

SOMMAIRE

Avant-propos.....	7
Introduction.....	9
Partie 1	15
Corps et médias	17
Une relation contractuelle et affective	20
Un besoin de plaisirs	23
Retour en arrière.....	24
Une communauté télévisuelle.....	25
Nécessité de la fête	26
« Il est toujours bon de se rappeler qu'il ne faut pas prendre les gens pour des idiots. ».....	28
Un corps collectif	29
La confrontation : une cérémonie télévisuelle	31
De Vidéo-gags aux « vidéo-gages »	33
Sphère privée et sphère publique : un enchevêtrement ancien	36
La valorisation de l'expérience personnelle	39
De plus en plus d'amour et d'intimité à la télévision !.....	42
Une relation corporelle.....	45
Dès sa naissance, la télévision est corporelle	46
Du corps au sexe : communication et communion à la télévision ..	48
L'enjeu d'une recherche	53
Vidéosphère et vidéo-sexe.....	53
La libération par le « X » : libération extatique ou libération du média ?.....	56
Le X anticipateur de l'évolution des médias	58
Le X au sein d'une ample demande sociale de communication.....	61
Partie 2	63
Le corps sur internet	65
Une véritable innovation en termes d'usage.....	65
Une filiation d'usage	67
Ce n'est pas du virtuel !	70
Ce corps communicant hors et dans le média !.....	70
Internet media tactile ?.....	74
Le recours à une esthétique de la communication	76
Circulation dans l'image.....	78
L'ubiquité temporelle du corps	79
La fenêtre oubliée.....	80

Plaisir iconique.....	81
Trois modalités filmiques et esthétiques de la webcam	81
Artistes et usagers: même combat contre la primauté de l'œil!.....	84
De Handsight au Corpocinéma (Entrons le plus possible dans l'image)!	85
De la physique du texte à l'entr'images.....	87
De l'explication soliloqueuse à l'@perception assimilatrice	89
L'@pprésentation commutative.....	92
Du collectif corporel à la communautisation commutative	96
Partie 3	99
Le projet initial d'associer phénoménologie et anthropologie visuelle	101
Complémentarité des approches phénoménologique et anthropologique.....	104
L'anthropologie visuelle: une discipline du sens	106
Le défaut de légitimité du document audiovisuel et multimédia..	110
Un projet initial stabilisé.....	113
Mode simple (a) ou double et simultané (a et b en même temps) .	116
La gestion de l'imprévu en anthropologie hypermédia	127
De la difficulté à nommer une anthropologie du réseau électronique!.....	131
Les promesses du couplage de l'anthropologie hypermédia à la « virtual ethnography »	134
Les principes de la virtual ethnography.....	135
L'adaptabilité d'une ethnographie.....	138
Un cadre évolutif de recherche de type « flahertien ».....	143
De l'intérêt de l'esthétique et de l'expérience esthétique: vers une « œuvre-limite »!	146
D'autres terrains de recherche	153
Conclusion	
Vers une anthropologie phéno-commutative	161
Bibliographie.....	169
Travaux de l'auteur mentionnés.....	179
Annexes	183
Table des illustrations.....	191