

L'effet d'exposition : Pourquoi les panneaux publicitaires tournent-ils?

Soumis par Stephane Desbrosses

La musique est un bon terrain de jeu pour expérience, et a été utilisée souvent. En dehors de ça, peut être avez-vous remarqué un phénomène d'habituation concernant les musiques que vous écoutez. Essayez de vous souvenir : les premières fois que vous les aviez écoutées, vous ont-elles plu tout de suite?

Cela arrive assez rarement. En fait, c'est l'accumulation d'écoute qui le plus souvent, nous fait aimer une musique. On appelle cet effet l'effet de simple exposition. Il est mis en évidence dans une expérience simple :

Lorsque l'on montre à un sujet un mot inconnu (par exemple, "ionenstrup") une seule fois, il a tendance à lui associer une connotation négative. Si on lui remontre ce mot, 3 ou 4 fois par la suite, ce mot acquiert une connotation neutre. Au bout d'une dizaine de présentations, il acquiert carrément une connotation positive, étonnant, mais vrai!

Cet effet est bien connu des publicitaires : le temps d'exposition importe peu, le facteur prédominant est le nombre de présentation. C'est pour cette raison, par exemple, que l'on voit les panneaux publicitaires, dans les matchs de foot, changer toutes les 30 secondes, c'est également pour cette raison que les panneaux publicitaires que l'on voit en ville, sont de plus en plus souvent des panneaux contenant plusieurs affiches présentées en boucle. Pour en revenir à la musique... c'est la raison pour laquelle les chansons nouvelles passent en boucles à la radio : de nombreuses expositions permettent d'habituer le futur consommateur et ainsi de rentrer de meilleure façon le stimulus en mémoire...