

Des rédactrices de magazines féminins pires que les publicitaires

On le sait : la presse féminine constitue le support publicitaire numéro un d'une industrie cosmétique qui ne connaît pas la crise.

Maquillage, produits de soins pour le visage, les mains, le corps et les cheveux, tout ce qui tourne autour de la beauté fournit l'essentiel des pubs qui remplissent les pages de Marie-Claire, Elle, Votre Beauté et autres.

Une brève analyse du lexique des publicitaires permet de mieux saisir comment les «rédactrices beauté», sous couvert d'informer les lectrices, non seulement reprennent le vocabulaire de la pub, mais en exagère le pouvoir angoissant et prescripteur. On se concentrera ici, à titre d'exemple, sur le discours concernant la lutte contre le vieillissement de la peau... (suite de l'article en lien)

Source : Acrimed

Par

Publié sur Cafeduweb - Archives le vendredi 23 janvier 2004

Consultable en ligne : <http://archives.cafeduweb.com/lire/4041-redactrices-magazines-feminins-pires-les-publicitaires.html>