

Qu'il les déplore ou qu'il s'en félicite, l'écrivain du XIX<sup>e</sup> siècle ne peut ignorer les nouveaux pouvoirs de la publicité appliquée à la littérature. Si de nombreux auteurs ont affiché une résistance farouche contre cette nouvelle donne commerciale qui fait de la littérature une marchandise, d'autres se sont montrés bien plus coopérants. En se généralisant au cours du siècle, la publicité éditoriale a poussé les auteurs à prendre une part de plus en plus active à la promotion commerciale de leurs œuvres et de leur personnage médiatique. Comment ont-ils répondu à cette double injonction ? C'est la question à laquelle les contributeurs de ce volume se proposent de répondre.

### L'auteur et ses stratégies publicitaires au XIX<sup>e</sup> siècle

Nom, Prénom : .....

Adresse : .....

.....

.....

Nombre d'exemplaire(s) : ..... x 20 € = .....

Frais de port : France + Dom-Tom : 5 € pour 1 ex.

+1,50 € par ex. supplémentaire.

Frais de port étranger : nous consulter, + .....

un devis vous sera adressé. \_\_\_\_\_

= .....

Bon de commande à retourner aux Presses universitaires de Caen dûment rempli, accompagné de votre règlement par chèque libellé à l'ordre de : *Agent comptable de l'université de Caen*

Cet ouvrage est également disponible :

- chez votre libraire  
(diffusion / distribution : FMSH-CID)
- sur le site de vente en ligne aux particuliers  
du Comptoir des presses d'universités : [www.lcdpu.fr](http://www.lcdpu.fr)

#### Presses universitaires de Caen

Université de Caen, Presses universitaires de Caen, Bâtiment MRSH,

Esplanade de la Paix, CS 14032, 14032 Caen Cedex 5, France

Téléphone : +33 (0) 2 31 56 62 20 · Télécopie : +33 (0) 2 31 56 62 25

Internet : [www.unicaen.fr/puc](http://www.unicaen.fr/puc) · Courriel : [puc@unicaen.fr](mailto:puc@unicaen.fr)



## L'auteur et ses stratégies publicitaires au XIX<sup>e</sup> siècle

Dirigé par Brigitte DIAZ



Collection Symposia



2019  
16 x 24, br., ill. coul. et N. & B.  
234 pages  
ISBN : 978-2-84133-909-9  
20 €

### AVANT-PROPOS

Brigitte DIAZ : *Du puff au buzz : naissance de la publicité littéraire*

### RÉSISTANCES ET STRATÉGIES PUBLICITAIRES

Laurence GUELLEC : *De la récalcitrance littéraire. La position des écrivains face à la publicité*

José-Luis DIAZ : *Les écrivains en vitrine ou la « réclame personnelle » à l'œuvre (1830-1865)*

Jean-Yves MOLLIER : *L'écurie Michel Lévy frères au prisme des stratégies publicitaires de son temps*

### PARADOXES ET ÉQUIVOQUES DE L'AUTOPROMOTION

Catherine MARIETTE : *Stendhal fait sa réclame : pratiques et usages du puff*

Anne GEISLER-SZMULEWICZ : *Gautier et la ronde des œuvres : l'autopromotion de l'écrivain critique*

Sylvie DUCAS : *Du Grenier d'Auteuil au prix Goncourt : conquête paradoxale d'une publicité auctoriale*

Mariane BURY : *Le « bon usage » de la réclame selon Maupassant*

### L'AUTEUR EN CAMPAGNE : STRATÉGIES DE GROUPE ET IMAGES DE MARQUE

Valérie STIÉNON : *Qui sont les auteurs Aubert ? La figure auctoriale en régime promotionnel*

Alain PAGÈS : *Une scène naturaliste : le bal de l'Élysée-Montmartre*

Vincent LAISNEY : *Une « franc-maçonnerie de la réclame » : le cénacle à l'âge de la littérature industrielle*

Jean-Didier WAGNEUR : *Les Hydropathes épatent. Communication littéraire et autogestion*

### L'AUTEUR À L'AFFICHE

Julie ANSEMINI : *Critique dramatique et autopromotion du dramaturge : Dumas feuilletoniste dans L'Impartial et La Presse (1836-1838)*

Marta CARAION : *L'éclectisme promotionnel et l'histoire littéraire : le cas Du Camp*

Martine LAVAUD : *L'écrivain photogénial : portrait photographique et stratégies publicitaires*

Résumés

Notes sur les auteurs