

Karine BERTHELOT-GUIET

Professeur des universités

CELSA-Université Paris IV-Sorbonne

Née le 26 mars 1969

Section CNU 71

karine.berthelot-guiet@celsa.paris-sorbonne.fr

01 46 43 76 42 / 06 27 36 41 89

FORMATION UNIVERSITAIRE

- 2004 Habilitation à diriger des recherches
Sciences de l'information et de la communication
Publicité, langue et circulation des formes
Sous la direction de C.Hagège et Y.Jeanneret
Université Paris IV-Sorbonne
- 1997 Doctorat de Linguistique
Apport de la publicité à la langue quotidienne des locuteurs de Paris et la région parisienne
Mention Très Honorable avec les félicitations du jury à l'unanimité
sous la direction de Monsieur le Professeur C. Hagège
Ecole Pratique des Hautes Etudes
- 1993 D.E.A en Sciences de l'Information et de la Communication, option Marketing-Publicité
Les mots pour le dire et le vendre - Le langage publicitaire comme facteur et vecteur de néologie
Mention Très Bien
sous la direction de C.-P. Guillebeau
Université Paris IV-Sorbonne - Celsa

CARRIERE

- Depuis sept. 2005 **Professeur des universités au CELSA-Université Paris IV - Sorbonne**
- 1998-2005 **Maître de conférences au CELSA-Université Paris IV – Sorbonne**

ACTIVITES ADMINISTRATIVES ET PEDAGOGIQUES

Professeur délégué à l'image du Celsa

- Membre élu du **Conseil d'Administration** du Celsa
Membre du **Conseil Scientifique** du Celsa
Membre de Comités de sélection Celsa, Paris 12, Cergy-Pontoise
- 2010 **Expert AERES**
- 2008-2009 **Expert PES** Jury national 71eme section
- 2006-2007 **Expert MSTP** (Mission Scientifique et pédagogique)
- 2007-2008 **Expert DGRI** (Direction Générale de la Recherche et de l'Innovation)
- 2007-2008 Membre du comité de pilotage de l'organisation des 50 ans du Celsa
- depuis 1998 **Responsable du département Marketing, Publicité, Communication :**
CELSA-Paris-Sorbonne
- A ce jour **7 formations**
5 enseignants-chercheurs, 3 personnels IATOS
Formation initiale :
- **Licence** Marketing, Publicité, Communication
- **Master 1** Marketing, Publicité, Communication

- **Master Professionnel** Marketing Publicité, Communication, option "Stratégies de marque et branding", formule "classique",
- **Master Professionnel** Marketing Publicité, Communication, option "Communication stratégique et marketing"
- **Master Professionnel** Marketing Publicité, Communication, option "Stratégies de marque et branding", formule "**apprentissage**"

Formation continue :

- **Master Professionnel** Stratégies de Marque et Communication
 - **Master Professionnel** Marketing, Management, Communication
- Paris Sorbonne Université Abu Dhabi – cursus en anglais**

Direction de Master professionnels :

- **Master Professionnel** Marketing Publicité, Communication, option ""Stratégies de marque et branding"", formule "classique",
 - **Master Professionnel** Marketing Publicité, Communication, option "Communication stratégique et communication"
 - **Master Professionnel** Marketing, Management, Communication
- Paris Sorbonne Université Abu Dhabi**

Enseignements :

Normes, Discours, Circulations (séminaire de Master Recherche), Analyse de contenu (séminaire de Master Recherche), Sciences de l'information et de la communication, Marketing et Communication Marchande (Master professionnel), Approches théoriques du nom de marque (Master Professionnel), Sociosemiotics (Master Professionnel), Sémiologie appliquée au marketing et à la communication commerciale (Master 1), Introduction aux sciences du langage et aux sciences du signe (Licence), Histoire de la publicité (Licence), pilotage de cas pratiques dans les 3 années.

ACTIVITES DE RECHERCHE

Animation scientifique :

Membre du GRIPIC, EA 1498, centre de recherche du CELSA-Université Paris IV-Sorbonne,
Co-responsable de l'axe Epistémologie et Sciences de l'information et de la communication
Co-responsable de l'axe Médias, politique et médiations marchandes

Animation du groupe de recherche *Circulations sémiotiques*

Reuves

Membre du comité scientifique de la revue *Pensar la publicidad* : revista internacional de investigaciones publicitarias

Facultad de Ciencias de la Información - Universidad Complutense de Madrid

Membre du comité scientifique de la revue *Communication et Langages*

Membre du comité scientifique de la revue *RHIM*

Membre du comité de lecture de la revue *Communication-Université de Laval*

Membre du comité de lecture de la revue *Etudes de communication*

Organisations de colloques :

2007-08 : membre du comité de pilotage de la **journée d'études "50 ans de communication et maintenant"**, Celsa, 17 septembre 2008

2006-07 : **membre du CERFIC** – Comité Enseignement Recherche Francilien en Information Communication – pour l'organisation du 50ème anniversaire de l'**AIERI**. "Médias, Communication, Information : Célébrer 50 ans de théories et de pratiques". UNESCO à Paris, France, du 23 au 25 juillet 2007.

2006-07 : co-organisation du **colloque "Les Pouvoirs du Papier à l'ère du numérique"**, 29 Mars 2007, "Mission de Recherche de La Poste" en collaboration avec l'IREPP (Institut de Recherche et de Prospective Postale).

Encadrement de recherches :

Thèses

Master Recherche

Masters Professionnels et Master 1

Contrats de recherche :

2009 Responsable scientifique et chercheur Contrat de recherche "Cool"
Enjoy groupe / Nike

2008 Responsable scientifique Contrat de recherche "Postmoderne trendsetter et excitement"
Enjoy groupe / Mini BMW

2006 Responsable scientifique et coordinatrice
Contrat "Le papier au cœur de la transformation des processus de communication. Matériaux, langages, médias, usages"
Contrat de recherche financé par La Poste

2005 Contrat CNRS "Métamorphoses médiatiques"

PUBLICATIONS

- Thèmes de recherche :

- Analyse des circulations publicitaires dans le discours courant
- Représentations et imaginaire linguistiques liés à la langue de la publicité
- Statut théorique du nom de marque
- Approche sémio-communicationnelle du discours publicitaire et des discours médiatiques
- Analyse des transformations médiatiques
- Intégration lexicale : modèle dynamique de description et d'analyse
- Activité définitoire naturelle et influences de la médiatisation

Publications

- Ouvrages :

- 2011 *A paraître*
La marque du nom
Hermès Editions
collection
A paraître
Avec C. de Montety, V. Patrin-Leclère
chapitre « Sémiotique des métamorphoses marques-médias »
J.J. Boutaud dir. *Sémiotique pratique, pratique sémiotique* Paris, Armand Colin.
- 2005 *L'écriture des médias informatisés, espaces de pratiques*
Cécile Tardy, Yves Jeanneret, dir.

- chapitre "La radio, un univers d'écriture"
avec V.Patrin-Leclère, V.Jeanne-Perrier, Y.Jeanerret, J.-L.Minel
Paris, Hermès sciences publications, 2007,
- 2004 *Paroles du pub. Circulations publicitaires et fictions linguistiques*
Tiré de "J'en ai rêvé, la publicité l'a fait", fictions linguistiques et publicité
Ouvrage original présenté dans le cadre de l'Habilitation à diriger des recherches
A paraître
- 2004 *Publicité, langue et circulations des formes. De la publicité aux médias, fragments textuels en circulation*
Mémoire de synthèse dans le cadre de l'Habilitation à diriger des recherches, exemplaire dactylographié.
- 1998 *Apport de la publicité à la langue quotidienne des locuteurs de Paris et de la région parisienne*
Thèse pour l'obtention du Doctorat, exemplaire dactylographié.

- Publications (Revue avec comité de lecture) :

- 2011 *A paraître*
Extension du domaine de la conversation : *publicitarité* et prises de paroles contemporaines des marques."
Dossier *Conversation*, Valérie Patrin-Leclère dir.
Communication et langages
- 2010a *A paraître*
"Extension du domaine de la conversation : circulations des modèles communicationnels"
Dossier *Conversation*, Valérie Patrin-Leclère dir.
Communication et langages
- 2010b *A paraître*
"Publicité et monstres néologiques "
Neologica
- 2008 Avec Caroline de Montety
"Hyperpublicitarisation et dépublicitarisation : métamorphoses du discours des marques et gestion sémiotique"
Y. Lebtahi et F.Minot coord., *La publicité d'aujourd'hui. Discours, formes et pratique* , *Revue du CIRCAV*, Paris, L'harmattan, pp.63-78
- 2007 Dossier « Le papier ou le pouvoir de suggestion des objets »
Direction du dossier
Communication et langages, n°153, septembre 2007
- 2004 "Instrumentalisations de la sémiotique"
Etudes de communication, n°27,p.121-132.
- 2003a " Ceci est une marque"
Communication et Langages, n°136, Paris, Armand Colin, p.58-105.2003b "Nom de marque et perception "fautive" du discours publicitaire"
Bulletin de la Société Linguistique de Paris, t.98, fasc.1., p.229-245
- 2002 "Imaginaire linguistique et publicité : quand le message publicitaire participe à la stigmatisation d'une langue fautive"
In Houdebine Anne-Marie dir., *Imaginaire linguistique*, Paris, L'Harmattan, p.83-88.
- 2001 Avec Caroline Ollivier-Yaniv
"Tu t'es vu quand t'écoutes l'Etat" ou la réception des campagnes de communication gouvernementale : appropriation et détournement linguistique des messages"
Réseaux, volume 19-n°108, p.154-178
- 2000 a "Paramètres descriptifs d'un modèle d'intégration lexicale synchronique dynamique"

- in Akin Salih dir. *Noms et re-noms*, Publications de l'Université de Rouen-CNRS, collection Dyalang, p.271-287.
- 2000 b "L'an 2000 dans le discours publicitaire français : un passage sous silence"
Quaderni, n°42.
- 1999 a "Publicité et langue quotidienne : apports"
Communication et langages, n°116, Paris, Retz; p.12-27
- 1999 b "Imaginaire linguistique et publicité : premiers indices"
Lengas, n°45, CNRS, Université Paul Valéry - Montpellier III, p.65-78.
- 1999 c "Quelle définition pour *bébé Cadum* ? Définitions d'éléments lexicaux issus de la publicité",
Bulletin de la Société Linguistique de Paris, t.94, fasc.1, 261-284.

Communications :
Colloques internationaux avec actes

- 2010a A paraître
"Rhétorique de l'image, une aventure publicitaire"
Colloque Rhétorique du visible ; Stratégies de l'image entre signification et communication
Congrès de l'IASV-IASV
Venise 13-16 avril 2010
- 2010b A paraître
Avec Caroline de Montety
"Circulations d'un carré...",
Colloque SFSIC, Dijon, 23-26 juin 2010
- 2010c A paraître
"La marque du nom. Le nom de marque comme ouvroir de communication potentielle"
Colloque « Brand Design : enjeux et perspectives. Premières journées de recherches sur le design de la marque »
Université de Limoges 29 septembre et 1^{er} octobre 2010
- 2008a Avec Caroline de Montety et Valérie Patrin-Leclère
"Les Métamorphoses médiatiques. Marques médias et médias marques"
Colloque international EUTIC 2008, Lisboa, CITI, pp. 398-408
Université de Lisbonne, 22-24 octobre 2008
- 2008b "Discours universitaires, discours professionnels : croisements et hybridations"
Colloque international "Les discours universitaires : formes, discours, mutations"
Universités de Bruxelles (ULB), Liège (ULG) et Louvain (UCL)
Bruxelles, 24 et 25 avril 2008
- 2007 " Quand la marque avance masquée : le projet éditorial délégué aux consommateurs. Marques et pseudo-délégation éditoriale"
Colloque international EUTIC 2007 – "Enjeux et usages des TIC"
Médias et diffusion de l'information: vers une société ouverte,
Université d'Athènes, 10 novembre 2007
- 2006a Avec Valérie Jeanne-Perrier et Valérie Patrin-Leclère
"Informatisation d'une rédaction radiophonique : incidences professionnelles et organisationnelles "
"Pratiques et usages organisationnels des sciences et technologies de l'Information et de la Communication"
Rennes les 7,8 et 9 septembre 2006
- 2006b "Représentations de la communication dans la pratique professionnelle du conseil en marketing et communication commerciale. Circulations des SIC au marketing via les SHS",
Colloque SFSIC, Bordeaux, les 10, 11 et 12 mai 2006

- Athènes, Gutengerg, tome 1, pp.328-336
- 2005 Avec Yves Jeanneret
 "L'interprétation en question : négations et scléroses sémiotiques"
 Colloque international Sémio 2005, Dynalang-SEM, Université Paris V-René Descartes, 1, 2 et 3 décembre.
- 2004a "Marques territoire et territoires de marques : des images des couleurs et des sons se répondent"
 Colloque "*La communication du tourisme : sens du voyage et voyage des sens*", Université de Bourgogne-LIMSIC, 27 et 28 mai.
- 2004b "Publicité, marques et dictionnaires"
 Journée des dictionnaires : "Néologie et terminologie dans la lexicographie francophone", Cergy-Pontoise, 17 mars.
- 2003a "Retour aux sources : de l'*italianité* à l'*étrangeté* dans le discours publicitaire français"
 Sémiologie 2003, Dynalang-SEM, Université Paris V-René Descartes, 27-29 novembre
- 2003b "Langue française et publicité : mouvements de lexique",
 VI Congrès International de l'Université de Grenade, Grenade, 4-6 novembre
- 2003c "Pour un modèle d'intégration lexicale dynamique",
 Colloque International des Linguistes-CIL17, Prague, 24-29 juillet.
- 2003d "Quand dire c'est faire...la différence. Pouvoirs de la langue dans l'hyperconcurrence internationale",
 Colloque "Supports, dispositifs et discours médiatiques à l'heure de l'internationalisation", Bucarest, 28 juin-2 juillet.
- 2001 "Imaginaire linguistique et publicité : quand le message participe à la stigmatisation d'une langue fautive",
 Colloque international "Imaginaire linguistique", Université Paris V-René Descartes.

Colloques et séminaires

- 2009a Avec Aude Seurrat
 Circulations sémiotiques
 Colloque « Epistémologie des sciences humaines », Ecole doctorale *Concepts et langages*, Université Paris-Sorbonne, 17-19 décembre 2009
- 2009b Avec Caroline de Montety, Valérie Patrin-Leclère
 Jean-Maxence Granier, Laura Pynson, Stéphane Dieutre, Cabinet Think-Out
 "Marques-médias et médias-marques. Quels nouveaux rapports entre marques et médias ?
 Quelles conséquences et quels enjeux ?"
 Séminaire IREP (Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires) 8-9 décembre 2009
- 2009c Avec Caroline de Montety
 « Le geste documentaire et éditorial », Rencontres Tramedweb - ANR
 Université d'Avignon, 14 au 16 septembre 2009
- 2009d « Publicité et imaginaire linguistique »,
 Journée d'études « Imaginaire culturel » GRIPIC-Dynalang-sem Paris 5
 Université Paris 5, 8 juillet 2009
- 2009e "Barthes : une auto vulgatisation ? »
 GRIPIC, centre de recherche du CELSA
 12 janvier 2009
- 2008 "Vulgates sémiotiques"
 GRIPIC, centre de recherche du CELSA
- 2007a "Le papier dans les processus de communication "
 colloque "*Les Pouvoirs du Papier à l'ère du numérique*", 29 Mars 2007, "Mission de Recherche de La Poste" en collaboration avec l'IREPP (Institut de Recherche et de Prospective Postale).
- 2007b "La sémiotique entre champ scientifique et professionnel"
 Journée de recherche GRIPIC-CEDITEC
 "La communication de l'outil professionnel à l'objet de recherches"

- 2006 Avec Valérie Jeanne-Perrier et Valérie Patrin-Leclère
"La radio, un monde d'écriture"
GRIPIC, centre de recherche du CELSA
- 2005 Avec Valérie Jeanne-Perrier
"La radio, un monde d'écriture"
Journée de recherche GRIPIC-CEDITEC
- 2005 Avec Yves Jeanneret
"Actualité de la sémiotique"
GRIPIC, centre de recherche du CELSA
- 2003 "Langue et publicité, fragments textuels en usage et en circulation",
Journée "*Texte, contexte, usage*", CNRS Université Paris-Sorbonne, LaliCC, UMR 8139
- 2001 "L'image construite par l'annonce de recrutement"
Contribution à la journée d'étude "*Flexibilité, attractivité, le recrutement à l'épreuve*", Cels
- 2000 "Position autonome du nom de marque dans le discours publicitaire"
Colloque Syled, Paris 3, "Le fait autonymique dans les langues et les discours ».
- 2000 " Le nom de marque au quotidien : quelle visibilité linguistique ?"
GRIPIC, centre de recherche du CELSA, Groupe *Visibilité*, juin.
- 1998a - "La publicité : une créativité optimale pour une compréhension optimale ? Le point de vue linguistique",
"*Los medios : Nuevos modos, nuevas modas*", Facultad de Publicidad y R.R.P.P., Colegio Universitario de Segovia, 5,6 et 7 mai 1998.
- 1998b - "Des mentalités aux comportements : appropriation paradoxale des campagnes de communication gouvernementales", en collaboration avec C.Olivier-Yanniv,
Contribution à la journée d'études "*La communication instituante*", Celsa

Articles et conférences dans des cadres professionnels

- 2010 "Travailler dans la communication et la publicité", Salon de l'Etudiant
- 2010 "Les études en communication", Salon de l'Etudiant
- 2008 "Les études en communication", Salon de l'Etudiant
- 2005 "Comment parler à une communauté", Marketing des tribus et des communautés, Stratégies, septembre.
- 2004 "Crypter pour attirer", in *Cahiers d'inspiration : Secrets*, n°4, Maison et objets Paris, p.8.
- 2004 "Les marques sont-elles immortelles ?"
Conférence-débat Forum des marques, Groupe High-Co/Radio France, 30 janvier.2000"De la stratégie des marques", in *Les écrits de l'image*, n°39, p105-111.
- 2003 "Travailler en agence de publicité", Semaine de la publicité
- 2002 "Les études en communication", Salon de l'Etudiant
- 2002 " Pourquoi et comment exploiter le verbatim client en marketing relationnel ?"
Semaine du marketing direct, 19 janvier
- 2001 "Les études en communication", Salon de l'Etudiant
- 2001 "Codes de langages : comment l'imaginaire tribal passe-t-il par la parole ?"
Marketing des tribus, Stratégies, 24-25 janvier
- 2000 "Publicité et paradoxes", avec Nicolas Bordas, Président de BDDP et fils
"Les paradoxes dans la communication publicitaire"