foot is the door ») est aussi appelée doigt dans l'engrenage. Elle consiste à demander une chose peu coûteuse, et suite à l'acceptation de la personne en face, redemander quelque chose de beaucoup plus coûteux, et la personne aura plus de facilité à accepter. Ceci dit, ce n'est pas une technique qui marche à tous les coups.

Différentes expériences de psychologie sociale :

- L'expérience de Asch est une expérience qui a pour but de démontrer l'effet de groupe. Asch invita un groupe d'étudiants, entre 7-9, à participer à un faux test de vision. Tout les participants étaient complices, sauf un. Ensuite, suite à le choix de plusieurs ligne de longueurs différentes, les participants choisissaient volontairement une même et fausse réponse, suite à cela, le sujet s'accordait à soutenir les propos du groupe. Ce qui démontre bel et bien que l'homme est facilement manipulable par les autres. Et comme cela, les publicités peuvent créer une illusion de groupe qui nous influence de manière naturelle.
- L'expérience du Sherif (Muzafer Sherif) fonctionne à l'aide de l'effet auto-cinétique, une illusion d'optique qui prouve que lorsqu'on observe un point lumineux sans autre point de référence, on a l'impression que le point bouge. Sherif invita un invité dans une pièce sombre seul, puis avec un groupe, et les résultats ont pu démontrer que lorsque le sujet est seul, il se fie à ses sens et dit simplement ce qu'il voit. Pourtant, lorsqu'il est en groupe, l'individu se range du côté de la majorité, même s'il sait que c'est faux.

Alors, en ce qui concerne la manipulation, elle est souvent utilisée pour des techniques commerciales, certains spécialistes (sociologue, foulologue, etc) font des expériences sociales pour mieux comprendre et se servir de l'effet de groupe et d'autres moyens d'influence. Cependant, en ayant conscience de ce genre de méthodes, nous pouvons nous défendre et réfléchir par nous même pour nous protéger, et protéger notre entourage.

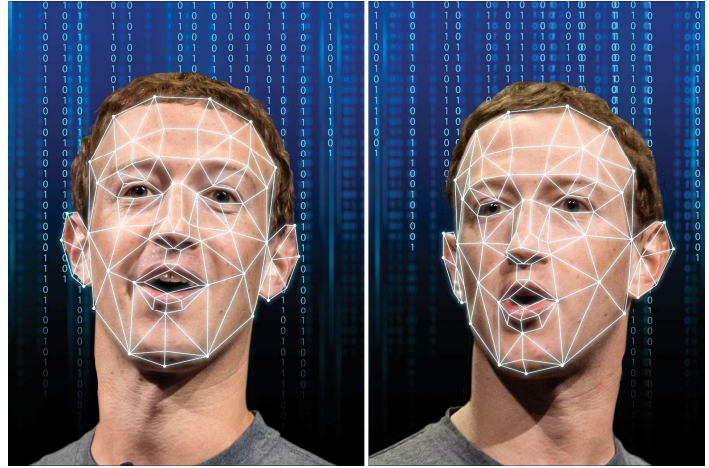


Mark Zuckerberg fait don de toute sa fortune !

Comment est-ce possible ? Retrouvez un article sur les deepfakes sur la plateforme YoungZRadio.



Par Adrien et Anasse



<https://tube-toulouse.beta.education.fr/videos/watch/782ad660-e44a-4476-8315-70a3dd5706a4>

La publicité mensongère

Saviez-vous que la publicité a pour effet d'inciter le consommateur à acheter en vantant les mérites d'un produit ou d'un service ?

Si les publicitaires doivent faire preuve de créativité, poussant parfois jusqu'à l'exagération, la publicité mensongère et trompeuse est prohibée par le Code de la consommation.

La publicité est une forme de communication de masse, dont le but est de fixer l'attention d'une cible visée (consommateur, utilisateur, usager, électeur, etc.) afin d'insister sur un comportement souhaité : achat d'un produit, élection d'une personnalité politique, incitation à l'économie d'énergie, etc.

Elle permet de faciliter la vente de produits et services ou bien de défendre une cause, de redorer une image, etc. C'est pour ces raisons qu'il est plus qu'important de bien préparer votre campagne.

Le but d'une publicité est de pousser votre cible à agir dans le sens voulu, au profit de votre entreprise. Incitant par exemple la personne à boire de l'alcool, la publicité peut alors dévoiler des aspects négatifs et détient un côté dangereux car elle peut se révéler néfaste pour la santé. La publicité peut en effet inciter à consommer les « mauvais » produits.

La publicité peut avoir des effets positifs sur le comportement des enfants. Cela se manifeste par des leçons de vie ou des mises en garde face à certains dangers. La pub a également un côté moralisateur.

Les français sont exposés à environ 5 000 pubs par jour d'après <https://www.francetvinfo.fr>, ce qui est énorme !!

Une grande chaîne nationale telle que TF1 ou M6 facturera en milieu de journée la diffusion d'une publicité TV de 30 secondes entre 3 000€ et 7 000€. Les horaires access prime time sont généralement tarifés entre 15 000€ et 30 000€. Les horaires prime time sont les plus coûteux, et peuvent approcher les 50 000€ pour la diffusion d'un spot de 30 secondes.

ATTENTION: toutes les pubs ne sont pas mensongères!!

Par Anaïs

