

# Sommaire

<b>Préface .....</b>	<b>9</b>
----------------------	----------

*Eric Arnould*

<b>Introduction .....</b>	<b>13</b>
---------------------------	-----------

*Eric Rémy et Philippe Robert-Demontrond*

Un regard et un style français : la résistance de la pensée gallique ..	15
La parole de la consommation .....	18

## **Première partie – Les fondateurs et la consommation comme fait social**

<b>I. Durkheim et la naissance d'une sociologie : Linéaments de l'individualisme et de la sacralité de la consommation .....</b>	<b>23</b>
--	-----------

*Eric Rémy, Philippe Robert-Demontrond et Pascal Rolland*

1. Vers une consommation comme fait social .....	26
2. De la division du travail social .....	31
3. Le tournant religieux et le second Durkheim .....	39
Conclusion : de la posture du savant et du politique .....	48
Références .....	49

## **II. Essai de sociologie maussienne appliquée à la consommation ..... 51**

*Eric Rémy*

- 1. De l'essai à l'esprit du don ..... 53
- 2. La force du symbolique et la culture matérielle ..... 73
- Conclusion ..... 81
- Références ..... 82

## **III. Lévy-Bruhl : une anthropologie des mentalités ..... 87**

*Philippe Robert-Demontrond*

- 1. Une ethnologie de la mentalité primitive – prélogique et mystique 87
- 2. Echos et résonances.....94
- 3. Portées théoriques, méthodologiques et pratiques  
dans le champ de la consommation..... 105
- Conclusion ..... 114
- Références ..... 114

## **IV. Gabriel Tarde : l'imitation comme essence du social ....117**

*Baptiste Cléret*

- Introduction ..... 117
- 1. L'imitation comme base de tout fait social ..... 119
- 2. Le public et la foule : de l'individu naît le groupe..... 121
- 3. De l'individu acteur social au consommateur créateur de sens..... 124
- Conclusion ..... 126
- Références ..... 127

## **Deuxième Partie – Le premier tournant herméneutique**

### **Phénoménologies du monde**

## **V. Sartre et la chair du buvard ..... 131**

*Philippe Robert-Demontrond et Julien Bouillé*

- 1. Concepts et théories ..... 132

2. Echos et résonances .....	140
3. Portée et Traductions .....	146
Références .....	156

## **VI. Merleau-Ponty et la chair du monde ..... 161**

*Philippe Robert-Demontrond et Frédéric Basso*

1. Retour sur les concepts et théories.....	162
2. Sources, échos et résonances.....	169
3. Portée et traductions dans le champ de la consommation .....	172
Références.....	183

## **Sociologies du quotidien**

## **VII. Lefebvre et de Certeau : la sociologie du quotidien ... 189**

*Véronique Cova*

1. Retour sur la théorie et les concepts généraux .....	192
2. Débats et controverses.....	200
3. Traductions et rapprochements en marketing et consommation	207
Conclusion .....	218
Références des œuvres .....	219
Références.....	219

## **VIII. Abraham Moles : un phénoménologue de la vie quotidienne ..... 223**

*Richard Ladwein*

1. Théorie de l'information et communication.....	224
2. La théorie des objets et la psychologie du kitsch .....	227
3. La psychologie de l'espace et les labyrinthes du vécu.....	229
4. De la théorie des actes.....	232
5. De la micropsychologie de la vie quotidienne à la problématique de l'accès à l'offre.....	234
Conclusion .....	237
Références.....	238



**Postface**..... **239**  
*Dominique Desjeux*

**Les auteurs** ..... **251**