

SOMMAIRE

INTRODUCTION	5
1. COMMUNIQUER AU QUOTIDIEN	9
1. Usages de la parole	11
1.1 Communications et conflits interculturels	12
1.2 La conversation et ses arrière-plans	14
2. Maîtrise de l'écriture : la place des outils transitionnels	18
2.1 Les écritures ordinaires	18
2.2 Les usages du minitel	20
3. Communications inégales	22
2. LES TECHNIQUES AVANCÉES DE COMMUNICATION :	
DES INSTRUMENTS SANS MODE D'EMPLOI	25
1. Connaissance directe et médiation	25
1.1 Des « médiations sémiotiques » aux rationalisations techniques et procédurales	25
1.2 De la connaissance directe à sa médiation électronique	29
2. Les instruments de communication à la portée de toutes les mains ?	31
3. La continuité des usages : du livre aux dispositifs électroniques ...	34
3.1 Du livre à la télévision	34
3.2 De la bande dessinée à Internet	41
3. HISTOIRE SOCIALE DES COMMUNICATIONS	45
1. La télévision dans ses rapports avec les autres médias	47
1.1 Les cérémonies télévisuelles	48
1.2 Les effets de la concurrence entre les médias	50
2. Une histoire des médias traditionnels	53
2.1 La place de la radio	53
2.2 Le rôle culturel de la presse	55
3. Une histoire sociale du téléphone	59

4. ÉCHANGE PUBLICITAIRE ET « COMMUNICATION » ARTISTIQUE	65
1. La « pluralisation » selon Gianni Vattimo	65
2. Pragmatique de la communication	68
2.1 Pragmatique de la communication artistique	68
2.2 Une analyse pragmatique de contenu	70
3. Les registres de la réception	73
3.1 Une publicité et sa mise à l'épreuve : le « sacré à plaisanterie »	73
3.2 Le chassé-croisé entre une offre muséale et son public	78
5. LES THÉORIES DE LA COMMUNICATION ET LES SCIENCES SOCIALES	83
1. Les théories de la communication, un univers diversifié et peu homogène	83
2. La théorie de l'information : les séductions d'un modèle techniciste	87
2.1 Les communications homme-machine	87
2.2 Théorie de l'information et communications humaines	89
3. Les sémiologies de la communication (E. BuysSENS, Luis J. Prieto, J. Bertin, etc.) et le statut de la signification	96
3.1 La notion de double articulation	97
3.2 Communiquer avec des images	98
3.3 La graphique	102
CONCLUSION	105
ANNEXE : SOCIOLOGIE ET SCIENCES DE LA COMMUNICATION	109
1. La communication politique	110
2. Sociologie de la publicité	116
3. Les « communications culturelles »	119
BIBLIOGRAPHIE	121