LITTÉRATURE ET PUBLICITÉ

De Balzac à Beigbeder
Laurence Guellec et Françoise Hache-Bissette (dir.)
Editions Gaussen
ISBN : 978-2-35698-054-0
28
448 pages

"La publicité est l'une des plus grandes catastrophes des deux mille dernières années pour ceux qui aiment la littérature", d'après Frédéric Beigbeder. Son roman, 99 francs, ou l'essai de Naomi Klein, No logo, contre la tyrannie des marques, ont redéfini dans les années 2000 les termes d'un conflit qui oppose, depuis le XIX^{e} siècle, les défenseurs de la culture lettrée, classique, humaniste, aux puissantes industries culturelles et à leur "propagande".

Mais la publicité hante la littérature autrement que sur un mode polémique. Des "cris" des vendeurs ambulants, dont les échos résonnent encore dans le roman proustien, aux personnages publicitaires (Bébé Cadum, bonhomme Bibendum), la réclame a longtemps fasciné les écrivains. Balzac, Zola, Mallarmé, Desnos ont écrit sur les stratagèmes rhétoriques du slogan, les beautés de l'affiche, le grand barnum commercial. "Pilules PINK pour personnes pâles", ces allitérations d'un rédacteur anonyme ont enchanté Dada et les surréalistes. Cendrars, en quête du lyrisme moderne, a osé dire:" Publicité = Poésie ».

Dans une double perspective historique et critique, les contributeurs de ce volume s' interrogent sur la dimension communicationnelle de la littérature, les cultures médiatiques, l'activité publicitaire des grands écrivains, la publicité comme" art » et comme sujet de fiction, les récupérations publicitaires de la littérature et les formes de la promotion marchande du livre.

Préface de **Marc Martin** • Entretien inédit avec **Frédéric Beigbeder**

> Voir la table des matières [PDF - 271 Ko]

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Laurence Guellec, membre de l'Institut Universitaire de France, est maître de conférences en littérature française à l'Université Paris Descartes et chercheur dans l' équipe "Écritures de la modernité" de la Sorbonne Nouvelle (Sorbonne Paris Cité).
Françoise Hache-Bissette est professeur en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines et chercheur au Centre d'histoire culturelle des sociétés contemporaines (CHCSC).

Contact éditeur :
contact@editionsgaussen.fr