
La publicité, support pour une mise en œuvre de l'éducation interculturelle

Tendrinjanahary Mamitiana Randrianarison*¹

¹Ecole Normale Supérieure – Ampefiloha- Antananarivo, Madagascar

Résumé

Depuis sa première apparition dans le journal anglais " The London Gazette " en 1660, la publicité ne cesse d'évoluer s'agissant de la forme et du fond. Elle est de nos jours consommable sur toutes les plateformes. Parmi ces publicités, nombreuses sont très riches et exploitables en termes de culture et comportements langagiers. Ces dernières nous ont incités à réfléchir sur les apports qu'elles peuvent offrir au profit de la pratique de l'éducation interculturelle. Nous jugeons ainsi important de porter une étude sur la publicité, support pour une mise en œuvre de l'éducation interculturelle. L'objectif s'avère d'analyser les apports innovants de la publicité sur l'éducation interculturelle qui essayera de répondre à la problématique dans quelle mesure les publicités peuvent-elles contribuer à une bonne réalisation de l'éducation interculturelle?

Mots-Clés: publicité, éducation interculturelle, innovation

*Intervenant