

Tekst 2

La publicité violente nos enfants

OVERDOSE DE PUB !



(1) Comment un jeune enfant pourrait-il résister le mercredi matin aux soixante spots publicitaires qui lui sont destinés? Pourquoi ce déferlement? C'est que l'enfant, prescripteur et futur consommateur, est devenu une cible privilégiée. Les enfants regardent, en moyenne, la télévision plus de trois heures par jour. Les publicités télévisées destinées aux jeunes enfants sont identifiées comme la cause directe du surpoids d'un cinquième d'entre eux. En avril dernier, vingt-trois sociétés savantes ont adressé une lettre ouverte à la ministre chargée de la Santé. Pour elles, «les enjeux de santé publique sont majeurs et ne peuvent être balayés au seul profit des intérêts économiques des chaînes de

télévision et des entreprises alimentaires.» On demande instamment à la ministre la suppression de la publicité alimentaire sur tous les créneaux horaires.

(2) Or, le gouvernement refuse, depuis des années, de prendre ce problème à bras-le-corps. Et les slogans du type «Évitez de grignoter entre les repas», «Attention aux aliments gras, salés ou sucrés» et «Bougez plus», n'ont en rien modifié les comportements alimentaires des enfants. Les programmes destinés à la jeunesse, censés faire rire ou rêver, sont utilisés pour conditionner les jeunes esprits à enregistrer les spots publicitaires. Il s'agit, là aussi, de vendre «du temps de cerveau disponible», pour reprendre l'expression employée par Patrick Le Lay lorsqu'il était président de TF1...

(3) Pourtant, des réponses existent. En Suède, la loi interdit toutes les publicités destinées aux enfants de moins de 12 ans sur les chaînes de télévision. Nous demandons qu'un débat ait lieu à ce sujet au Parlement. Diverses législations peuvent être envisagées. Il en va de la protection de nos enfants, devenus des proies sans défense. Il s'agit de la santé publique. Il en va aussi de l'avenir de nos sociétés industrielles, empoisonnées par la surconsommation... et invitées à mieux respecter l'environnement.

*La Libération,
le 4 novembre 2009*

Tekst 2 La publicité violente nos enfants

- «une lettre ouverte» (ligne 16)
- 1p 2 Quelle en est l'intention?
- A Décourager la coopération entre chaînes de télé et entreprises alimentaires.
 - B Limiter le nombre d'heures que les jeunes spectateurs passent devant la télé.
 - C Mettre fin aux spots publicitaires sur les aliments à la télé à toute heure.
 - D Réduire le nombre d'émissions télévisées destinées aux enfants.
- 1p 3 Geef van elk van de onderstaande beweringen aan of deze wel of niet overeenkomt met de 2e alinea.
- 1 Le gouvernement français a toujours donné la priorité à la santé des jeunes.
 - 2 Dans la lutte contre l'obésité parmi les jeunes, les spots publicitaires se sont avérés efficaces.
- Noteer het nummer van elke bewering, gevolgd door 'wel' of 'niet'.
- 1p 4 De quelle attitude l'auteur du texte fait-il preuve au dernier alinéa? Il se montre
- A combatif.
 - B moqueur.
 - C résigné.
 - D sceptique.
- 1p 5 A quel groupe la critique donnée dans ce texte s'adresse-t-elle avant tout?
- A Aux jeunes enfants.
 - B Aux parents.
 - C Aux politiciens.
 - D Aux programmeurs de télé.