

## Les stéréotypes : comment sont-ils liés à la publicité ?

Les premières apparitions connues de la publicité datent de l'Antiquité. **En effet**, chez les Grecs, de jeunes hommes, étaient engagés pour faire de la publicité en criant dans les rues. Des siècles plus tard au XVe siècle, les premières publicités écrites ont fait leur apparition grâce à François Ier posant **ainsi** les bases de l'affichage dans la rue. Les Ordonnances devaient être affichées dans tous les endroits bien visibles de la ville **afin que** les décisions politiques soient connues de tous. **En résumé**, c'était les débuts de la communication politique.

La publicité circule, **entre autres**, des normes et des valeurs à travers la société et aujourd'hui à travers le monde.

Les normes sont des règles qui déterminent les comportements que les individus doivent adopter dans la société. Elles relèvent des mœurs, les standards sociaux. Dans une société, les normes jouent un rôle important dans la socialisation des individus. **De ce fait**, si une personne évolue dans un environnement type, il sera le plus souvent rejeté par son groupe s'il n'adopte pas les comportements majoritaires à celles de son entourage, **selon** de nombreuses théories sociologiques.

**D'après** la définition du dictionnaire *Larousse*, un stéréotype est une "expression ou une opinion toute faite, sans aucune originalité, cliché." C'est une "caractérisation schématique d'un groupe qui s'appuie sur des attentes et des jugements."

Dans la publicité, autant papier ou télévisée ou sur internet, les stéréotypes sont bien présents. **Evidemment**, il faut pouvoir jouer sur les stéréotypes si l'on souhaite viser le plus grand nombre de personnes possible. Ils généralisent des personnes ou des groupes de personnes, et cela n'a pas des conséquences uniquement positives.

**Effectivement**, en classant les objets **ainsi que** les personnes dans des cases, on assiste à une catégorisation sociale. Ce schéma de classification s'est alors retrouvé dans notre vie quotidienne. **Dans un premier temps**, cette catégorisation sociale nous permet de nous adapter à notre environnement social, **néanmoins** c'est aussi cela qui va développer les stéréotypes.

Ces stéréotypes deviennent une réalité aux yeux des individus. **C'est alors qu'**ils deviennent une définition d'un groupe, pouvant conduire à de la discrimination de groupe. Les stéréotypes négligent l'individualité de chacun **pour** se concentrer sur le cliché, pouvant **ainsi** se lier au racisme et au sexisme par exemple.

La publicité est **donc** un élément révélateur des valeurs et normes sociales d'une société. **Certes**, l'objectif des publicitaires est de créer une identification facile pour que le spectateur consomme ou achète le produit vanté. **Cependant**, il contribue à donner un reflet de ce qu'est la société, de ce qu'elle veut, **selon** des stéréotypes pertinents.