

Le **vendredi 25 octobre**, dès 13h30 nous vous invitons à débattre de questions théoriques lors de la première séance 2013-2014 du **Séminaire informel « Presse et ville »**. Le thème choisi est « **Presse, publicité et ville** » et nous aurons droit à deux interventions.

**Première présentation :**  
**« Middlebrow media in Montréal » par Lisa Sumner (Carleton University)**

**Résumé :**

My research looks at the role of print media in the national and civic presence of the Seagram Company in the WWII period to the mid-twentieth century. I'm also interested in how magazine, advertisements and market research functioned as sites of non-traditional guidance and as a modernizing force.

**Lectures préparatoires :**

- Lears, Jackson (2000). « From Salvation To Self-Realization : Advertising and the Therapeutic Roots of the Consumer Culture, 1880-1930 ». *Advertising & Society Review* 1, no 1, p. 1-38. <https://muse.jhu.edu/login?auth=0&type=summary&url=/journals/asr/v001/1.1lears.html>
- Sutherland, Fraser (1989). « Portable Receptacles » in *The Montly Epic : A History of Canadian Magazines : 1789-1989*. Fitzhenry & Whiteside. Markham, On., p. 1-14. (PDF déposé sur le site [www.phvc.ca](http://www.phvc.ca))

**Deuxième présentation : « La classe moyenne comme phénomène urbain »  
par Sébastien Couvrette (Université Laval)**

**Résumé :**

La classe moyenne est par définition une classe intermédiaire aux effectifs hétérogènes et aux contours incertains et changeants selon le contexte social, économique et culturel dans lequel elle s'inscrit. Malgré les nombreuses disparités, une constante demeure. Née des villes industrielles du XIXe siècle et transformée par l'essor des banlieues d'après-guerre, la classe moyenne constitue une réalité fondamentalement urbaine. Afin de mieux cerner les fondements constitutifs de cette classe sociale, il importe dès lors de poser un regard critique sur la presse et la publicité, autres phénomènes urbains, comme lieux d'expression de sa culture identitaire.



**Lectures préparatoires :**

- Archer, Melanie et Judith R. Blau (1993). « Class formation in Nineteenth-Century America : the Case of the Middle Class », *Annual Review of Sociology*, 19, p. 17-41. <http://www.jstor.org/stable/2083379>
- Couvrette, Sébastien (2012). « La classe moyenne se met en scène : la publicité des quotidiens montréalais comme discours de classe, 1920-1970 », *Recherches sociographiques*, 53, 3, p. 585-619. <http://id.erudit.org/iderudit/1013411ar>

**Mode de fonctionnement :**

Pour la saison 2013-2014, le comité responsable du séminaire, formé de Sandria P.Bouliane, Will Straw et Micheline Cambron, vous propose quatre thèmes généraux :

- Presse, publicité et ville (25 oct. 2013)
- La presse, la femme et la ville (6 déc. 2013)
- Presse et cartographies de la ville (14 fév. 2014)
- La presse et le temps (25 avril 2014)

Ce séminaire vise à permettre à ceux qui le souhaitent de débattre de questions théoriques liées aux travaux du projet « La presse montréalaise de l'entre-deux-guerres, lieu de transformation de la vie culturelle et de l'espace public (1919-1939) » (CRSH 2012-2018). Chaque présentation est suivie d'une période d'échange autour du thème de la rencontre et des lectures préparatoires.

Chaque séance peut recevoir d'une à trois propositions d'intervention sur le thème annoncé. Ceux que les thèmes intéressent devront suggérer la lecture de textes théoriques pertinents. Deux semaines avant la tenue de chacun des séminaires, ces textes seront accessibles sur le site <http://phvc.ca> afin que tous les chercheurs et étudiants présents puissent contribuer aux échanges et discussions.

Lieu :  
Institut d'études canadiennes de McGill  
Salle 201, 3463 rue Peel, Montréal  
Dès 13h30

Pour plus d'information ou pour présenter un sujet lors d'une des prochaines séances, écrivez à [sandria.pbouliane@mail.mcgill.ca](mailto:sandria.pbouliane@mail.mcgill.ca)