Bonjour, je fais une recherche sur les stéréotypes dans la publicité. Je cherche aussi bien des monographies que des articles. Auriez-vous des pistes ? merci beaucoup !

Réponse apportée le 11/20/2013 par PARIS Bpi – Actualité, Art moderne, Art contemporain, Presse

Je vous propose une sélection d'ouvrages sur cette thématique. Cette sélection est plutôt large et il possible que dans certains de ces ouvrages proposés, les stéréotypes des publicités soient à peine traitées.

* Titre : On achète bien les cerveaux : la publicité et les médias
Auteur : Bénilde, Marie
Editeur : Raisons d'agir éditions, Paris: 2007
Résumé : La publicité se présente comme un art, une culture, une machine à rêves. En réalité, elle façonne des besoins de consommation, véhicule les stéréotypes, alimente la course au productivisme. Etude de son pouvoir économique, de son pouvoir politique et de son influence sur la presse.
Disponible – Cote : 301.3 BEN
Niveau 2 – Droit, économie, sc. sociales

* Titre : Vices et vertus de la publicité
Auteur : Lavanant, Didier
Editeur : Vuibert, Paris: 2008
Résumé : La publicité manipule-t-elle le consommateur ? La publicité est-elle morale ? Que vaut le discours des antipubs ? La publicité est-elle utile ou futile ? La publicité peut-

elle prétendre au titre d’art ? Voici quelques-unes des questions parmi les dix posées dans cet ouvrage.
Disponible – Cote : 655.8 LAV
Niveau 2 – Sciences, techniques, médecine

* Titre : Démarque toi ! : petit manuel anti-pub
Auteur : Ariès, Paul
Éditeur : Éd. Golias, Villeurbanne: 2004
Résumé : Analyse la place de la publicité et des marques dans la société. Elles portent une responsabilité dans l’évolution des comportements qui détruisent la planète (gaspillage, paysages défigurés…), les valeurs (violence, sexisme, jeunisme…) et la santé physique et mentale des individus (un jeune sur cinq souffre d’obésité et un sur sept de troubles mentaux).
Disponible – Cote : 301.3 ARI
Niveau 2 – Droit, économie, sc. sociales

* Titre : Le temps de l’antipub : l’emprise de la publicité et ceux qui la combattent
Auteur : Darsy, Sébastien
Éditeur : Actes Sud, Paris: 2005
Résumé : Résultat d’une enquête auprès des personnes qui contestent la puissance de la publicité et de ceux qui la pratiquent. Répertorie les raisons qui ont donné lieu à cette contestation.
Disponible – Cote : 301.3 DAR
Niveau 2 – Droit, économie, sc. sociales

* Titre : Publicité et société
Auteur : Cathelat, Bernard
Éditeur : Payot, Paris: 2001
Résumé : La publicité triomphe. Elle étend désormais son influence aux activités culturelles et artistiques, et même à la politique. C’est sans doute qu’elle n’est plus un pur produit commercial de promotion des ventes, C’est un phénomène culturel, l’expression d’une civilisation, le langage collectif des désirs, des rêves et des modes de vie…

Disponible – Cote : 301.3 CAT
Niveau 2 – Droit, économie, sc. sociales

D’autres ouvrages sont disponibles dans d’autres bibliothèques.
Source : le Sudoc : ce catalogue permet de localiser un document dans les bibliothèques universitaires françaises et centres de documentation (en cliquant sur le lien « où localiser ce document), de l’emprunter directement ou par le prêt entre bibliothèques (PEB); il vous permet aussi de connaître les horaires et fermetures annuelles de ces bibliothèques.

* Titre : Contre les publicités sexistes
Auteur(s) : Pietrucci, Sophie; Vientiane, Chris; Vincent, Aude (militante féministe)
Éditeur : l’ Échappée, Montreuil: 2012
Voir lien pérenne pour localiser la bibliothèque qui possède cet ouvrage :
http://www.sudoc.fr/159276594>

* Titre : Les pubs que vous ne verrez plus jamais : 100 ans de publicités sexistes, racistes, ou tout simplement stupides…
Auteur(s) : Pastor, Annie ; [traductions: Arthur Desinge et Alexis Doualle]
Editeur : Hugo & Desinge, Paris: 2012
Voir lien pérenne pour localiser la bibliothèque qui possède cet ouvrage :
http://www.sudoc.fr/16441519X>

* Titre : Frapper sans heurter : quelle éthique pour la publicité ?
Auteur : Teyssier, Jean-Pierre
Editeur : A. Colin, Paris: 2004
Voir lien pérenne pour localiser la bibliothèque qui possède cet ouvrage :
http://www.sudoc.fr/077309464>

Pour les articles, je vous transmets des résumés qui sont extraits de la base Généralis : service bibliographique hebdomadaire qui signale et résume tous les articles d'au moins une page publiés dans 169 revues et magazines français (pas de quotidien), de 1993 à aujourd'hui.

* Au XXe siècle on a osé ces pubs
Journal : Clés, 01 avril 2013, n°82, pp.68-70
Auteur : Kareh Tager, Djénane
Sexistes, racistes ou dangereuses pour la santé, c'étaient pourtant des campagnes de pub grand public. Un livre retrace leur saga en images.

* Publicité, clichés, dignité
Revue : Monde 2 (Le), 08 février 2004, n°4, pp.36-37
Auteur : Krémer, Pascale.
Si le Bureau de vérification de la publicité recommande aux annonceurs de respecter l'image de la personne humaine, en 2003 encore de nombreuses campagnes ont véhiculé des stéréotypes sexistes.

* La Pub se rachète une conduite
Revue : Express (L'), 27 novembre 2003, n°2734, pp.44-45
Auteur : Chartier, Claire
Halte au sexisme, halte aux excès ! Face au mécontentement grandissant, les professionnels, encouragés par les pouvoirs publics, ont décidé de réagir.

* Publicité : Les femmes ne veulent plus être des poupées
Revue : Alternatives économiques, 01 avril 2002, n°202, pp.40-43
Auteur : Mermoz, Mélanie

Ci-dessous une sélection d'articles trouvés à partir de la base de données Europresse : l'abonnement souscrit par la bibliothèque donne accès, depuis ses postes fixes, à la base d'articles de presse française et étrangère en texte intégral, multilingue (soit 6 000 sources d'information surtout

françaises, mais aussi anglaises, italiennes, espagnoles, allemandes…, de types divers : journaux, dont 167 journaux et périodiques français, revues, magazines, dépêches, blogs, biographies).

* Les Français réprouvent les pubs sexistes… mais ne les voient pas
Journal : Le Huffington Post Québec (réf. site web) – 04/03/2013 – 1918 mots

* Les Français trop peu sagaces face aux publicités sexistes ?
Journal : Stratégies – 07/03/2013 – 353 mots

* La Smerep doit renoncer à sa pub jugée sexiste
Journal : Le Monde – 24/09/2013 – 301 mots

* « Elle = Lui », pour lutter contre les stéréotypes
Journal : La Voix du Nord – 23/01/2012 – 336 mots

* Et si le sexisme ne faisait plus vendre ?
Journal : L'Express – 02/10/2013 – 321 mots

* Toutes les publicités ont-elles leur place dans l'espace public ?
Journal : l'Humanité – 25/11/2011 – 326 mots

* «L'hypersexualisation touche la société entière»
Journal : Libération – 06/03/2012 – 493 mots

* Charte sur le respect de l'image de la personne humaine dans la publicité : « Souligner et étendre un engagement déjà existant », selon M. François d'AUBERT, président de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP)
Journal : La Correspondance de la Publicité – 07/03/2012 – 343 mots

En complément, quelques éléments à consulter sur le web :

– Le rapport de l'autorité de régulation professionnelle de la

publicité :
http://www.arpp-pub.org/Sexiste-la-publicite.html

– Des exemples de publicités dites sexistes, revus par un jury de Déontologie publicitaire sur le site de l’Association Française de Droit des Médias et de la Culture (AFDMC) :
http://www.droit-medias-culture.com/ARPP-Jury-de-Deontologie,624.html

Cordialement,

Eurêkoi – Bpi (Bibliothèque publique d’information)
http://www.bpi.fr

Accueil