

Zeitschrift: Femmes suisses et le Mouvement féministe : organe officiel des informations de l'Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Herausgeber: Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Band: 87 (1999)

Heft: 1437

Artikel: La Adbusters Media Foundation : quand la pub critique la pub

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-281668>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Quand la pub critique la pub

vendre tout et n'importe quoi que la publicité reproduit des corps de femmes à l'infini, mais c'est avant tout pour véhiculer une certaine image stéréotypée de la féminité. De nouveau, certains-e-s évoquent la démocratie : désormais, toutes les femmes ont accès à la beauté, il s'agit uniquement d'y investir le nécessaire. Cependant, un des hics de cette forme d'égalité, c'est que toutes se retrouvent avec le même « look ». La standardisation de l'apparence féminine est telle qu'elle amène des femmes Noires à se défriser les cheveux, à s'éclaircir la peau, et des Asiatiques à se faire débri-der les yeux.

Ainsi, reproduit à grande échelle, le canon¹ occidental de la beauté se démocratise. Les femmes de tous les horizons sont invitées à consommer de la féminité, laquelle est fournie par les marchés de la minceur, des cosmétiques, de la coiffure et de la mode. Savamment relayés par les magazines féminins, subventionnés par cette même industrie de la beauté, les simulacres de la féminité colonisent l'intimité de - potentiellement - toutes les femmes.

Aujourd'hui encore, la société de consommation, la culture qu'elle entretient et l'usage fait par la publicité du corps féminin sexualisé, semblent sous-tendre l'organisation et la reproduction des mécanismes d'un ordre social où les femmes sont rarement sujets.

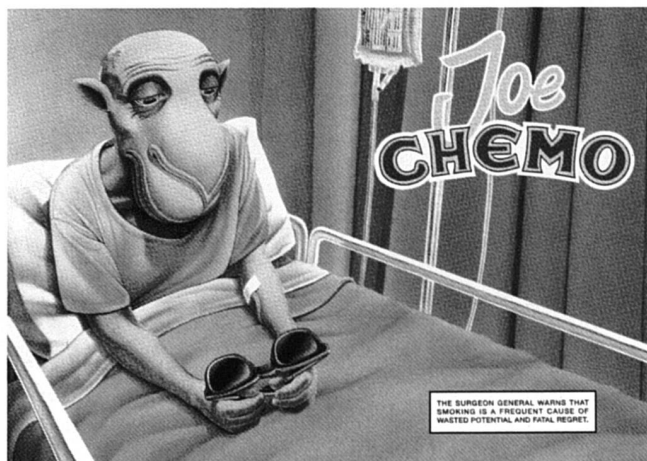
Les « anti-publicités » que vous avez le loisir de regarder sur cette page sont le fruit des créatrices et créateurs de l'Adbusters Media Foundation de Vancouver, au Canada. Cet organisme regroupe des artistes, des étudiant-e-s, des écrivain-e-s, des professeur-e-s et des entrepreneur-e-s, qui ont en commun la volonté d'encourager les gens à prendre conscience de la désinformation et des injustices résultant de la globalisation de l'économie, ainsi que de la pollution de notre environnement physique et mental.

Pour diffuser leurs idées, les gens de Adbusters publient une revue diffusée à 40 000 exemplaires, gèrent un site web et offrent les services de leur agence de publicité PowerShift. Par le biais d'une littérature et d'une imagerie des plus incisives, les Adbusters informent et sensibilisent un lectorat pour le moins diversifié. La fondation est également à l'origine du « Buy nothing day » (la journée sans achat) et du « TV Turnoff Week » (la semaine sans télévision).

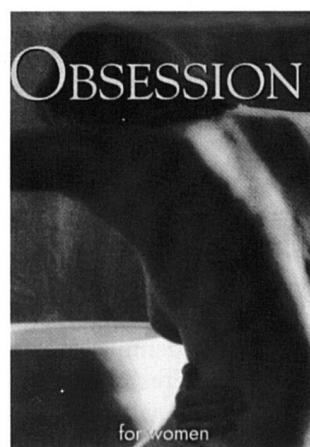
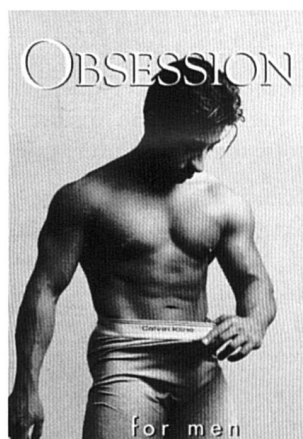
Vous pouvez visiter le site de l'Adbusters Media Foundation à l'adresse suivante :

<http://www.adbusters.org>

(amd)



Ces images sont disponibles sous forme de cartes postales. Voir adresse Internet ci-dessous.



¹ Il est intéressant de noter que l'expression « canon » signifie l'ensemble des règles servant à déterminer les proportions de l'anatomie selon un idéal esthétique et, à la fois, décret concernant la foi ou la discipline religieuse.