

Yves Jeanneret

CRITIQUE DE LA TRIVIALITÉ

**Les médiations de la communication,
enjeu de pouvoir**

ÉDITIONS NON STANDARD



Collection SIC
Recherches en sciences
de l'information
et de la communication

SOMMAIRE

LEXIQUE 10

PROLOGUE 16

INTRODUCTION : La trivialité comme enjeu 20

PREMIÈRE PARTIE

DES PRISES À L'EMPRISE

Ces médiations dont on s'empare 57

1 INTERVENIR DANS L'INTERACTION MÉDIATISÉE 64

Promesse et implication 66

Attente et figuration 71

Prédilection et ajustement 78

2 DISCOURIR 90

La matrice de l'adaptation au public 93

La densification, anticipation de la visibilité 100

Citare : mettre en mouvement 109

Énonciations éditoriale, documentaire et médiatique 119

3 CONDITIONNER LA COMMUNICATION 141

La fabrique du portrait médiatique 146

Instrumentalisation et polychrésie 156

Un processus d'industrialisation complexe 170

4 SUSCITER LES PRATIQUES 178

La préfiguration de la communication, entre scène d'interaction et programme d'activité 190

Le pouvoir souple de la suggestion 200

Réquisition/conatus, le mode hystérique de la séduction 209

L'écosystème fantasmagorique des médias 225

DEUXIÈME PARTIE

LA RENCONTRE DES PRÉTENTIONS

Arts et métiers de la trivialité 247

- 1 ANTICIPATIONS, PIÈGES ET MANNEQUINS :
UNE MATRICE** 255
 - Le double piège de la prétention** 256
 - Un modèle et son actualisation méthodique** 261

- 2 LA SÉMIOLOGIE AFFIRMÉE, AJUSTÉE, NÉGLIGÉE** 266
 - Fonder la prétention sémiologique** 267
 - Conceptions, prédilections et prétentions** 273
 - Lignes de fuite** 293

- 3 LA GENÈSE DES PRÉTENTIONS
PROFESSIONNELLES** 296
 - Prétendre communiquer sur les images** 299
 - Modèles, professionnalismes, professionnels** 306

- 4 QUAND LES *COMMUNICANTS*
(RE)DÉCOUVRENT LA TRIVIALITÉ** 315
 - Une prédilection pour la trivialité** 317
 - Travail d'anticipation et métier d'écrivain** 322
 - Valeurs, circuits et modèles** 330

- 5 LE FLOU DES EMPRUNTS, TRANSFERTS
ET MÉTAMORPHOSES** 337
 - La prétention médiationnelle des marques et ses enjeux** 339
 - Les dispositifs comme affirmation d'une prétention de fait** 347
 - De la fonctionnalité des outils à l'aura des prétentions** 355

TROISIÈME PARTIE

UNE NOUVELLE ÉCONOMIE SCRIPTURAIRE

La portée triviale des médias informatisés 363

1 RELIRE MICHEL DE CERTEAU À L'HEURE DE LA *MISE À L'ÉCRITURE* 366

L'économie scripturaire, un processus 370

Les voies d'une théorie 373

Rendre traitable le sujet de l'économie scripturaire 378

2 RUPTURES DANS L'ORDRE SCRIPTURAIRE : IMPENSÉ, TRAÇABILITÉ, DISPONIBILITÉ 388

Le moteur informatique comme suite et
réciproque de l'économie scripturaire 389

Traqués par la traçabilité 393

La disponibilité de l'invention quotidienne 398

3 L'ARCHITEXTE COMME OBJET MUTANT, ENTRE *TEXTUM* ET *TESTIS* 405

La dialectique entre écriture et informatique 410

Métamorphoses du textiel et de l'architexte 426

Les multiples modalités d'échange entre *testis* et *textum* 439

Au plus près du geste virtuose 453

4 PIÈGES, AVATARS ET CHIMÈRES 468

Transmutations sémiotiques 468

La mise en réserve de la trivialité entre les signes 470

Le piège, l'avatar et la chimère 479

Le chronotope médiatique travaillé par les médias
informatisés 496

QUATRIÈME PARTIE

LE CAPITALISME MÉDIATIQUE

**Sémiologie des médias et économie politique
de la communication** 511

- 1 DES INDUSTRIES MALAISÉES À PENSER** 531
 - Inquiétante familiarité de la culture-industrie** 532
 - Le fantôme de l'ajustement** 539
 - De la culture-industrie aux industries culturelles** 545
 - De l'interprétation des signes
à l'administration des choses ?** 555
 - La dialectique médias/culture, enjeu de l'industrialisation** 573

- 2 INGÉNIERIE MÉDIATIQUE ET PRODUCTION
DE L'ÉCHANGE** 590
 - La médiation des écrits d'écran au regard
de l'évolution des industries** 598
 - Hétérogénéité et irréductibilité des modèles et des prises** 609
 - Industrialisation, individualisation, différenciation** 619
 - Informationnalisation, médiatisation, trivialisation** 627
 - Le moment tactique des industries de la médiatisation** 636

- 3 LES ÊTRES CULTURELS INQUIÉTÉS
(NON-CONCLUSION)** 651

BIBLIOGRAPHIE 729

L'AUTEUR 750

DU MÊME AUTEUR 759

REMERCIEMENTS 760

LES ÉDITIONS NON STANDARD ET LA COLLECTION SIC 762

Comité éditorial 762

Comité scientifique 762

Explicitation des rôles 763

ACHEVÉ D'IMPRIMER 768

FOCUS — VOYAGE ET VISITE



p. 61

Le champ de la visite des lieux d'intérêt



p. 68

Le guide modèle et le guide qui modèle



p. 76

La relation entre attente et figuration dans la visite



p. 87

La réflexivité des publics de la culture et ses jeux de miroir



p. 97

Le travail du texte dans les expositions



p. 106

Le timbre-poste, densification sémiotique d'une vision des cultures



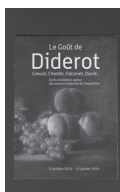
p. 115

Le guide touristique comme attracteur de savoirs



p. 125

Lire dans les pas de Marcel (Proust)



p. 137

Diderot édité, documentarisé et médiatisé



p. 143

La réinvention des Chemins de Compostelle



p.153

**Arthus-Bertrand,
le Nadar du paysage
planétaire**



p.165

**L'auto
et le métro :
mobiles
ou prétextes ?**



p.175

Étoiles filantes



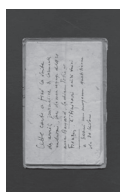
p.187

**Le City Note Book,
support d'un
imaginaire pratique
du voyage**



p.198

**Dispositifs
et performances
du tourisme
interculturel
à Belleville**



p.207

**Google Maps,
Google Earth :
une panoplie
du nomadisme
appareillé**



p.222

**Pratiques
des lieux
et pratiques
d'écriture**



p.241

**Le légendaire,
la curiosité
et l'insolite
dans les guides**