

# Culture, idées, représentations

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième 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
- > En savoir plus : <https://ufr-phillia.parisnanterre.fr/>

## Présentation

---

*Un siècle de publicité littéraire (1920-2020).* Comment lancer son premier livre, faire parler de soi, devenir célèbre ? Satire cynique et drôle des mœurs littéraires de son temps, L'Introduction à la stratégie littéraire (1912) de Fernand Divoire recensait à l'orée du XXe siècle les diverses manières de « triompher dans la vie littéraire ». La littérature ne serait-elle que ruses, tactiques, plans de campagnes, réseaux et coups de pub ? Comment « sacerdoce » et « négoce » littéraires, pour reprendre l'antinomie ainsi formulée par Paul Valéry, se combinent-ils ? L'imaginaire romantique de la sacralité de l'écrivain et de l'œuvre littéraire, encore actif de nos jours, ne saurait faire oublier les processus économiques et promotionnels qui accompagnent la vie des œuvres. De Radiguet à Houellebecq et de Bernard Grasset aux agences de communication littéraire, ce séminaire a pour objet d'éclairer divers aspects de l'histoire de la publicité littéraire au XXe siècle : les tractations dont cette dernière fait l'objet entre ses divers intermédiaires (l'auteur, l'éditeur, le libraire), les dispositifs de médiatisation et de mise en montre des livres et de leurs auteurs. Comment les logiques marchandes et médiatiques interfèrent-elles avec les modalités de la création et la postérité des œuvres ? Dans quelle mesure l'évolution des techniques de vente et de diffusion du livre contribuent-elles à

façonner l'idée de littérature ? En quoi le marketing littéraire contribue-t-il à une redéfinition du concept d'auteur, du statut du « Texte », de notre rapport au livre, à la lecture et à l'étude même de la littérature ?

## Objectifs

---

Comprendre comment l'histoire littéraire s'articule à l'histoire économique, médiatique et de la publicité.

## 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

---

Connaissance des fondements historiques de la publicité littéraire, du marketing éditorial et de la communication culturelle.

## Bibliographie

---

- Fernand DIVOIRE, Introduction à la stratégie littéraire (1912), rééd. Mille et une Nuits.
- Édouard BOURDET, Vient de paraître (1928), rééd. Gallimard « Folio ».
- Jean COCTEAU, La difficulté d'être (1947), rééd. Livre de Poche.
- Julien GRACQ, La littérature à l'estomac, Paris, José Corti, 1949.
- Gabriel BOILLAT, La librairie Bernard Grasset et les lettres françaises, Honoré Champion, 3 vol., 1974-1988.

- Brigitte Diaz (dir.), L'Auteur et ses stratégies publicitaires au XIXe siècle, Presses universitaires de Caen, 2019.
- Sylvie Ducas, La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires, La Découverte, 2013.
- Gérard GENETTE, Seuils, Seuil, 1987.
- Laurence GUELLEC et Françoise HACHE-BISSETTE (dir), Littérature & Publicité de Balzac à Beigbeder, Marseille, Éditions Gaussen, 2012.
- Nathalie HEINICH, L'Elite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique, Paris, Gallimard, 2005.
- Sofiane LAGHOUATI, David MARTENS et Myriam WATTHEE-DELMOTE (dir), Écrivains modes d'emploi de Voltaire à BleuOrange revue hypermédiatique, Morlanwelz (Belgique), Musée royal de Mariemont, 2012.
- Jean-François LOUETTE et Roger-Yves ROCHE, Portraits de l'écrivain contemporain, Seyssel, Champ Vallon, 2003.
- Jean-Yves MOLLIER, L'Argent et les lettres. Histoire du capitalisme d'édition, Fayard, 1988.
- Collection « Entretiens » (un écrivain et son éditeur), dir. Marie-Odile ANDRE et Isabelle AUTRAN, Presses de Paris Nanterre

## Ressources pédagogiques

---

Site: <http://littepub.net/>

## Contact(s)

### > Myriam Boucharenc

Responsable pédagogique

[mboucharenc@parisnanterre.fr](mailto:mboucharenc@parisnanterre.fr)