

Ce colloque se propose de recenser et d'analyser les multiples modifications que la transformation de la scène littéraire et artistique en scène marchande ainsi que la naissance de ce que Sainte-Beuve a appelé la « littérature industrielle » ont entraînées chez les écrivains du XIX^e siècle. Si la publicité éditoriale se généralise alors dans ses pratiques les plus concrètes (annonces, réclames, affiches), elle enjoint également aux auteurs d'observer, sinon de servir, des stratégies médiatiques qui modifient sensiblement leurs pratiques. Comment ont-ils répondu à cette injonction ? C'est la question que les participants de ce colloque se proposent d'examiner.

L'AUTEUR ET SES STRATÉGIES PUBLICITAIRES AU XIX^e SIÈCLE



Université de Caen/LASLAR - MRSN Salle des Actes
ANR LITTÉPUB - « LITTÉRATURE PUBLICITAIRE ET PUBLICITÉ
LITTÉRAIRE DE 1830 À NOS JOURS »

JEUDI 4 FÉVRIER

- 9h30 Accueil des participants
- 10h00 Ouverture du Colloque
MYRIAM BOUCHARENC (UNIVERSITÉ PARIS OUEST-NANTERRE)
Présentation de l'ANR LITTÉPUB
BRIGITTE DIAZ (UNIVERSITÉ DE CAEN NORMANDIE)
Introduction du colloque
- 10h30 – 12h30 **RÉSISTANCES ET STRATÉGIES PUBLICITAIRES**
Présidence : MYRIAM BOUCHARENC
- 10h30 LAURENCE GUELLEC (UNIVERSITÉ PARIS DESCARTES)
« De la récalcitrance littéraire »
- 10h45 JOSÉ-LUIS DIAZ (UNIVERSITÉ PARIS DIDEROT-PARIS 7)
« Les écrivains en vitrine »
- 11h15 JEAN-YVES MOLLIER (UNIVERSITÉ DE VERSAILLES-SAINT-QUENTIN-EN-YVELINES)
« L'écurie Michel Lévy : genèse et développement d'une grande écurie éditoriale au XIX^e siècle »
- 11h45-12H00 Discussion
- 14h30-17h45 **PARADOXES ET ÉQUIVOQUES DE L'AUTO-PROMOTION**
Présidence : LAURENCE GUELLEC
- 14h30 CATHERINE MARIETTE-CLOT (UNIVERSITÉ STENDHAL GRENOBLE 3)
« Stendhal fait sa réclame : pratiques et usages du puff »
- 15H00 ANNE GEISLER-SZMULEWICZ (UNIVERSITÉ D'EVRY-VAL D'ESSONNE)
« Gautier et la ronde des œuvres : l'autopromotion de l'écrivain critique »
- 15h30 SYLVIE DUCAS (UNIVERSITÉ PARIS OUEST-NANTERRE)
« Du Grenier d'Auteuil au prix Goncourt : conquête paradoxale d'une publicité auctoriale »
- 16h00-16h30 Discussion
- 16h15-16h30 Pause café
Présidence : ALAIN PAGÈS
- 16h30 MARIANE BURY (UNIVERSITÉ PARIS-SORBONNE)
« Le bon usage de la réclame selon Maupassant »
- 17h00 JEAN-PIERRE BERTRAND (UNIVERSITÉ DE LIÈGE)
« "Génie de fabrique" : Laforque anti-publicitaire »
- 17h30 Discussion

VENDREDI 5 FÉVRIER

- 9 h30- 12h30 **L'AUTEUR EN CAMPAGNE : STRATÉGIES DE GROUPE ET IMAGES DE MARQUE**
Présidence : MARTA CARAÏON
- 9h30 VALÉRIE STIENON (UNIVERSITÉ PARIS 13 NORD)
« Qui sont les auteurs " Aubert " ? La figure auctoriale en régime promotionnel »
- 10h00 ALAIN PAGÈS (UNIVERSITÉ SORBONNE NOUVELLE-PARIS 3)
« Stratégies publicitaires : le chabut naturaliste »
- 10h30 Discussion
- 10h45 Pause café
Présidence : JOSÉ-LUIS DIAZ
- 11h00 VINCENT LAISNEY (UNIVERSITÉ PARIS-OUEST-NANTERRE)
« Une " franc-maçonnerie de la réclame " : le cénacle à l'âge de la littérature industrielle »
- 11h30 JEAN-DIDIER WAGNEUR (BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DE FRANCE)
« Hydropathes et Hirsutes, stratégies littéraires et médiatiques »
- 12h00-12h30 Discussion
- 14h30-17h30 **L'AUTEUR À L'AFFICHE**
Présidence : BRIGITTE DIAZ
- 14h30 JULIE ANSELMINI (UNIVERSITÉ DE CAEN NORMANDIE)
« La critique dramatique d'un dramaturge en campagne : Dumas feuilletoniste dans L'Impartial et La Presse (1836-1838) »
- 15H00 MARTA CARAÏON (UNIVERSITÉ DE LAUSANNE)
« L'éclectisme promotionnel : le cas Du Camp »
- 15h30 MARTINE LAVAUD (UNIVERSITÉ PARIS-SORBONNE)
« L'écrivain photogénial : portrait photographique et stratégies publicitaires »
- 16h00-16h-30 Discussion et clôture du colloque.