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

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

- *Régime standard intégral* - avec évaluation continue (au moins deux notes) - ! cette formule ne prévoit pas d'épreuve en session 2 (rattrapage) mais une 2ème chance organisée sur la période du semestre : la moyenne sera composée des deux notes des exercices écrits (dossier individuel (50%) et question de synthèse sur table (50%)) réalisés au cours du semestre

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