

Appel à communications

La marque et ses suffixes : marqueurs, marketing et marquage en littérature

Colloque international, Université de Lausanne, 16-17 avril 2026

Organisé par :

Julia Cela et Arthur Brügger

Section de français moderne, Université de Lausanne

L'usage du terme de « marque » dans la critique littéraire désigne l'écart, considéré comme valeur de différenciation d'une œuvre, d'un·e auteur·ice, de sa démarche ou encore du groupe social auquel il·elle est identifié·e. Pour Marie-Ève Thérénty et Adeline Wrona dans l'introduction de *L'Écrivain comme marque* (2020), la marque, saisie comme stratégie commerciale dans une perspective mercantile, « s'appuie sur des fictions d'autorité » et « projette sur les biens des valeurs émotionnelles, ludiques, esthétiques » (p. 19). De récentes études réfléchissent également à la manière dont le roman contemporain se saisit des marques à l'heure de la société de consommation (Fleury Wullschlegler 2020). En optant pour une définition large de la « marque » en littérature, ce colloque a pour ambition de prolonger cette démarche afin d'identifier les fictions de *différenciation* qui sous-tendent son usage critique et les valeurs ainsi projetées sur le fait littéraire. Il s'agit dès lors de déployer la « marque » sous tous ces aspects possibles : en tant que thème inscrit dans les fictions, en tant que stratégie d'individuation, en tant qu'opération de production d'un bien symbolique et en tant que critère de délimitation du territoire culturalisé du champ littéraire.

Dans *Faire l'auteur en régime néo-libéral. Rudiments de marketing littéraire* (2020), Jérôme Meizoz examine les stratégies de « marquage » déployées par les auteurs et autrices dans le contexte contemporain du capitalisme mondialisé, où l'image et la « marque » de l'écrivain participent d'un marketing littéraire façonné par la médiatisation et les logiques de marché. De manière analogue, *L'Écrivain comme marque* (2020) interroge les manières dont le champ littéraire produit et valorise ces « marques » comme des auto-attributions créatives (Thérénty & Wrona 2020). Dans cette perspective, la « marque » ne se limite pas à la singularité d'une démarche mais s'étend ainsi à des enjeux plus vastes de visibilité, de légitimité, de positionnement et d'appartenance au champ littéraire. Il s'agit dès lors d'interroger la manière dont ces conduites individuelles participent à l'élaboration du récit de *branding* qui fait advenir l'œuvre comme un produit reconnaissable sur le marché littéraire, dans une perspective interactionnelle.

De telles opérations de productions interviennent également de manière exogène en « marquant » certaines littératures du sceau d'un sous-genre qui les qualifie en tant que produit différencié de la norme, souvent implicite, du champ littéraire à une époque donnée. Ces

phénomènes commerciaux participent donc pleinement à la manière dont un texte va être acheté puis lu, notamment dans les cas où ils assignent à l'auteur·ice et à son texte une position donnée sur le marché du livre. Qu'il s'agisse de littérature postcoloniale ou dite « périphérique », la *différence* culturelle est régulièrement identifiée comme concentrant la valeur accordée à l'œuvre, transformant ainsi fondamentalement la manière dont on considère et analyse le déploiement de l'auctorialité des écrivain·e·s concerné·e·s. Si les phénomènes de « marquage culturel » s'apparentent ainsi pour ces derniers à une forme d'assignation à une identité (réelle ou supposée), elle participe en somme à une logique de délégitimation voire de *ghettoïsation* de leurs œuvres (Mabanckou 2006), comme l'analyse également Graham Huggan dans ses travaux sur « l'exotisme postcolonial ». A l'inverse, lorsque ce geste de singularisation sert à apparenter une œuvre à l'espace national français, le « marquage » n'est pas nommé comme culturel et entend souligner la solubilité de l'œuvre dans l'imaginaire national. Il s'agit alors d'interroger la manière dont s'élaborent les pratiques critiques et discursives qui produisent des textes comme « marqués » culturellement ou non.

Lorsque la critique tend à relever une différence sous le prisme de l'innovation esthétique, cette forme de « marquage » en creux apparaît généralement comme une opération de *valorisation*. Un tel geste célèbre les œuvres pour leur *singularité*, afin de les constituer en figure de proue de la haute littérature contemporaine, à l'aune de leur valeur d'innovation positionnée vis-à-vis des normes stylistiques d'une époque donnée. En ce sens, le style représente d'abord un *écart* dans la langue. Cette définition doit par ailleurs composer avec la conception traditionnelle du style, telle qu'elle est pensée par Léo Spitzer (1948), pour qui le style est d'abord la signature d'un auteur. Grâce à l'apport d'approches plus contemporaines qui tendent à envisager le style dans ses dimensions sociales (Wolf 2014) ou historiques (Philippe 2021), la stylistique, après s'être « longtemps considérée comme une science du singulier et de la singularisation » (Philippe 2016 : p. 2), tend aujourd'hui à se tourner vers le collectif – l'écart stylistique n'est alors plus tant à apprécier à l'échelle de l'individu, mais plutôt à l'aune d'un groupe social ou d'une époque donnée. À cet égard, la notion d'« imaginaire stylistique » (Philippe 2016) permet notamment de repenser le style comme une catégorie mobile, productive à la fois vis-à-vis des œuvres ainsi que des manières dont on les perçoit, d'une époque à une autre, ou d'un individu à un autre. Il s'agit ainsi d'interroger les récits qui accompagnent de tels changements de perception à l'intersection du singulier et du collectif.

Le croisement de ces multiples approches de la littérature au détour du terme de « marque » et de ses acceptions diverses permet enfin d'engager une réflexion sur les fictions de différenciation qui accompagnent et sous-tendent nos pratiques de la critique littéraire. Après Marie-Jeanne Zenetti (2021), approcher la « marque » en littérature invite nécessairement à penser ses effets tant dans la perspective de l'objet assigné que dans celle du sujet assignant : envisager la lecture critique comme « située » invite à la réflexivité dès lors que l'on s'engage dans le commentaire d'une œuvre, envisagé comme participant à en faire advenir un sens possible.

Axes de réflexion suggérés pour les propositions de communication

- **Les processus de « marquage » et de construction d'identité littéraire :** en quoi des stratégies de marketing littéraire produisent-elle des fictions de différenciation qui embrayent une certaine idée de la production et la réception du bien littéraire ?
- **Le rôle de la positionnalité des lecteurs et lectrices dans la réception des œuvres :** comment la critique contribue-t-elle à produire les catégories en « marquant » les textes littéraires, permettant de placer les œuvres dans le champ, et quels effets ce positionnement produit-il sur la légitimation ou la marginalisation des textes ?
- **La marque dans l'analyse stylistique :** à quel point l'identification d'un style singulier représente-t-il un jugement motivé par la tension entre pratiques collectives et valeur d'innovation ?
- **Pour une approche réflexive de notre approche du commentaire de texte :** comment analyser la manière dont nos catégories, nos outils ou nos méthodes interprétatives au sein des études littéraires participent à « marquer » les œuvres et leurs auteur·rice·s ?

Ces axes visent à fournir des points d'entrée dans la problématique de la « marque » en littérature, en encourageant une approche transversale et interdisciplinaire des enjeux esthétiques, culturels et politiques qu'elle recouvre. Le colloque vise, dans l'ensemble, à examiner les récits de différenciation produits au moyen de l'imaginaire de la marque en littérature, dans toutes ses déclinaisons.

Modalités de soumission

Les propositions de communications sont à envoyer **avant le 1^{er} septembre 2025** à julia.cela@unil.ch et arthur.brugger@unil.ch. Elles devront tenir sur une page A4 (environ 3000 signes) et inclure un titre, un résumé problématisé, l'affiliation universitaire et l'unité de rattachement, ainsi qu'une courte notice bio-bibliographique. Organisé en panels, chaque présentation (d'une durée de 20-25 minutes) sera suivie d'une discussion commune d'une dizaine de minutes.

Bibliographie indicative

AXE 1. SCIENCES SOCIALES ET SOCIOLOGIE DE LA LITTÉRATURE

- BOURDIEU Pierre, *Les Règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Minit, 1992.
- BOLTANSKI Luc et CHIAPELLO Ève, *Le Nouvel Esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, « Tel », 2011.
- BURNAUTZKI Sarah, *Les Frontières racialisées de la littérature française. Contrôle au faciès et stratégies de passage*, Paris, Honoré Champion, 2017.
- COSQUER Claire et BRUN Solène, *Sociologie de la race*, Paris, Armand Colin, 2022.
- DECOUT Maxime et MOUTON-ROVIRA Estelle, « La lectrice est-elle un lecteur comme les autres ? Genre et réception dans le récit contemporain », *RELIEF – Revue électronique de littérature française*, vol. 17, n° 2, 2023, p. 1-12.
- DUCOURNAU Claire, *La Fabrique des classiques africains. Écrivains d'Afrique subsaharienne francophone (1960-2012)*, Paris, CNRS Éditions, coll. « Culture et sociétés », 2017.
- DUCOURNAU Claire, « De l'intérêt (ou pas) d'une sociologie postcoloniale », *Genèses*, n° 125, 2021, p. 135-146.
- FASSIN Didier et FASSIN Éric, *De la question sociale à la question raciale ?*, Paris, La Découverte, 2006
- FLEURY WULLSCHLEGER Marie, *Une littérature de marque(s). La société de consommation dans le roman contemporain de langues françaises et allemande*, Stuttgart, Franz Steiner Verlag, 2020.
- FRANKENBERG Ruth, « The Mirage of an Unmarked Whiteness », dans *The Making and Unmaking of Whiteness*, Birgit Brander Rasmussen, Eric Klinenberg, Irene J. Nexica et Matt Wray (dir.), Durham, North Carolina, Duke University Press Book, 2001.
- HARCHI Kaoutar, *Je n'ai qu'une langue, ce n'est pas la mienne. Des écrivains à l'épreuve*, Paris, Fayard/Pauvert, 2016.
- HARCHI Kaoutar, « Une carte d'identité littéraire ? L'invention de l'écrivain "beur" dans la France des années 80 », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 238, 2021, p. 4-21.
- HARCHI Kaoutar et ANDRAS Joseph, *Littérature et Révolution*, Paris, Divergences, 2024.
- ILLOUZ Eva et al. (dir.), *Les marchandises émotionnelles : l'authenticité au temps du capitalisme*, Paris, Premier parallèle, 2019.
- MEIZOZ Jérôme, *Postures littéraires. Mises en scène modernes de l'auteur*, Genève, Slatkine, coll. « Érudition », 2007.
- MEIZOZ Jérôme, *La Fabrique des singularités. Postures littéraires II*, Genève, Slatkine, coll. « Érudition », 2011.
- MEIZOZ Jérôme, *Faire l'auteur en régime néolibéral. Rudiments de marketing littéraire*, Genève, Slatkine, coll. « Érudition », 2020.
- MAZOUZ Sarah, *Race*, Paris, Anamosa, coll. Le mot est faible, 2020.
- SAPIRO Gisèle, *Les écrivains et la politique en France, de l'affaire Dreyfus à la guerre d'Algérie*, Paris, Seuil, 2018.
- SAPIRO Gisèle, *Peut-on dissocier l'œuvre de l'auteur ?*, Paris, Seuil, 2020.
- THÉRENTY Marie-Ève et WRONA Adeline (dir.), *L'Écrivain comme marque*, Paris, Sorbonne université presses, coll. « Lettres françaises », 2020.
- THIESSÉ Anne-Marie, *La Fabrique de l'écrivain national. Entre littérature et politique*, Paris, Gallimard, 2019.

AXE 2. ÉTUDES POSTCOLONIALES ET ÉTUDES CULTURELLES

- BHABHA Homi K., *Les Lieux de culture. Une théorie postcoloniale*, Paris, Payot, 2007 (1994).
- CASANOVA Pascale, *La République mondiale des lettres*, Paris, Seuil (Points), « Essais », 2008 (1999).
- CLAVARON Yves, *Petite introduction aux Postcolonial studies*, Paris, Kimé, « Détours littéraires », 2015.
- COLLECTIF WRITE BACK (dir.), *Postcolonial Studies : Modes d'emploi*, PU de Lyon, 2013.
- COSTE Marion, « Le narrateur a-t-il un corps ? L'impossible lecture de l'œuvre de Léonora Miano au prisme des concepts narratologiques de Gérard Genette », *Fabula-LhT*, n° 26, *Situer la théorie : pensées de la littérature et savoirs situés (féminismes, postcolonialismes)*, 2021, en ligne : <https://www.fabula.org/lht/26/coste.html>
- HUGGAN Graham, *The Postcolonial Exotic. Marketing the Margins*, Londres, Routledge, 2001.
- MANGEON Anthony (dir.), *Postures postcoloniales*, Paris, L'Harmattan, 2012.
- MORRISON Toni, *Playing in the Dark* (1992), trad. de l'anglais par Pierre Alien, Paris, Christian Bourgois, 1993.
- MOURA Jean-Marc, *Littératures francophones et théorie postcoloniale*, Paris, PUF, coll. Quadrige, 2004 (1999).
- PANAÏTÉ Oana, « Poétique de récupération, poétiques de créolisation », *Littérature*, n° 151, 2008, p. 52-74.
- PANAÏTÉ Oana et ACHILLE Étienne, *Fictions of Race in Contemporary French Literature: French Writers, White Writing*, Oxford University Press, 2024.
- PARÉ François, *Les Littératures de l'exiguïté*, Hearst, Le Nordir, 1992.
- TSIMI Éric Essono, *De quoi la littérature africaine est-elle la littérature ?*, Montréal, PU de Montréal, 2022.
- TURBIAU Aurore, LACHKAR Alex et al., *Écrire à l'encre violette. Littératures lesbiennes en France de 1900 à nos jours*, Paris, Le Cavalier Bleu, coll. « Convergences », 2022.
- SPIVAK Gayatri Chakravorty, *Les Subalternes peuvent-elles parler ?*, trad. de l'anglais par Jérôme Vidal, Paris, Éditions Amsterdam, 2009 [1988].

AXE 3. LINGUISTIQUE ET STYLISTIQUE

- GADET Françoise, « La genèse du concept de marque (1926-1931) », *Cahiers de l'ILSL*, n° 5, 1994, pp. 81-92
- MAINGUENEAU Dominique, *Le Discours littéraire. Paratopie et scène d'énonciation*, Paris, Armand Colin, coll. U, Série Lettres, 2004.
- MACE Marielle, *Styles. Critiques de nos formes de vie*, Paris, Gallimard, coll. « NRF Essais », 2016.
- MOLINIE Georges, *La Stylistique*, Paris, PU de France, coll. « Quadrige », 2014.
- PHILIPPE Gilles, *Le rêve du style parfait*, Paris, PU de France, 2013.
- PHILIPPE Gilles, *French style. L'accent français de la prose anglaise*, Bruxelles, Les Impressions Nouvelles, 2016.
- PHILIPPE Gilles, *Pourquoi le style change-t-il ?*, Bruxelles, Les Impressions Nouvelles, 2021.
- PHILIPPE Gilles, *Une certaine gêne à l'égard du style*, Bruxelles, Les Impressions Nouvelles, 2024.
- SPITZER Léo, *Soixantes études sur le style de textes français* (éd. Étienne Karabétian), Genève, Droz, coll. « Histoire des idées et critique littéraire », 2023.

SPITZER Léo, « Art du langage et linguistique » (1948), dans *Études de style, précédé de Léo Spitzer et la lecture stylistique de Jean Starobinski*, Paris, Gallimard, coll. « Tel », 1970.

VIEL Michel, « N. S. Trubetzkoy et R. O. Jakobson : à l'origine de la notion de "marque" en linguistique et de sa fortune depuis cinquante ans », *Revue des études slaves*, t. 55, n°2, 1983, p. 375-382.

WOLF Nelly, « Pour une sociologie des styles littéraires », dans P. Baudorre, D. Rabaté et D. Viart (dir.), *Littérature et sociologie*, Bordeaux, PU de Bordeaux, 2007, p. 82-93.

WOLF Nelly, *Proses du monde. Les enjeux sociaux des styles littéraires*, Lille, PU du Septentrion, 2014.

AXE 4. ÉPISTÉMOLOGIE DU POINT DE VUE ET LECTURES SITUÉES

COSTE Florent, *L'ordinaire de la littérature. Que peut (encore) la théorie littéraire ?*, Paris, La Fabrique, 2024.

FISH Stanley, *Quand lire c'est faire. L'autorité des communautés interprétatives*, trad. de l'anglais (américain) par Étienne Dobenesque, Paris, Les Prairies ordinaires, coll. « Penser/croiser », 2007.

HARAWAY Donna, « Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial », *Feminist Studies*, vol. 14, n° 3, 1988, p. 575-599.

HARDING Sandra, « Rethinking Standpoint Epistemology: What Is "Strong Objectivity" ? », dans L. Alcoff et E. Potter (dir.), *Feminist Epistemologies*, Milton Park, Routledge, 1992.

HILL COLLINS Patricia (1986), « Learning from the Outsider Within : The Sociological Significance of Black Feminist Thought » *Social Problems*, vol. 33, n° 6, p. 14-32.

WITTIG Monique, « La marque de genre » (1985), dans *La Pensée straight*, Paris, Amsterdam, 2018, p. 132-143.

ZENETTI Marie-Jeanne, « Théorie, réflexivité et savoirs situés : la question de la scientificité en études littéraires », *Fabula-LhT: littérature, histoire, théorie*, n° 26, 2021, en ligne : <https://www.fabula.org/lht/26/zenetti.html>

ZENETTI Marie-Jeanne, « Lecture située », dans Emmanuel Bouju (dir.), *Nouveaux fragments d'un discours théorique. Un lexique littéraire*, Québec, Codicille, 2023, p. 293-310.