

Formes et inventions

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4LoLF06P
- > En savoir plus : <https://ufr-phillia.parisnanterre.fr/>

Présentation

Histoire littéraire de la publicité (XIX^e-XXI^e siècles).

Des débuts de la réclame et jusqu'à la communication de marques, de Victor Hugo à David Foenninos, innombrables sont les écrivains et les écrivaines qui ont contribué à la promotion des produits du commerce et de l'industrie, auxquels ils ont prêté leur plume, leur nom, voire leur image. Le séminaire s'emploiera à faire découvrir ces publicités d'auteurs, la variété de leurs dispositifs et de leurs réalisations. Il sondera les motivations artistiques et économiques de cette activité, s'interrogera sur les négociations financières et symboliques qu'elle implique et sur ce qu'elle nous dit de la « condition littéraire » (B. Lahire). Il s'agira, plus largement, de révéler l'existence, demeurée longtemps occultée, d'une « histoire littéraire de la publicité ».

Objectifs

Faire découvrir l'existence d'une histoire littéraire de la publicité, au croisement de l'histoire de la littérature et de celle de la publicité.

Considérer l'exercice de la littérature dans une perspective élargie et le situer dans son contexte socio-économique.

Évaluation

- *Session 1*: Mini-dossier ou oral (à l'appréciation de l'enseignant)
- *Session 2 dite de rattrapage* : 1 mini-dossier

Pré-requis nécessaires

Maîtrise correcte de la langue française à l'écrit et à l'oral.

Capacité à développer une réflexion argumentée à partir d'une problématique.

Connaissance des fondamentaux en analyse des textes et histoire littéraire.

Compétences visées

Approche décroisée de la littérature.

Approfondissement de l'histoire littéraire, culturelle et médiatique des XIX^e et XX^e siècles.

Maîtrise de la rhétorique et des stratégies publicitaires.

Bibliographie

Ressources documentaires à consulter sur le site : littetpub.net

Pages d'or de l'édition publicitaire. Catalogues illustrés au service des entreprises, catalogue de l'exposition de la bibliothèque Forney, 1988.

Barthes Roland, « Le message publicitaire, rêve et poésie », *Les Cahiers de la publicité*, n° 7, 1963.

Boucharenc Myriam, *L'Écrivain et la publicité. Histoire d'une tentation*, Champ Vallon, 2022.

Boucharenc Myriam et Guellec Laurence, *Portraits de l'écrivain en publicitaire, La Licorne*, n° 128, Presses Universitaires de Rennes, 2018.

Dichter Ernest, *La Stratégie du désir. Une philosophie de la vente*, Fayard, 1961.

Lahire Bernard, *La Condition littéraire. La double vie des écrivains*, La Découverte, 2006.

Martin Marc, *Trois siècles de publicité en France*, Odile Jacob, 1992.

Contact(s)

> Myriam Boucharenc

Responsable pédagogique

mboucharenc@parisnanterre.fr