

# Littérature et imaginaires collectifs

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 1.5
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L9HP01P

## Présentation

---

Littérature et publicité. Histoires croisées

Elle s'appelait encore la « réclame » que l'éloquence commerciale calquait ses discours sur les genres et la rhétorique de la littérature, mobilisait ses références et ses emblèmes, et sollicitait les écrivains eux-mêmes. La littérature fut au demeurant l'un des premiers « produits » de l'annonce commerciale. S'il a pu céder à la tentation publicitaire le monde des lettres n'a cependant cessé de réagir face à l'irrémissible essor d'une culture publicitaire tout à la fois proche et concurrente. Tandis que les poètes se sont employés à « transfigurer » la publicité, les romanciers en ont dénoncé les dérives dans des fictions souvent apocalyptiques. Ce séminaire porte sur les rencontres, chassés-croisés ou circulations à double sens entre la littérature et la publicité. Il en présentera les différentes facettes et en éclairera l'histoire.

## Objectifs

---

- Enrichir sa culture générale en littérature.
- Développer ses connaissances en histoire de la publicité.
- Faire découvrir l'existence d'une histoire croisée de la littérature et de la publicité.
- Situer l'exercice de la littérature dans son contexte socio-économique.

## Évaluation

---

*M3C en session unique*

REGIME STANDARD INTEGRAL: avec évaluation continue (au moins 2 notes)

RÉGIME DÉROGATOIRE : Non

SESSION 2 : Organisé sur la période du semestre par l'enseignant

## Pré-requis nécessaires

---

- Goût pour la lecture de la poésie
- Connaissance des outils de l'analyse littéraire et de la réflexion critique
- Intérêt pour les croisements culturels et interculturels

## Compétences visées

---

- Approfondissement de l'histoire littéraire, culturelle et médiatique des XIXe-XXIe siècles.
- Sensibilisation aux fondements historiques du marketing et de la communication de marques.
- Approche décloisonnée du littéraire.
- Maîtrise des fondamentaux de la rhétorique et des stratégies publicitaires.

## Bibliographie

---

Une bibliographie sera présentée en cours.

## Contact(s)

> **Myriam Boucharenc**

Responsable pédagogique  
mboucharenc@parisnanterre.fr