



Depuis son assassinat le jour des Ides de mars, en 44 av. J-C, Caius Iulius Caesar s'est reconverti dans le commerce et nous vend à présent des détergents, des forfaits et services téléphoniques, du rumsteck, des placements financiers, des magazines, du savon, des yaourts, des voitures, des émissions de divertissement ou encore du Rocquefort. Sans nul doute, il est l'un des Romains ayant le plus marqué notre imaginaire collectif. De personnage historique il est devenu mythe. Dès son vivant il travailla à le mettre en place et ses successeurs l'entretinrent habilement tant et si bien que sa notoriété jamais ne se perdit au fil des siècles. Le mythe « César » se compose d'une multitude de facettes dans lesquelles chaque époque a pu chercher à se mirer. Quel reflet offre-t-il aujourd'hui de nos sociétés ?

L'image que la publicité télévisuelle véhicule de César, depuis 1968 et la diffusion de la première annonce publicitaire sur les écrans français, servira de point de départ à notre réflexion sur la place du dirigeant romain dans l'imaginaire récent. Pour atteindre ses objectifs commerciaux, la publicité télévisuelle exploite les stéréotypes de l'imaginaire collectif, sa cible de communication étant le grand public au sens le plus large qu'il soit. Elle s'emploie à exploiter des images et un langage les plus accessibles possible. Afin de limiter au maximum les incompréhensions, les publicitaires utilisent souvent ce qu'ils considèrent être le plus petit dénominateur culturel commun, une stratégie d'autant plus importante lorsqu'elle recourt à l'Histoire pour étayer son argumentaire, le risque que le public ne saisisse pas une référence historique pointue étant grand. Claire Mercier proposera en introduction de voir comment ce processus s'est appliqué au mythe de Jules César, et à quoi cette essentialisation publicitaire a réduit le grand dirigeant romain, puis, avant d'aborder l'image de César dans la culture de masse récente et afin de mieux la comprendre, les premières communications du colloque retraceront l'évolution de la figure de Jules César au fil du temps, de l'Antiquité aux années 1960.

Judi 20 octobre après-midi  
Introduction : César au prisme de la publicité

Claire Mercier, doctorante, ISTA, Université de Franche-Comté Besançon

César, de l'Antiquité aux années 1960

La réception de César durant l'Antiquité

Thomas Guard, maître de conférences, ISTA, Université de Franche-Comté Besançon

La réception de César à l'époque médiévale

Bernard Ribémont, professeur des universités, CESFiMA, Université d'Orléans

La réception de César à l'époque moderne

Rudy Chaulet, maître de conférences émérite, ISTA, Université de Franche-Comté Besançon

La réception de César à l'époque contemporaine jusqu'aux années 1960

Fabien Bièvre-Perrin, maître de conférences, HisCant-MA, Université de Lorraine – Antiquipop

Vendredi 21 octobre matin

César aujourd'hui

César et les Gaulois : une vision croisée France / Belgique

François de Callataÿ, professeur à l'Université Libre de Bruxelles ; chef de département à la Bibliothèque royale de Belgique Bruxelles ; Muséoparc Alésia, Michel Rouger, directeur, et Mathilde Le Piolot-Ville, responsable de l'action culturelle

César séducteur, César viril

Julien Olivier, chargé de collection (monnaies grecques) à la Bibliothèque nationale de France

César chef de guerre

Gaëlle Perrot, doctorante, HiSoMA, Université Jean Moulin Lyon III ; ATER au Centre Camille Jullian, Université Aix-Marseille

César et l'humour

Eugène Warmenbol, professeur à l'Université Libre de Bruxelles

César et ses opposants

Thomas Guard, maître de conférences, ISTA, Université de Franche-Comté Besançon

Bilan et conclusions

Informations pratiques

Le colloque « Jules César et ses réceptions » est organisé par Claire Mercier (claire.mercier @ univ-fcomte.fr) et Fabien Bièvre-Perrin (fabien.bievre-perrin @ univ-lorraine.fr). Il se tiendra à l'Université de Besançon les 20 et 21 octobre 2022 et sera ouvert au public. Les horaires et les lieux précis seront diffusés en septembre.