

2

20 Lisez ce texte et répondez.



Oulipo pièces détachées, conception et mise en scène de Michel Abecassis, 2008

§1 La publicité fait appel à la créativité, c'est-à-dire à la capacité d'inventer de nouvelles idées, solutions, ou relations entre les idées. Une bonne publicité doit frapper par son originalité verbale ou visuelle. La créativité joue un rôle dans tous les domaines de la vie sociale comme les sciences ou les arts. Elle peut faire appel à des techniques particulières comme le remue-méninges (équivalent français du *brain storming*).

§2 On a utilisé des techniques de créativité en littérature, par exemple chez les surréalistes (dans les années

1920) sous l'impulsion d'André Breton. On connaît surtout l'écriture automatique qui consiste à produire des textes sans intervention de l'auteur.

§3 Cette tradition continue avec l'OULIPO (Ouvroir de littérature potentielle) créé en 1960 par François Le Lionnais et Raymond Queneau, rendu célèbre par son roman *Zazie dans le métro* (1959). Vous pouvez consulter le site de l'OULIPO : [www.ouliipo.net](http://www.ouliipo.net) pour vous faire une idée de ses activités.

1/ Cherchez une définition de la créativité dans le texte. Quel mot de votre langue correspond à « créativité » (formé sur *créer*) ? Expliquez-le.

2/ Expliquez la technique dite de remue-méninges/*brain storming*. Expliquez pourquoi vous l'avez déjà utilisée.

3/ Le paragraphe 2 a pour sujet :

la créativité scientifique

la créativité sociale

la créativité littéraire

4/ Cherchez dans le texte les premiers emplois des techniques de créativité au début du xx<sup>e</sup> siècle en France. Informez-vous sur l'œuvre d'André Breton.

5/ Cette forme de littérature a-t-elle des équivalents chez vous ?  
Donnez des exemples.

6/ Trouvez dans le texte la signification de « OULIPO ».