

Sous la direction de **Julien Fére**

# LES DESSOUS DES TENDANCES

Quand l'éphémère fait avancer le monde

2<sup>e</sup> édition revue et augmentée



ellipses

# Table des matières

Introduction .....	7
Préface.....	9
<b>Chapitre 1    Le mot « tendance » est à la mode cette année.....</b>	<b>11</b>
<i>Regard: Faire valser les tendances; transformations,     médiatisations et extrapolations.....</i>	19
<i>Regard: Tendances numériques, à l'heure de l'hyper-     personnalisation de masse .....</i>	27
<b>Chapitre 2    Construction de l'objet « tendance »: d'une lutte de pouvoir à un partage de sens.....</b>	<b>33</b>
<b>1        Une fonction sociale indispensable .....</b>	<b>39</b>
<b>2        Un mythe à l'économie florissante .....</b>	<b>65</b>
<i>Regard: De la tendance à la transformation sociétale .....</i>	77
<i>Regard: Le métier de journaliste face aux tendances.....</i>	87
<b>3        Construction du concept de tendances: du comment au pourquoi.....</b>	<b>103</b>
<i>Regard: Inventer le « cool », la création des Niçois .....</i>	135
<b>Chapitre 3    Histoire de l'archétype des tendances .....</b>	<b>139</b>
<b>1        Bases épistémologiques d'un projet d'histoire.....</b>	<b>141</b>
<b>2        Approche méthodologique.....</b>	<b>157</b>
<b>3        Histoire des tendances .....</b>	<b>177</b>
<i>Regard: Tendances et Créativité .....</i>	229
<i>Regard: Le rôle de l'influence dans la construction du goût .....</i>	247

<i>Chapitre 4</i>	<b>Le rôle des tendances dans la construction de notre société contemporaine .....</b>	<b>253</b>
<b>1</b>	<b>Étudier le lieu d'expression des tendances pour comprendre ce phénomène: le choix du terrain et de la méthode d'analyse.....</b>	<b>257</b>
<b>2</b>	<b>L'analyse de contenu, une mise en relation des réseaux de sens.....</b>	<b>269</b>
<b>3</b>	<b>Norme, Mode, Tendance, la mobilisation des trois archétypes au sein du magazine <i>Elle</i>.....</b>	<b>275</b>
	<i>Regard: Analyse d'une tendance: le pop féminisme et ses nouvelles représentations du féminin.....</i>	307
<b>4</b>	<b>La production du « système mode » et les tendances.....</b>	<b>319</b>
	<i>Regard: « Traduire le langage » des tendances au travers des médias .....</i>	335
	Conclure: une triple problématique .....	343
	<i>Regard: Mettre les tendances au service des marques (et pas l'inverse) .....</i>	351
	Postface .....	359
	Bibliographie .....	361
	Les contributeurs.....	367