

# Esthétique, connaissance, invention A. : Myriam Boucharenc, Mythologies littéraires de la publicité au XXe siècle

L'entrée tardive de la France dans « l'âge publicitaire » au début des Trente Glorieuses (1945-1973) résulte pour une large part de la longue tradition de dénigrement et de contestation à l'encontre de la publicité qui, depuis le siècle de la réclame, caractérise la société française et tout particulièrement les intellectuels et les hommes de lettres. Touchés de plein fouet par l'irrésistible ascension de cette « ennemie héréditaire », ils n'ont cessé de réagir par la parodie rieuse ou l'imprécation indignée à ses crimes de lèse-culture : dégradation de la langue, abêtissement des esprits et manipulation des désirs. Les avant-gardes du premier XXe siècle n'ont pourtant pas hésité à la proclamer « septième merveille du monde moderne », et à vanter le lyrisme de la « réclame pour la réclame », en lieu et place de « l'art pour l'art ». Quelle part la littérature a-t-elle prise à l'histoire de la publicité ? Comment a-t-elle réagi aux inventions de la « Fée Publicité » puis à l'essor de la « culture pub » et aujourd'hui à celui de la « communication de marques ».

Ce séminaire mettra en perspective, à travers l'étude de textes de genres divers (théâtre, roman, essais théoriques), diverses manières dont la littérature s'est confrontée à la publicité, qu'elle a tour à tour fustigée ou louangée, dont elle a tantôt disséqué, tantôt recyclé les mécanismes.

## Textes étudiés :

- Georges Duhamel, « Feux d'artifice ou Les extravagances de la publicité », *Scènes de la vie future*, 1930 (rééd. Mille et une Nuits, « La petite collection »).
- Blaise Cendrars, « Publicité = Poésie » (1927), *Aujourd'hui* (1931), Œuvres complètes, Paris, Denoël, t. 11, Claude Leroy (éd.), Paris, Denoël, 2005.
- Armand Salacrou, *Poof* (1933), Paris, Gallimard, 1950.
- Roland Barthes, *Mythologies*, Le Seuil, 1957.
- Georges Perec, *Les Choses*, 1965 (rééd. Julliard, « Pocket »).
- Simone de Beauvoir, *Les Belles Images*, 1966 (rééd. Gallimard, « Folio »).
- Frédéric Beigbeder, *99 francs*, 2000 (rééd. Gallimard, « Folio »).

## Lectures complémentaires :

- Honoré de Balzac, *César Birotteau*, 1837.
- Villiers de L'Isle-Adam, *L'Affichage céleste* (1875).
- Jean-Marie Gustave Le Clézio, *Les Géants*, 1973 (rééd. Gallimard, « L'imaginaire »).
- Bret Easton Ellis, *American Psycho* [tr. de l'américain par A. Defossé], Paris, Seuil, 1993.
- Naomi Klein, *No logo. La tyrannie des marques*, Actes Sud, 2001 (réédité en Poche).

## Bibliographie critique :

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

- *Histoire de la publicité en France*, Presses de Université Paris Nanterre, 2012.
- Guy Debord, *La Société du spectacle*, Paris, Buchet/Chastel, 1967.
- Jean Baudrillard, *Le Système des objets*, Gallimard, 1968.
- Gilles Lipovetsky, *L'Ère du vide*, Gallimard, 1983.
- Philippe Roger, *L'Ennemi américain. Généalogie de l'antiaméricanisme français*, Paris, Éditions du Seuil, 2002.
- Laurence Guellec et Françoise Hache-Bissette (dir), *Littérature & Publicité de Balzac à Beigbeder*, Marseille, Éditions Gaussien, 2012.

Mis à jour le 29 mai 2014

### Infos pratiques

jeudi 15h-17h, autre salle

[Retour](#)

<https://dep-lettresmodernes.parisnanterre.fr/formations-et-inscriptions/master/esthetique-connaissance-invention-a->