

1. Record Nr.	UNINA9910332650203321
Autore	König Mareike
Titolo	Antisemitismus im 19. Jahrhundert aus internationaler Perspektive : : Nineteenth Century Anti-Semitism in International Perspective // Mareike König, Oliver Schulz
Pubbl/distr/stampa	Göttingen, : V&R unipress, 2019 Göttingen : , : Vandenhoeck & Ruprecht, , 2019
ISBN	9783737009775 3737009775
Descrizione fisica	1 online resource (1 p.)
Disciplina	305.892/4009034
Soggetti	Modern period, c 1500 onwards
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	Der Blick zurück auf den Antisemitismus im 19. Jahrhundert zeigt seine internationale Verflechtung und erleichtert zugleich das Verständnis des Antisemitismus im 20. Jahrhundert und in der Gegenwart. Denn das 19. Jahrhundert war konstitutiv für die Entstehung einer neuartigen Judenfeindschaft und wurde zu einem Experimentierfeld von Antisemiten in verschiedenen Ländern. Diese standen untereinander in Verbindung und strebten zeitweise sogar die Errichtung einer » antisemitischen Internationale« an. Die Beiträgerinnen und Beiträger befassen sich mit dieser lange vernachlässigten internationalen Dimension und nehmen die politischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen sowie kulturellen Aspekte des Antisemitismus im » langen« 19. Jahrhundert in den Blick.

2. Record Nr.	UNINA9910634095103321
Autore	Becker Colette
Titolo	Portraits de l'écrivain en publicitaire // Myriam Bouchareng, Laurence Guellec
Pubbl/distr/stampa	Rennes, : Presses universitaires de Rennes, 2018 Rennes : , : Presses universitaires de Rennes, , 2022
ISBN	9782753591455 2753591458
Descrizione fisica	1 online resource (270 pages)
Collana	La Licorne
Altri autori (Persone)	BonordAude BoucharencMyriam CollombMichel DiazBrigitte DiazJose-Luis FarasseGerard FoenkinosDavid GuellecLaurence HeronPierre-Marie LavaudMartine LoubierPierre (College teacher) MombertSarah PidouxSylvestre SignolesZacharie BoucharengMyriam
Soggetti	Literature (General) littérature écrivain publicité
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia

En mariant le nom de Mucha au papier à cigarette Job, celui de Cassandre au « Dubo/Dubon/Dubonnet » ou de Savignac à la vache Monsavon, l'affiche a imprimé dans l'imaginaire collectif la mémoire de la publicité artistique. Mais qui se souvient que Victor Hugo associa sa signature à l'Encre Triple noire (pourtant réputée indélébile), que Raoul Ponchon, dans Le Courrier français, abonna sa plume aux Pastilles Géraudel, que Cocteau posa dans Paris-Match pour les téléviseurs Ribet-Desjardins ? De grands noms des belles-lettres comme Valéry, Cendrars, Giono ou Queneau, ont signé des textes publicitaires – de très beaux textes. Un tenace destin d'oubli, symptomatique du scandale que constitue le mélange de la littérature pure, gratuite, avec la « littérature » intéressée et appliquée, pèse sur les innombrables contributions des écrivains à la publicité depuis le xixe siècle. Ce volume s'emploie à redessiner l'un des visages les plus méconnus de l'écrivain et à éclairer une zone d'ombre de la « condition littéraire ». On y découvrira une galerie de portraits insolites, un album de famille inédit, où se trouvent réunis des auteurs apparemment aussi peu apparentés que Zola et les Gautier, Sacha Guitry et Léon-Paul Fargue, Paul Reboux et Robert Desnos. On y trouvera des informations sur les motivations diverses qui ont suscité et suscitent encore aujourd'hui de telles collaborations avec les marques, la manière dont a été vécu et « géré » le grand écart entre les exigences de l'œuvre et celles de la promotion marchande, le rôle joué par la publicité dans l'économie de la carrière littéraire.
