

Sommaire

Partie 1

Histoire de la communication et de l'écriture : une ambiance	7
Chapitre 1 Clichés, les années 1960-1970	9
Chapitre 2 Polaroid, des années 1980 aux années 2000	23
Chapitre 3 Nouveaux instantanés, de 2000 à...	47

Partie 2

L'écriture numérique : un premier regard	65
Chapitre 1 Les fondements du langage	67
Chapitre 2 Les conseils, le marché	77
Chapitre 3 Un regard sémantique et linguistique sur cinq entreprises	85

Partie 3

Un supplément d'âme : la mise en récit, le <i>storytelling</i>	103
Chapitre 1 À l'heure de la société marchande, qu'est devenu le récit ?	105
Chapitre 2 Le récit à toutes les époques, toutes les civilisations	117
Chapitre 3 Que pourrait être la mise en récit si les entreprises avaient une âme ?	131

Partie 4

Le <i>storytelling</i> se raconte : cas de <i>storytelling</i>	137
Chapitre 1 <i>Storytelling</i> de SNCF	139
Chapitre 2 <i>Storytelling</i> sur les mots du cancer	151

Partie 5	
Le contenu de marque et ses modes d'expression	161
Partie 6	
Points de vue croisés : où s'arrête le <i>storytelling</i> ? où débute le contenu de marque ?	191
Partie 7	
Les champs du possible : le champ sémantique	221
Bibliographie	235
Index des marques et entreprises citées	241