

Appel à contributions

Produits dérivés et culture matérielle

Extension du domaine de la fiction

Appel à contributions : *Cahiers de Narratologie* – publication pour septembre 2026

Dossier coordonné par Marie Bastien (UCLouvain), Sébastien Fevry (UCLouvain) et Aurélie Huz (Université Paris Nanterre)

De la pipe ancienne qu'aurait pu fumer Sherlock Holmes aux accessoires et cosplays arborés par les fans de *Star Trek*, en passant par la tasse floquée aux armoiries de Poudlard, les objets qui font référence à des mondes de fiction sont nombreux. Qu'ils se présentent comme des accessoires de manipulation ludique et esthétique (tels les jeux, les jouets, les figurines), des matériaux citationnels (les produits à l'effigie d'un personnage) ou des supports d'étiquetage renvoyant à une identité encore plus lâche (les produits au logo Disney), tous ces objets témoignent à leur façon de l'omniprésence et du polymorphisme, dans notre quotidien, des fictions, de leurs histoires et de leurs personnages.

Le sens de ces objets est indissociable de la puissance des industries culturelles qui, depuis longtemps, développent des logiques de production sérielle et de déclinaison transmédiatique caractéristiques de la *pop culture* (Letourneux, 2017, 2020). Depuis les années 1970-1980, les phénomènes de concentration dans les industries créatives ont accentué des stratégies visant à constituer, à diffuser et à faire fructifier des marques commerciales (Disney, Warner Bros) et fictionnelles (Marvel, Star Wars), parfois inextricablement liées (Laurichesse, 2012, 2013 ; Letourneux, 2023). Ces marques culturelles ont fréquemment emprunté le mode d'organisation et la dynamique de production de la franchise (Johnson 2013), qui consiste à exploiter et à rentabiliser la notoriété d'un univers généralement fictionnel, à travers une multitude de déclinaisons souvent transmédiatiques, dont la fidélité au nom et aux valeurs de la marque fictionnelle est garantie par les outils juridiques du *trademark* (protection de la marque déposée), du *copyright* (protection de l'œuvre) et du *licensing* (droit d'exploitation). Ces « univers-marques » (Letourneux, 2023), nés dans leur grande majorité de l'industrie cinématographique, ou pour s'y intégrer (Brougère, 2019), favorisent certaines formes d'architecture narrative (comme le *transmedia storytelling* – Jenkins, 2006 ; Bahuaud, 2013), une conception de la fiction et de la marque comme mondes (Besson, 2015) et une dynamique créative anticipant dès le départ la commercialisation d'extensions transmédiatiques (Boillat, 2006 ; Laurichesse, 2013).

Le terme assez général de produits dérivés peut ainsi regrouper des produits présentant une trame narrative explicite (novellisations, jeux vidéo ou bandes dessinées accompagnant la sortie de tel ou tel blockbuster), mais aussi des jouets, figurines, costumes, ainsi que toute une gamme d'objets utilitaires associés au *merchandising* (stylos, t-shirts, mugs, affiches, *goodies*...), dont le lien à l'univers de la fiction paraît plus lâche, mais qui promettent un plaisir de contact prolongé avec lui, selon la nouvelle formule du marketing « relationnel, expérientiel et participatif » (Laurichesse, 2012).

Les produits dérivés qui nous intéressent dans le cadre de ce dossier relèvent davantage de la seconde catégorie, à savoir les objets (ou images) extraits des mondes fictionnels qui se caractérisent par leur dimension matérielle, ainsi que par leur aspect ludique et/ou utilitaire. De tels objets ont été peu abordés par les recherches issues des études littéraires, des *Media studies* ou des *Cultural studies* portant sur les cultures médiatiques et populaires. Nous proposons donc de réfléchir, depuis ces champs de recherche, à la manière dont la matérialité des produits dérivés associés aux univers de fiction, notamment franchisés, oblige à renouveler les approches du récit, de la fiction et du monde telles qu'elles se sont structurées jusqu'à présent dans ces recherches.

Ce faisant, ce dossier prend pour point de départ l'importance à accorder aux objets ordinaires de la culture matérielle, y compris (voire surtout) lorsqu'ils sont impensés, jugés banals, indignes d'intérêt ou illégitimes (Bonnot, 2014), dans la mesure où, étant au cœur de notre société de consommation, ils en révèlent le fonctionnement (Galluzzo, 2022). Depuis la fin des années 1980 (Appadurai, 1986 ; Kopytoff, 1986 ; Miller, 1987, 2008 ; Bonnot, 2002, 2014 ; Latour, 1994 ; Blandin, 2002), anthropologues et sociologues se sont en effet emparés de la matérialité des objets, des choses, des marchandises, pour en explorer les valeurs sociales et symboliques (Barthes, 1957 ; Baudrillard, 1968). Les recherches sur les cultures médiatiques ont également pris ce tournant matériel, qu'il s'agisse de théoriser une « poétique historique du support » (Thérenty, 2009), de faire l'archéologie des dispositifs médiatiques et de leurs séries culturelles (Gaudreault et Marion 2006 ; Fevry et Marion, 2022), de « rematérialiser » l'étude de la bande dessinée en englobant les innombrables objets culturels qui la font vivre (Lesage et Suvilay, 2019), de scruter les « choses » (Cross, 2001) des cultures d'enfance et de jeunesse (Kline 1995 ; Seiter 1995 ; Brougère 2003, 2008 ; Letourneux, 2011), de partir sur les « traces des usages » (Letourneux et Savoie, 2024) ou de repenser le *storytelling* en termes de matérialité (Iversen et Van Tassel, 2025). Mais la matérialité propre aux différents types de produits dérivés invite à creuser ces perspectives pour entrer plus systématiquement dans la question des fonctions et fonctionnements ludiques, narratifs et fictionnels de ces objets.

En effet, ce dossier ambitionne de réfléchir à une articulation opératoire entre la matérialité des produits dérivés, leurs contextes de production, de diffusion et de consommation, et la production de significations de l'ordre du récit et de la fiction – mais qui peuvent aussi solliciter d'autres modalités d'appropriation. Déjà bien traité, le cas des jouets est ici éclairant. À la fois supports du jeu et de la représentation (Brougère, 2008), les jouets présentent une matérialité dotée d'une valeur référentielle, qui incorpore des récits potentiels : ces derniers sont décodés et appropriés par les joueur·euses lors de performances de *mimicry* relevant du même régime de « feintise ludique partagée » (Schaeffer, 1999) que les fictions narratives à récits fermés (Letourneux, 2008 ; Dauphagne, 2011 ; Brougère, 2019), et mobilisant souvent des intertextes génériques stéréotypés (aventure, western, sentimental...) qui colorent le jouet d'un halo narratif ou thématique suggestif (Letourneux, 2004). Mais les jouets peuvent contribuer autrement au récit et à la fiction, lorsqu'un « acte de référence » les associe sciemment à une fiction préexistante et qu'ils sont utilisés pour enrichir un univers imaginaire en personnages secondaires, matériau encyclopédique, épisodes narratifs, comme c'est le cas pour les figurines « Star Wars » (Boillat, 2006). Enfin, leur matérialité implique un rapport atemporel, spatialisé et objectivant à la fiction qu'ils rendent tangible et dont ils étendent la présence dans l'espace public et privé, jouant d'une porosité entre le réel et la fiction dont ils sont à la fois des traces et des signes.

En s'inspirant de telles perspectives, comment comprendre, au-delà des seuls jouets, la participation des produits dérivés matériels aux logiques fictionnelles et narratives, notamment lorsqu'ils ne sont pas conçus pour des usages ludiques ? Comment prendre en compte leurs propriétés sémiotiques et physiques dans l'analyse narratologique ? En quel sens pourrait-on dire que la commercialisation d'un artefact de Choixpeau magique, d'une peluche d'Hedwige ou d'un T-shirt à l'effigie de Harry Potter

contribuent à étendre un « storyworld » (monde narratif) préexistant, celui de la fiction comme celui de la marque « Harry Potter » (Ryan et Thon, 2014 ; Goudmand, 2019) ? S'agit-il d'une contribution à l'« archidiégèse » (Baroni, 2019) ? Et cette contribution est-elle de l'ordre de l'encyclopédie fictionnelle, de l'architecture narrative, d'une relation expérientielle au monde, ou même d'un sentiment d'agentivité ? Quels en seraient les ressorts pragmatiques, cognitifs et affectifs, comme l'a interrogé la narratologie postclassique (Baroni, 2017b, 2018) ?

Face aux questionnements soulevés par de tels objets, peut-être faut-il avancer d'autres concepts que ceux généralement associés aux mondes narratifs et à leurs logiques d'expansion et d'enrichissement, que la pensée du transmedia storytelling a mis au premier plan (Jenkins 2006). En quoi les produits dérivés engagent-ils d'autres modes de relation à la culture médiatique – citationnels, identitaires, affectifs, fétichistes, voire métadiscursifs ? En quoi s'avèrent-ils emblématiques de la logique d'autonomisation et de recyclage des « éléments d'attraction » qui caractérise la culture médiatique postmoderne selon Azuma, et dans laquelle la montée en puissance des objets et des images, arrachés à leurs fictions spécifiques et compilés à travers un principe de « banque de données », met à mal l'unité et le principe des récits (Azuma 2008) ? Qu'apporte alors aussi une réflexion orientée par le régime postfordiste des fictions sérielles, dans lequel la culture médiatique et ses objets donnent lieu à des investissements distinctifs et engagent une relation esthétisée et singularisée aux biens de consommation (Letourneux 2020) ?

Ces questions, qui témoignent d'un espace de recherche et de réflexion encore largement à construire, invitent les contributions à ce numéro à s'engouffrer dans la brèche ouverte par la matérialité pour interroger le rapport qu'entretiennent les produits dérivés avec la fiction, le récit et la pluralité de nos modes de consommation culturelle. Elles pourront emprunter, sans exhaustivité, les axes de réflexion suivants.

Axe 1 : Histoire et archéologie médiatique des produits dérivés

Les contributions à cet axe viseront à remettre en perspective le concept de produit dérivé à la lumière de ses évolutions. Dans quelle mesure les objets qualifiés de produits dérivés par le passé, comme la bande dessinée (Lesage et Suvilay, 2019), le sont-ils encore ? Comment l'intégration des produits dérivés dans le modèle narratif et économique de la culture populaire et médiatique a-t-il évolué avec les franchises transmédiatiques ? Les propositions pourront en outre relever de l'archéologie médiatique en se penchant sur des objets oubliés comme les objets utilitaires commercialisés depuis le XIX^e siècle et dérivant des univers des grands romans populaires (Gondolo della Riva, 1973).

Axe 2 : Narrativité et spécificités sémiotiques des produits dérivés

Autour de cet axe s'articuleront les contributions cherchant à montrer comment l'étude des produits dérivés participe à renouveler notre compréhension du récit. Il s'agira, par exemple, de réfléchir, avec la narratologie transmédiatique (Baroni, 2017a ; Baroni et Goudmand, 2019), aux spécificités sémiotiques, techniques et communicationnelles des produits dérivés par rapport à d'autres médias. Quelle typologie en proposer et sur quels critères ? En particulier, comment envisager la manière dont certains produits dérivés associent des objets physiques (mug, coussin) et des images supports de références culturelles (Quilici, 2022) ? En outre, quelles sont les affordances narratives qui permettent d'en décoder le sens (Brougère, 2003) ? S'agit-il alors de reconsidérer le récit sous un angle neuf, plus combinatoire (Cuvelier, 2011) ou relationnel (Latour, 1994) ? Cet axe sera aussi l'occasion de mieux articuler les potentialités narratives et/ou immersives des produits dérivés aux visées éditoriales et aux stratégies de production, lesquelles sont souvent converties par les industries culturelles en composantes diégétiques de l'univers fictionnel lui-même (Letourneux, 2017).

Axe 3 : Usages et expériences des produits dérivés

Dans un troisième axe, il s'agira d'interroger la façon dont les usages sont partie prenante de l'existence matérielle des produits dérivés dans la mesure où ils sont susceptibles de concrétiser des expériences et des significations plurielles à l'intérieur d'un cadre globalement déterminé par les stratégies industrielles (Letourneux et Savoie, 2024). Comment les gestes de mise en espace, de manipulation, de scénarisation y contribuent-ils ? Quelles mises en discours les relaient ? Quels rôles jouent les paratextes verbaux et iconographiques de ces objets dans l'orientation des pratiques ? Quelles formes d'appropriation ou de détournement peut-on repérer, qu'elles soient collectives (comme chez les fans) ou plus individuelles et difficiles à saisir (comme dans les bricolages d'amateur·rices) ? Les articles pourront aussi se pencher sur toute la gamme d'émotions (notamment la nostalgie) suscitées non seulement par la possession de ces objets, mais aussi par leur recherche et éventuellement leur perte ou leur altération. Nous encourageons vivement les contributeur·rices à explorer les réceptions et les usages de ces objets par d'autres publics que les enfants ou les fans, cela pour éclairer nos rapports anodins et impensés aux fictions, à l'image de l'anthropologie des objets quotidiens chez Miller (2008).

Axe 4 : Conservation, collection, exposition : organisation matérielle de la matérialité

Enfin, un dernier axe invitera à se concentrer sur la façon dont le rapport aux produits dérivés suppose en lui-même une organisation, voire une gestion, matérielle et spatiale (vitrines, socles, accrochages...), plus ou moins contrainte (taille, nombre, espace disponible, mobilier, visibilité...). À quelles stratégies répondent les pratiques de collection ou de mise en exposition ? Quels enjeux identitaires peuvent y être impliqués (Sfez, 2008 ; Huz, 2024) ? Il s'agira de prêter attention aux modalités concrètes d'agencement des objets, entre extraction d'éléments fictionnels et immersion dans la fiction (Jenkins, 2006 ; Winkin, 2002). Les contributions pourront également interroger la dimension corporelle et intime des produits dérivés, puisque certains d'entre eux (pyjamas, chaussons, objets de décoration *cozy*) impliquent moins une logique d'exposition qu'une pratique d'habillement (de soi, de son chez-soi), voire d'incorporation, vécue sur le mode du bien-être et du réconfort familial.

Les différents axes présentés ci-dessus peuvent évidemment être amenés à se recouper selon l'approche disciplinaire envisagée, le corpus ou le cadre théorique choisi. Pour faire place à cette diversité des perspectives, les propositions pourront relever de plusieurs champs disciplinaires dans la mesure où elles portent leur intérêt sur l'étude des médias, de la culture populaire et de la fiction : *Cultural studies*, *Media studies*, études littéraires, *Film*, *Series* et *Game studies*, sociologie, anthropologie culturelle, sciences de l'information et de la communication, théorie de la fiction, etc., permettront d'explorer de manière complémentaire les pistes de cet appel. Par ailleurs, nous encourageons vivement les propositions, qu'elles soient théoriques, épistémologiques ou empiriques, à réfléchir aux méthodologies à forger, adapter ou réutiliser lorsqu'il s'agit de questionner les liens entre objets, matérialité et récits fictionnels.

Soumission des propositions (1^{er} juin 2025)

Les propositions de contributions, en français uniquement, sont attendues avant le 1^{er} juin 2025. Celles-ci devront comprendre le titre et le résumé de la proposition (30 000 à 50 000 signes espaces comprises) ainsi qu'une bibliographie et seront accompagnées d'une brève notice biobibliographique (10 000 signes espaces comprises).

Les propositions seront envoyées aux adresses suivantes : marie.bastien@uclouvain.be ; sebastien.fevry@uclouvain.be et ahuz@parisnanterre.fr.

Merci de préciser l'axe ou les axes dans le(s)quel(s) s'inscrit votre proposition ainsi que votre affiliation (université/laboratoire de rattachement). Le retour sur les propositions sera fait aux alentours du 15 juin 2025.

Calendrier

Annonce des résultats de la sélection des propositions : 15 juin 2025

Soumission des textes complets à des fins d'évaluation : 15 octobre 2025

Publication des textes retenus par le comité de rédaction : septembre 2026

Bibliographie

Appadurai, Arjun (dir.) (1986). *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press. DOI : <https://doi.org/10.1017/CBO9780511819582>.

Azuma, Hiroki (2008 [2001]). *Génération otaku. Les enfants de la postmodernité*, Paris, Hachette Littératures.

Bahuaud, Myriam (2013). « Transmedia storytelling : quand l'histoire se conçoit et se construit comme une licence », *Terminal*, n° 112, 2013, p. 77-88. DOI : <https://doi.org/10.4000/terminal.552>.

Baroni, Raphaël (2017a). « Pour une narratologie transmédiat », *Poétique*, n° 182, p. 155-175.

Baroni, Raphaël (2017b). *Les Rouages de l'intrigue. Les outils de narratologie postclassique pour l'analyse des textes littéraires*, Genève, Slatkine, coll. « Érudition ».

Baroni, Raphaël (2018). « Narratologie postclassique / Postclassical Narratology », *Réseau des Narratologues Francophones* [En ligne], 10 septembre 2018. URL : <https://wp.unil.ch/narratologie/2018/09/narratologie-postclassique-postclassical-narratology/> (consulté le 31 mars 2025).

Baroni, Raphaël (2019). « La dimension paratextuelle et l'intrigue des récits transmédiatiques », *Interférences littéraires/Littéraire interferences*, n° 23, 2019, p. 194-208.

Baroni, Raphaël et Goudmand, Anaïs (2019). « Narratologie transmédiat / Transmedial Narratology », *Réseau des Narratologues Francophones* [En ligne]. URL : <https://wp.unil.ch/narratologie/2019/03/narratologie-transmediale-transmedial-narratology/> (consulté le 31 mars 2025).

Barthes, Roland (1957). *Mythologies*, Paris, Seuil.

Baudrillard, Jean (1968). *Le Système des objets*, Paris, Gallimard.

Besson, Anne (2015). *Constellations. Des mondes fictionnels dans l'imaginaire contemporain*, Paris, CNRS Éditions.

Blandin, Bernard (2002). *La Construction du social par les objets*, Paris, Presses universitaires de France.

- Boillat, Alain (2006). « Du personnage à la figurine : les produits dérivés de *Star Wars* comme expansion d'un univers », *Décadres. Cinéma, à travers champs*, n° 8-9, p. 106-136. DOI : <https://doi.org/10.4000/decadres.290>.
- Bonnot, Thierry (2002). *La Vie des objets. D'ustensiles banals à objets de collection*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Bonnot, Thierry (2014). *L'Attachement aux choses*, Paris, CNRS Éditions.
- Brogère, Gilles (2003). *Jouets et compagnie*, Paris, Stock.
- Brogère, Gilles (2008). *La Ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres*, Paris, Éditions Autrement.
- Brogère, Gilles (2019). « Le jouet et la construction d'univers fictionnels ? », *Revue de la BNF*, n° 59/2, p. 80-87. DOI : <https://doi.org/10.3917/rbnf.059.0080>.
- Cuvellier, Pierre (2011). « Jeu et fiction dans un jeu de cartes à collectionner : le cas de *Magic : l'Assemblée* », *Strenæ. Recherches sur les livres et objets culturels de l'enfance* [En ligne], n° 2. DOI : <https://doi.org/10.4000/strenae.305>.
- Cross, Gary (2001). *Kids' Stuff: Toys and the Changing World of American Childhood*, Harvard University Press.
- Dauphagne, Antoine (2011). « Le sens de la fiction ludique : jeu, récit et effet de monde », *Strenæ. Recherches sur les livres et objets culturels de l'enfance* [En ligne], n° 2. DOI : <https://doi.org/10.4000/strenae.312>.
- Dauphagne, Antoine (2012), « Les objets de la culture ludique enfantine : entre réifications et mises en fiction », *Strenæ. Recherches sur les livres et objets culturels de l'enfance* [En ligne], n° 4. DOI : <https://doi.org/10.4000/strenae.751>.
- Fevry Sébastien, Marion Philippe (2022), « Récit et projection lumineuse. Regard épistémologique sur la narrativité de la lanterne », *Cahiers de Narratologie. Analyse et théorie narratives* [En ligne], n° 41, <https://doi.org/10.4000/narratologie.13397>.
- Gaudreault André, Marion Philippe (2006), « Cinéma et généalogie des médias », *MédiaMorphoses* [En ligne], n° 16, 2006, p. 24-30, <https://doi.org/10.3406/memor.2006.1124>.
- Galluzzo, Anthony (2022). *La Fabrique du consommateur. Une histoire de la société marchande*, Paris, Zones.
- Gondolo della Riva, Piero (1976). « Les jeux et les objets inspirés du Tour du Monde en quatre-vingts jours », *Revue des Lettres modernes*, n° 3 (456-461), p. 177-181.
- Goudmand, Anaïs (2019). « Monde narratif / Storyworld », *Réseau des Narratologues Francophones* [En ligne], URL : <https://wp.unil.ch/narratologie/2019/02/monde-narratif-storyworld/> (consulté le 31 mars 2025).
- Huz, Aurélie (2024). « Aimer la science-fiction en universitaire : bibliothèques et traces domestiques des usages ordinaires du genre », colloque *Traces et approches des usages dans la culture populaire et médiatique (1880-2020)*, Chantal Savoie et Matthieu Letourneux (org.), Université du Québec à Montréal, 29-30 mai 2024.

Iversen, Stefan et Van Tassel, Evan (2025, à paraître). *The Materiality of Narrative Dynamics*. Berlin, De Gruyter.

Jenkins, Henry (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, New York University Press.

Johnson Derek (2013). *Media Franchising: Creative License and Collaboration in the Culture Industries*, New York, New York University Press.

Kline, Stephen (1995). *Out of the Garden: Toys and Children's Culture in the Age of TV Marketing*, Londres/New York, Verso.

Kopytoff, Igor (1986). « The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process », dans Arjun Appadurai (dir.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press, p. 64-92. DOI : <https://doi.org/10.1017/CBO9780511819582.004>.

Latour, Bruno (1994). « Une sociologie sans objets ? Remarques sur l'interobjectivité », *Sociologie du travail*, n° 4/94, p. 587-607.

Laurichesse, Hélène (2012). « À la croisée des univers du transmédia, de la marque et de la franchise dans l'industrie cinématographique », *Mise au Point*, n° 4. DOI : <https://doi.org/10.4000/map.598>.

Laurichesse, Hélène (2013). « La marque dans les industries culturelles : une approche hybride et spécifique », *Communication & Management*, n° 10(2), p. 60-72. DOI : <https://doi.org/10.3917/comma.102.0060>.

Lesage, Sylvain et Suvilay, Bountavy (2019). « Introduction thématique : Pour un tournant matériel des études sur la bande dessinée », *Comicalités. Études de culture graphique*, dossier « Bande dessinée et culture matérielle ». DOI : <https://doi.org/10.4000/comicalites.3692>.

Letourneux, Matthieu (2004). « Costumes de poupées et panoplies narratives : les novellisations de Barbie », colloque *L'Édition pour la jeunesse entre héritage et culture de masse*, disponible sur HAL [En ligne], <https://hal.science/hal-00581054v1> (consulté le 31 mars 2025).

Letourneux, Matthieu (2008). « Le devenir livre des jeux et des jouets », dans Gilles Brougère, *La Ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres*, Paris, Éditions Autrement, p. 77-91.

Letourneux, Matthieu (dir.) (2011). « Les formes de la fiction dans la culture pour la jeunesse. Introduction », *Strenæ*, n° 2, dossier « Les formes de la fiction dans la culture pour la jeunesse ». DOI : <https://doi.org/10.4000/strenae.434>.

Letourneux, Matthieu (2017). *Fictions à la chaîne : Littératures sérielles et culture médiatique*. Paris, Seuil, coll. « Poétique ».

Letourneux, Matthieu (2020). « Penser les fictions sérielles en régime postfordiste », *Cahiers de Narratologie* [En ligne], n° 37. DOI : <https://doi.org/10.4000/narratologie.10488>.

Letourneux, Matthieu (2023). « Marque et fiction : logiques de monde dans les franchises contemporaines », communication au séminaire *Recherches contemporaines en narratologie*, CRAL/EHESS, 2022-2023 (« Raconter/construire des mondes »), séance du 7 mars 2023.

Letourneux, Matthieu et Savoie, Chantal (2024) (dir.). Colloque *Traces et approches des usages dans la culture populaire et médiatique (1880-2020)*, Université du Québec à Montréal, 28-30 mai 2014.

Miller, Daniel (1987). *Material Culture and Mass Consumption*, Oxford, Blackwell.

Miller, Daniel (2008). *The Comfort of Things*, Cambridge, Polity press.

Quilici, Antoine (2022). « L'esthétique des produits dérivés », *Nouvelle revue d'esthétique*, n° 29(1), p. 49-57. DOI : <https://doi.org/10.3917/nre.029.0049>.

Ryan, Marie-Laure et Thon, Jean-Noël (dir.) (2014), *Storyworlds Across Media. Toward a Media-Conscious Narratology*, Lincoln/London, University of Nebraska Press, coll. « Frontiers of Narrative ».

Schaeffer, Jean-Marie (1999). *Pourquoi la fiction ?*, Paris, Seuil, coll. « Poétique ».

Seiter, Ellen (1995). *Sold Separately: Children and Parents in Consumer Culture*, New Brunswick, Rutgers University Press.

Sfez, Géraldine (2008). « Les bibliothèques : Des identités-palimpsestes », *Conserveries mémorielles*, n° 5, p. 9-19. URL: <http://journals.openedition.org/cm/131> (consulté le 31 mars 2025).

Thérenty, Marie-Ève (2009). « Pour une poétique historique du support », *Romantisme*, n° 143(1), p. 109-115. DOI : <https://doi.org/10.3917/rom.143.0109>.

Winkin, Yves (2002), « Propositions pour une anthropologie de l'enchantement », dans Fathi Triki (dir.), *Unité-diversité. Les identités culturelles dans le jeu de la mondialisation*, Paris, L'Harmattan, coll. « Logiques sociales », p. 169-179.