

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

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **87 (1999)**

Heft 1437

PDF erstellt am: **16.04.2024**

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

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# 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 débrider les yeux.

Ainsi, reproduit à grande échelle, le canon<sup>1</sup> 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.

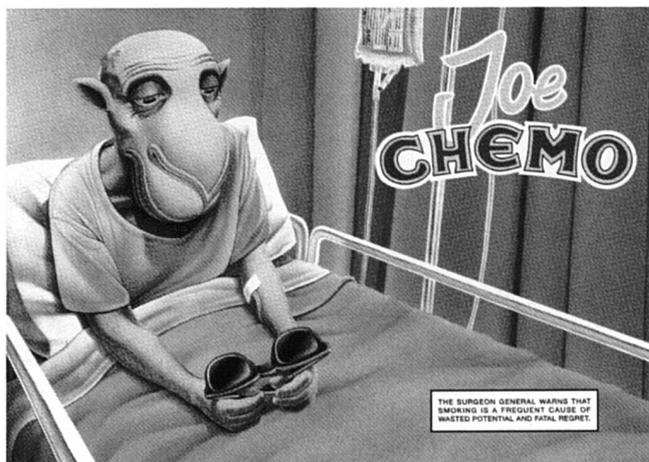
Aujourd'hui encore, la société de consommation, la culture qu'elle entretient et l'usage fait par la publicité du corps féminin sexualisé, semblent sous-tendre l'organisation et la reproduction des mécanismes d'un ordre social où les femmes sont rarement sujets.

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.

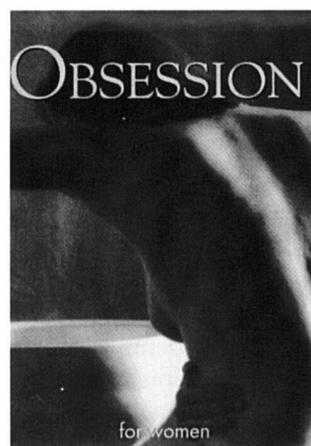
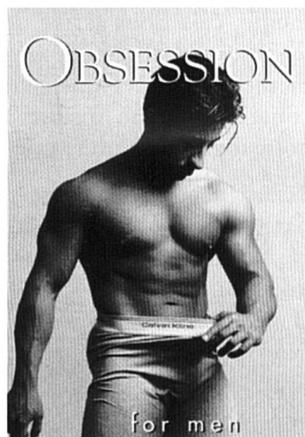
Pour diffuser leurs idées, les gens de Adbusters publient une revue diffusée à 40 000 exemplaires, gèrent un site web et offrent les services de leur agence de publicité PowerShift. Par le biais d'une littérature et d'une imagerie des plus incisives, les Adbusters informent et sensibilisent un lectorat 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.