

Comment la publicité montre t-elle et « exploite » t-elle les femmes? L'évolution de la femme dans la publicité reflète t'elle vraiment celle de la femme dans notre société ?

Réponse apportée le **10/13/2009** par PARIS Bpi – Actualité, Art moderne, Art contemporain, Presse

Bonjour,

Voici quelques références de livres trouvées dans le catalogue de la Bpi accessible à partir de la page d'accueil du site de la bibliothèque dans la rubrique « Recherche Documentaire » :

Auteur : Bertin, François

Titre : Belles de pub /

Éditeur : Rennes : Ouest-France, 2004

Description : 144 p. ; 29 x 27 cm

Collection : Beaux livres

Résumé : Présente plusieurs centaines d'oeuvres d'art publicitaires (affiches, objets, plaques émaillées, cartons et coupures de presse) dédiées à la femme et qui ont marqué un siècle et demi de réclame et de publicité. Montre l'évolution de la représentation de la femme à travers différentes thématiques : le spectacle, le travail, les transports, les vacances, etc.

Sujets : Art publicitaire–Thèmes, motifs

Femmes–Dans l'art

Niveau 3 – Arts, loisirs, sports – 766 WEI – Disponible

Auteur : France Secrétariat d'Etat aux droits des femmes et à la formation professionnelle

Titre : L'image des femmes dans la publicité : rapport à la secrétaire d'Etat aux Droits des femmes et à la formation professionnelle

Éditeur : Paris : Documentation française, 2002

Description : 187 p.

Collection : Rapports officiels

Résumé : Dresse un bilan sur les publicités qui portent atteinte à l'image des femmes, considérées du double point de vue de la discrimination sexiste et de l'incitation à la violence. Propositions visant à responsabiliser les professionnels de la publicité.

Sujets : Femmes dans la publicité

Publicité–Aspect social–1990-....

Niveau 2 – Droit, économie, sc. sociales – 300.1 IMA – Disponible

Auteur : Gaston-Breton, Tristan

Titre : La magie Moulinex : la conquête des femmes /

Éditeur : Paris : le Cherche Midi éditeur, 1999

Description : 127 p. : ill. en coul. ; 32 x 24 cm

Collection : Les marques emblématiques

Résumé : L'histoire de Moulinex, marque complice et familière, est une fantastique saga. Elle nous éclaire sur l'évolution des habitudes alimentaires et nous révèle l'étonnante mutation de la femme depuis 1930, dans ses rôles, à la maison comme au travail.

Sujets : Art publicitaire–France–20e siècle

Appareils électroménagers–Publicité–France–Histoire

Moulinex–histoire

Niveau 3 – Arts, loisirs, sports – Papier 1. 766 GAS – Disponible

Auteur : Remaury, Bruno

Titre : Le beau sexe faible : les images du corps féminin entre cosmétique et santé /

Éditeur : Paris : Grasset, 2000

Description : 280 p. ; 21 cm

Collection : Partage du savoir

Résumé : Se fondant sur l'observation des images de la femme que proposent les médias et la publicité, cet ouvrage confronte les expressions de l'identité corporelle féminine avec d'autres plus anciennes afin d'en dégager les mécanismes profonds. Se pose ainsi la question essentielle de la différence entre les sexes et du rôle de la spécificité masculine au sein de la relation masculin-féminin.

Sujets : Femmes—Dans les médias

Beauté féminine (esthétique)—Aspect social

Relations hommes-femmes—Sociologie

Soins de beauté—Aspect social

Niveau 2 – Droit, économie, sc. sociales – 300.1 REM – Disponible

Nous avons interrogé la base de données Francis mais les (22) références obtenues ne nous ont pas paru très pertinentes pour votre recherche.

Nous l' avons donc poursuivie dans « Generalis-indexpresse.com » autre base de données à laquelle la Bpi est abonnée et qui propose des références et de brèves analyses d'articles de 169 revues et magazines français sur tous les sujets d'actualité. voici les résultats obtenus :

-Marketing : Quand la pub chasse les clichés

Enjeux-Les Echos, n°204, 01/07/04, pp.64-66

Fait partie d'un dossier de 16 articles intitulé « L'Economie, une affaire de sexes ».

La femme objet remplacée par l'homme potiche ? Pas si simple : les publicitaires délaissent les stéréotypes et inventent

d'autres modèles... plus hybrides.

Sujets Rameau : Rôle selon le sexe – Publicité

Auteurs : Lupieri, Stéphane

-La Pub se rachète une conduite

(L')Express (L'), n°2734, 27/11/03, pp.44-45

Halte au sexisme, halte aux excès ! Face au mécontentement grandissant, les professionnels, encouragés par les pouvoirs publics, ont décidé de réagir.

Sujets Rameau : Femmes dans la publicité – Sexisme dans la publicité

Auteurs : Chartier, Claire

-Non soumises

Manière de voirManière de voir, n°68, 01/04/03, pp.6-28

Dossier de 7 articles

Sujets Rameau : Femmes – Femmes**Conditions sociales – Femmes dans la publicité – Femmes**Afghanistan**Conditions sociales

-Publicité : Les femmes ne veulent plus être des poupées

Alternatives économiques, n°202, 01/04/02, pp.40-43

Les clips et les photos publicitaires « porno chic » mettant en scène des pratiques sadomasochistes ont relancé le débat sur l'image de la femme.

Sujets Rameau : Femmes dans la publicité – Sexisme dans la publicité

Auteurs : Mermoz, Mélanie

-La Pub troque le troc pour l'authentique

Événement du jeudi (L'), n°12, 02/12/00, pp.12-14

Petite révolution dans l'univers ultra-codé de la publicité : les « vraies gens » sont en train de damer le pion aux top models.

Sujets Rameau : Femmes dans la publicité – Publicité**Sociologie

Auteurs : Montclos, Violaine de

-Publicité : La chasse à l'homme objet

(L')Express (L'), n°2419, 13/11/97, p.58

Dans la guerre des sexes, le rapport s'est inversé au détriment de l'homme. Le voilà malmené et même déshabillé... La pub l'a bien remarqué.

Sujets Rameau : Publicité – Rôle selon le sexe

Auteurs : Lis, Céline

Cordialement,

Eurêkoi

Réponses à distance

Bibliothèque publique d'information

Site internet :