

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 *storytelling* 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 *storytelling* se raconte : cas de *storytelling* 137

Chapitre 1 *Storytelling* de SNCF 139

Chapitre 2 *Storytelling* 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