



Périodiques et édition, une stratégie à double sens

Revue : [Revue d'Histoire littéraire de la France](#)

1 - 2020, 120e année, n° 1. « Petites revues », grande presse et édition à la fin du XIX^e siècle

Array

Array

Résumé : Cet article compare les stratégies des « petites revues » et des « grandes » maisons d'édition et en montrant leur convergence. Les « petites revues » créent des maisons d'édition dont le modèle éditorial évolue de la librairie spéciale à la librairie courante, tandis que les éditeurs investissent dans des revues qui leur servent de vitrine publicitaire ou de terrain d'expérimentation. Une stratégie « multimédia » se met en place, ouvrant la voie à des pratiques éditoriales modernes.

Nombre de pages : 254

ISBN : 978-2-406-10071-3

ISSN : 2105-2689

DOI : 10.15122/isbn.978-2-406-10071-3.p.0077

Éditeur : Classiques Garnier

Array

Mots-clés : Périodique, édition, stratégie multimédia, revues littéraires

[Afficher en ligne](#)