



# Michel Foucault et la consommation

Gouverner et séduire

Coordonné par Dominique Roux et Yohan Gicquel

versus  
éditions  
**ems**  
MANAGEMENT  
& SOCIÉTÉ

**Dominique ROUX et Yohan GICQUEL**

2018 | 192 pages  
Versus

978-2-3768-7152-1 **37,00\$** PAPIER

## MICHEL FOUCAULT ET LA CONSOMMATION

### Gouverner et séduire

Si Michel Foucault est l'un des plus grands philosophes du XXe siècle, et aussi le plus cité au monde, en quoi sa pensée peut-elle éclairer notre compréhension de la consommation à laquelle il n'a apporté aucun éclairage direct ?

Alors que son œuvre fait l'objet d'interprétations et d'usages multiples dans une grande variété de domaines – psychiatrie, sociologie, littérature, sciences politiques, éducation –, comment Michel Foucault peut-il nous aider à questionner la consommation, ses évolutions et son encadrement par le marketing ou la gestion ?

Voici les questions posées dans cet ouvrage où le lecteur, familier ou non de la pensée de Michel Foucault, trouvera de nombreuses voies de réflexions. Organisées autour de sept chapitres, celles-ci abordent soit des outils et méthodes (l'approche historique, la production discursive et le rôle des dispositifs), soit des concepts (la gouvernementalité, la discipline, la résistance, les hétérotopies, etc.) développés par Michel Foucault et appliqués à des cas concrets et d'actualité (la pauvreté, le sida, le glanage, Internet, etc.).

L'ouvrage s'adresse donc aux praticiens, aux étudiants et aux chercheurs intéressés par une mise en perspective de la pensée de Michel Foucault dans l'appréhension de problématiques contemporaines de la consommation.

*Coordonné par Dominique Roux et Yohan Gicquel, cet ouvrage comprend les contributions de Søren Askegaard, Eric J. Arnould, Christian Barrère, Vivien Blanchet, Stéphane Borraz, Laurent Busca, Jean-Paul Domin, Hélène Gorge et Lionel Sitz.*

# TABLE DES MATIÈRES

## AVANT-PROPOS

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

### CHAPITRE 1. L'APPROCHE HISTORIQUE FOUCALDIENNE : QUELS APPORTS POUR LES RECHERCHES SUR LA CONSOMMATION ?

1. Philosophie et histoire / 2. Un rôle d'historien controversé / 3. Trois notions clés au sein du projet historique foucauldien / 4. Une application aux recherches sur la consommation

### CHAPITRE 2. REPENSER LA CONSOMMATION AVEC FOUCAULT ET LA PSYCHOLOGIE DISCURSIVE

1. La psychologie discursive / 2. Repenser les études / 3. Des consommateurs insaisissables / 4. Retour sur les catégories et leurs contenus / 5. Le paradoxe du marketing

### CHAPITRE 3. OBJECTIVATION ET SUBJECTIVATION DES CONSOMMATEURS DANS LES DISPOSITIFS MARCHANDS

1. La question du sujet, de la structure et du pouvoir / 2. Le dispositif au cœur de la théorie foucauldienne du pouvoir / 3. Le dispositif comme mode d'examen dans la pluralité des champs du savoir / 4. Les fonctions du dispositif marchand : modes d'objectivation et de subjectivation des consommateurs

### CHAPITRE 4. ENTRE BIO-POUVOIR ET GOUVERNEMENTALITÉ, L'ÉMERGENCE D'UN CONSOMMATEUR DE SOINS CHEZ MICHEL FOUCAULT ?

1. Médicalisation de la société et émergence du bio-pouvoir / 2. Gouvernementalité et gouvernement des populations / 3. La gouvernance de la maladie ou la naissance du consommateur de soins

### CHAPITRE 5. DISCIPLINER LA CONSOMMATION

1. La consommation comme contrainte de la production / 2. Une logique disciplinaire de la consommation ? / 3. Une microphysique de la consommation : la mode ou la disciplinarisation du futile

### CHAPITRE 6. HISTOIRE DE RÉSISTANCES : UNE APPROCHE GÉNÉALOGIQUE DE L'INTERNET MARCHAND

1. Pouvoir, résistance et matérialité / 2. L'approche généalogique / 3. Matériau collecté et démarche analytique / 4. Une histoire des résistances à la commercialisation d'Internet

### CHAPITRE 7. REVISITER LA NOTION D'HÉTÉROTOPIE : LE TROTTOIR COMME CONTRE-ESPACE DE CONSOMMATION

1. Les dimensions dialectiques des espaces hétérotopiques / 2. Méthode / 3. Le trottoir comme hétérotopie / 4. Discussion /

## PENSER AUTREMENT

# AUTEURS

**DOMINIQUE ROUX** est diplômée de l'ESCP, Docteur en gestion de l'Université de Paris I-Panthéon-Sorbonne. Actuellement professeur de marketing à l'Université de Reims Champagne-Ardenne, ses thèmes de recherche portent sur les formes de résistances des consommateurs au marché (*Marketing et résistance(s) des consommateurs*, Economica, 2009), mais aussi sur les modalités de leur protection (*Protection des consommateurs : les nouveaux enjeux du consumérisme*, EMS, 2016). Plus récemment, elle s'intéresse aux nouvelles formes de socialités urbaines (*Nouvelles collaborations urbaines. Faire circuler des objets en ville*, Esprit, juillet 2015) et participe plus largement à une réflexion sur les relations des individus avec leurs objets, de même que leurs représentations et pratiques de gaspillage.

**YOHAN GICQUEL** Docteur et diplômé universitaire en sciences humaines et sociales et de gestion. Maître de conférences à l'Université de Reims, il est également régulièrement invité dans plusieurs universités algériennes. Ses travaux s'intéressent à l'(a)normalisation des pratiques de consommation ainsi qu'aux pratiques déviantes. Plus récemment, il a mis en perspective ses réflexions afin de sensibiliser la communauté scientifique sur la question de la politisation de la recherche et des risques de radicalisation du marché que cela implique (RAM, 2016). Empiriquement, il s'appuie sur une immersion totale dans les pratiques étudiées. Membre de différents comités d'éthique notamment dans le secteur des médias, il participe aussi à différentes réflexions sur les politiques de santé publique ainsi que celles qui concernent les populations infériorisées.

Financé par le  
gouvernement  
du Canada

Funded by the  
Government  
of Canada

Canada



Conseil des arts  
du Canada

Canada Council  
for the Arts

SODEC

Québec



#### Distribution

Canada : Prologue inc.  
Belgique : Patrimoine SPRL

France : SOFEDIS / SODIS  
Suisse : Servidis SA



418 657-4399 | puq@puq.ca

Plus de  
1 500 livres  
à feuilleter



Presses  
de l'Université  
du Québec

PUQ.CA