HAL open science

Penser les circulations des biens culturels en Méditerranée à l'aune des jeunes adultes

Abdelfettah Benchenna, Hélène Bourdeloie, Zineb Majdouli, Préface De, Miguel de Aguilera

To cite this version:

Abdelfettah Benchenna, Hélène Bourdeloie, Zineb Majdouli, Préface De, Miguel de Aguilera. Penser les circulations des biens culturels en Méditerranée à l'aune des jeunes adultes. Cultures et jeunes adultes en région Méditerranée. Circulations, pratiques et soft power, 2021. sic_03779610

HAL Id: sic_03779610

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_03779610

Submitted on 17 Sep 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Sous la direction de
Abdelfettah Benchenna
Hélène Bourdeloie
Zineb Majdouli

Cultures et jeunes adultes en région Méditerranée

Circulations, pratiques et *soft power*

Préface de Miguel de Aguilera

L'Harmattan

SOMMAIRE

PRÉFACE 9
Miguel de Aguilera

INTRODUCTION
Penser les circulations des biens culturels en Méditerranée
à l'aune des jeunes adultes..... 15
Abdelfettah Benchenna, Hélène Bourdeloie et Zineb Majdouli

1. PRODUCTIONS CULTURELLES EN MUTATION, COOPÉRATION ET *SOFT POWER*

Coopération culturelle en Méditerranée : pour une perspective de diversité..... 43
Enrique Bustamante

Interroger la circulation des productions culturelles et médiatiques
dans la région MENA au prisme des diplomaties publiques
Les jeunes adultes de la rive Sud de la Méditerranée :
une préoccupation planétaire ? 67
Abdelfettah Benchenna

Industrie mondiale de la musique et cultures musicales
des jeunes adultes en Turquie..... 101
Dilruba Çatalbaş Ürper

Les industries culturelles et créatives et la question de l'emploi
des jeunes adultes en Andalousie 119
Antonio Castro-Higueras

2. DE L'EFFET DE L'ÂGE ET DE L'EMPRISE DU NUMÉRIQUE SUR LES PRATIQUES CULTURELLES ?

Interrelations entre les âges et culture cinématographique
des jeunes spectateurs..... 137
Benoît Kastler

Les jeunes adultes français face à l'audiovisuel numérique :
de l'émancipation à la participation..... 165
Amandine Kervella, Élodie Kredens, Marlène Loicq et Florence Rio

Pratiques de consommation de l'information chez les jeunes adultes :
trois mutations sur la scène numérique..... 187
Andreu Casero-Ripollés

Les jeunes adultes « des classes populaires » au Maroc
et leurs pratiques spectatorielles au temps du numérique
Quelle pertinence pour la notion de non-public ? 203
Abdelfettah Benchenna

3. Circulations des productions culturelles et réceptions transnationales

Égypte : chansons *halal*, feuilletons télévisés du Ramadan
et marchés édulcorés..... 225
Karin van Nieuwkerk

De *Shakira* à *The Great Gatsby* et *Soliman*.
Cosmopolitisme esthétique chez les jeunes Français et Tunisiens 241
Vincenzo Cicchelli, Sylvie Octobre et Nadia Tarhouni

« *American way of life* » et les jeunes adultes en Turquie :
lectures et usages des séries américaines..... 259
Hülya Uğur Tanriöver et Barış Kara

4. Productions alternatives des jeunes adultes : performance créative, contestation, et notoriété

De la « Nayda » à l'après-20 février au Maroc, écrire en *darija* :
textes d'une jeunesse… 277
Dominique Caubet

Circulation of cultural practices. Young Moroccans and Parkour..... 295
Ines Braune

Jeunesse subalterne et boucles de la reconnaissance
à l'âge du *stream* expressiviste (micro-vidéo, *tag*, *fanbase*) 309
Laurence Allard

Les contributeurs et contributrices 323

PRÉFACE

Miguel de Aguilera

Au fil des millénaires, le bassin méditerranéen a été le berceau des cultures les plus influentes de toute l'Histoire. La mer Méditerranée est un environnement fructueux de création culturelle, un creuset de cultures caractérisé par un incessant mouvement de personnes, de biens matériels et d'idées. Les gens du Nord, du Sud, de l'Est et de l'Ouest s'y croisant, cela a contribué à l'enrichissement mutuel des différentes cultures et a donné lieu à d'innombrables métissages et hybridations. Ces cultures hybrides sont particulièrement marquées et nettement reconnaissables dans les régions frontalières.

Notre époque, tout le monde le sait, est marquée par de forts changements affectant comme jamais nos cultures. L'intense numérisation des moyens d'expression et la mondialisation culturelle y participent lourdement. En général, la mondialisation transforme en profondeur les circonstances constituant le contexte dans lequel se déploie la culture, ainsi que ses moyens d'expression. Même si d'autres régions culturelles acquièrent progressivement plus d'importance dans la culture mondiale, il faut dire que le vaste bassin méditerranéen est encore, malgré tout, un des principaux foyers de production et d'échanges culturels. Ainsi, des idées voyagent et alimentent les espoirs, les rêves d'une vie meilleure de tant de jeunes adultes qui émigrent vers le Nord. Des idées qui voyagent également par d'autres moyens, par internet ou par satellite, et qui accompagnent les diasporas de part et d'autre du bassin méditerranéen. Des idées, enfin, qui circulent par le gigantesque système médiatique interconnecté et omniprésent dans nos vies, qui nous permet de mieux connaître d'autres cultures, et nous sert dans notre vie quotidienne à interagir avec certains de ces éléments. Mais les idées, les personnes, les biens en mouvement incessant, et les cultures qui se donnent rendez-vous dans le bassin méditerranéen, ne sont pas toutes originaires de cette région du monde. Et c'est parce que, dans cette société mondialement interconnectée, d'autres cultures affluent aussi dans le bassin méditerranéen. Parmi elles, celles des principaux acteurs mondiaux, dont la présence est très importante dans la production et la diffusion des contenus culturels. Ces acteurs mondiaux cherchent à exercer une certaine influence sur les plans politique et économique et proposent des visions du monde plus ou moins

différenciées, même si nous sommes bien obligés de constater une certaine universalisation des goûts, des façons de se divertir et de s'exprimer.

Il n'est pas nécessaire d'approfondir davantage le sujet ni de se perdre dans les détails, car certains d'entre nous ont déjà produit des écrits s'appuyant sur des recherches sérieuses à ce sujet et argumenté de façon réitérée que nous vivons dans une époque de changements culturels. Il est certain qu'il s'agit d'une période complexe et très intéressante, caractérisée par des processus culturels intenses et spéciaux, qui ont lieu dans le bassin méditerranéen, auxquels participent d'innombrables acteurs, de différentes origines, aux différents objectifs et aux rapports de forces inégaux. C'est la raison pour laquelle il est indispensable de bien connaître la réalité, de l'observer en faisant preuve d'esprit critique, de l'examiner et d'établir des espaces favorisant réflexion et débats. C'est pourquoi le livre que je présente ici est plus que jamais d'actualité et occupe une partie d'un vaste espace, remarquablement vide du fait des rares publications de ces dernières années sur la circulation des biens culturels dans le bassin méditerranéen. Il convient de rappeler que la situation actuelle de faible activité en matière de recherche a été précédée par une grande vague d'études sur ce même sujet couvert par ce livre. Toute une série de publications parues dans les vingt dernières années du XXe siècle portaient spécialement sur les communautés diasporiques et sur le maintien de leurs sentiments d'appartenance par la diffusion de fichiers audio et vidéo sur les radios et télévision satellitaires. Il y eut par la suite une vague d'études principalement axées sur les utilisations des communications numériques, et en particulier des réseaux sociaux, par certains mouvements sociaux, comme par exemple celui du 15-M espagnol ou du Mouvement des indignés, ou encore du Printemps arabe, qui se sont développés pendant les crises économiques et politiques subies ces dernières années par les peuples des pays riverains situés au Nord et au Sud de la Méditerranée. Aujourd'hui, toutefois, même si certains travaux publiés présentent un grand intérêt, rares sont ceux qui offrent une vision critique sur la culture et les processus de création, production, diffusion, utilisation et consommation de biens culturels dans le bassin méditerranéen. Sont encore plus rares ceux qui portent plus précisément sur le segment de population des « jeunes adultes », qui joue pourtant un rôle fondamental dans la production, la circulation et la consommation des productions culturelles de notre époque.

Il s'agit d'une tâche complexe que de cerner les différentes facettes d'un tel sujet. Et c'est justement ce qui est proposé dans ce volume. Les auteurs ont développé une série de questions qui s'articulent autour de quatre axes, permettant d'aborder des aspects qu'il faut connaître pour pouvoir comprendre de quelle manière ces jeunes adultes tissent des relations entre leurs propres cultures et les cultures externes qui leur sont proposées, de quelle façon ils participent au cadre complexe de cette nouvelle culture numérique, comment ce segment de la population perçoit les mutations culturelles.

Dans ce contexte caractérisé par une intense circulation de productions culturelles de nature diverse et variée, convoquant « médias traditionnels » et « nouveaux médias », nombreuses sont les questions qu'il convient de poser aux spécialistes. En voici quelques-unes : quel est le rôle joué par les acteurs économiques de la culture, parmi lesquels on peut citer les énormes conglomérats industriels qui contrôlent la production et la distribution de contenus et même, dans certains cas, quelques-unes des infrastructures permettant leur consommation ? Quelles stratégies peuvent concevoir les acteurs régionaux, parmi lesquels on peut citer les chaînes de télévision publiques, généralement déconcertées dans l'accomplissement de leur mission, et quelles politiques doivent fixer et développer les pouvoirs législatifs et exécutifs ? Favorise-t-on le développement d'une plus grande diversité dans l'offre culturelle ou génère-t-on plutôt de nouvelles formes de domination culturelle, et par conséquent sociale ?

Bien entendu, dans bon nombre de recherches menées précédemment, plusieurs auteurs ont tenté de répondre à plusieurs de ces questions. Peut-être tout particulièrement à la dernière qui, au fond, porte directement sur la question du pouvoir. Il faut dire que les études en communication ont consacré beaucoup de travaux à développer des questions relatives au pouvoir culturel et social, à la résistance face à ce pouvoir et aux rivalités de différents collectifs sociaux pour l'exercer. Ont aussi été abordées, en dernier ressort, par une grande partie des recherches et réflexions, il y a quelques années, avec enthousiasme, le surgissement de nouveaux mouvements sociaux prenant appui sur les réseaux sociaux pour se développer, ainsi que la naissance de certaines nouvelles utilisations des moyens de communication, permettant la participation active aux processus de communication des acteurs sociaux qui en avaient été jusque-là exclus ou limités à jouer un rôle plus passif. Les allusions, fréquentes pendant quelques années, à des questions telles que le « journalisme citoyen », internet et les réseaux sociaux comme les nouveaux environnements d'une « agora virtuel », l'« autocommunication des masses », les « prosommateurs » et la « culture de la convergence », entre autres, mettent en exergue des phénomènes de communication innovants et intéressants. Ces thématiques reflètent également les espoirs associés à leur utilisation visant à favoriser un fort changement social. Ces notions, considérées si importantes ces dernières années dans les études de communication, s'inscrivent généralement dans le cadre de discours optimistes, dans des visions parfois utopiques, portant sur l'évolution des sociétés et au rôle que peuvent arriver à jouer dans le cadre d'une telle évolution certains acteurs sociaux utilisant des médias permettant, entre autres choses, de faire participer leurs usagers dans divers processus sociaux.

Même si ces narrations plutôt utopiques ont façonné pendant quelques années notre interprétation, elles doivent désormais coexister avec d'autres qui, en revanche, leurs sont contraires (dystopiques). Les travaux mettant en avant certains aspects négatifs de cette profonde mutation des moyens de

communication que nous subissons aujourd'hui et de certaines de ses utilisations les plus remarquables, ont même acquis de plus en plus d'importance et ont été plus largement diffusés. Ces travaux projettent dans le meilleur des cas une vision pessimiste, et dans le pire des cas une vision ouvertement dystopique. Ils sont parfois fondés sur des concepts économiques régulièrement mentionnés, tels que : « travail immatériel », « capitalisme cognitif » ou ère des « prosommateurs ». Indépendamment de son bien-fondé très controversé, des notions qui en tout cas mettent l'accent sur la croissante prédominance de ce que Manuel Martín Serrano appelait la « contre-utopie technocratique » : une vision du monde opposée à celle de l'utopie humaniste, à celle que ce mouvement philosophique a pu déplacer d'une position plus centrale et qui, actuellement aussi, est parvenu à réorienter les progrès scientifiques et techniques de façon à stimuler la croissance économique.

Il est vrai qu'à notre époque, presque la totalité de l'espace de communication collectif et public est clairement favorable à une logique économique, processus qui commercialise les communications et qui offre, en même temps, de nouvelles modalités aux inégalités sociales. Dans ces espaces, si le contrôle exercé par certains acteurs est déjà important, il ne cesse d'augmenter, tout spécialement par les acteurs qui sont regroupés sous les sigles GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft) : il s'agit de gigantesques entités qui agglutinent entre autres activités la production de contenus et leur diffusion, et qui conditionnent même leur consommation par des actions de marketing mais aussi par le biais de leurs recommandations. En effet, cette époque de surabondance de communication dans laquelle un très grand nombre de contenus culturels retient l'attention des utilisateurs, oblige à filtrer, choisir et recommander soi-même certains contenus, fonctions que remplissaient auparavant plusieurs personnes, dans le cadre de missions de « *gatekeeping* » ou de « curation ». Mais, dans une large mesure, nous avons délégué aux algorithmes ces groupes d'opérations mathématiques que l'on intègre dans de plus grands dispositifs technologiques, toute une série de fonctions telles que classer, filtrer, donner la priorité à, recommander et même décider quels contenus sont les plus adaptés pour chaque utilisateur.

Dans des sociétés comme la nôtre, si fortement numérisées, les énormes quantités de données générées dans les différents environnements de notre vie quotidienne, ainsi que certaines tendances technologiques font que bon nombre de nos activités culturelles sont fondées sur ces algorithmes. Des activités aussi diverses, par exemple, que la sélection du partenaire le plus adapté, le filtrage et la recommandation de contenus culturels avec lesquels gérer nos émotions ou avec lesquels nous tenir au courant de l'actualité. Les algorithmes conditionnent dans une large mesure nos connaissances, nos moyens d'y accéder, nos découvertes, nos sentiments et nos décisions, non seulement dans les différents contextes de notre vie privée mais aussi dans bien d'autres contextes institutionnels ou organisationnels. C'est la raison

pour laquelle on parle de plus en plus, et avec une certaine inquiétude, d'une « culture des algorithmes » et du pouvoir social exercé par ces algorithmes, ou plus exactement du pouvoir social exercé par certains moyennant ces algorithmes.

Dans le bassin méditerranéen on vit, en somme, dans un environnement culturel complexe, et plus concrètement, dans un environnement de communication complexe. Il est en tout point nécessaire de connaître avec précision et rigueur ainsi que d'interpréter correctement, de dépasser les visions utopiques et dystopiques relatives à ce que cet environnement peut représenter. Tout ceci pour que ces connaissances sérieuses et rigoureuses de la situation constituent une base solide aux indispensables politiques publiques, qu'elles servent également de fondement aux stratégies des acteurs régionaux et enfin qu'elles simplifient l'action de communication d'autres collectifs n'occupant pas une position dominante dans nos sociétés. Ce livre, qui contient plusieurs contributions de différents points de vue, constitue assurément un remarquable apport qui vous permettra de développer vos connaissances sur cette situation.

INTRODUCTION

Penser les circulations des biens culturels en Méditerranée à l'aune des jeunes adultes

Abdelfettah Benchenna,
Hélène Bourdeloie
et Zineb Majdouli

Issu de travaux d'un colloque[1] international et interdisciplinaire qui s'est tenu fin 2014 à l'Université Paris 13, ce volume convoque plusieurs perspectives qui interrogent les rapports qu'entretiennent les jeunes adultes de la région méditerranéenne avec les produits culturels et médiatiques à l'ère du numérique et de la globalisation. Il s'agit là de questionner les logiques de production, diffusion, mise en circulation et consommation d'une partie significative de la population dans un espace géographique aussi diversifié que celui du bassin méditerranéen.

Le constat de départ, à l'origine de l'organisation de cette rencontre, peut se résumer ainsi : alors qu'une série de publications est consacrée, depuis les années 1990, aux flux informationnels dans la région, depuis l'avènement des chaînes satellitaires arabes (Albert, 1992 ; Mostefaoui, 1995 ; Bras, Chouikha, 2002 ; Mérmier, 2003 ; Cousin & Crivello, 2008 ; González-Quijano & Guaaybess, 2009 ; Mohsen-Finan, 2009), aux usages des réseaux socionumériques (RSN) par les jeunes adultes, voire au rôle joué par ces dispositifs techniques dans ledit « Printemps arabe » (González-Quijano, 2012 ; Najar, 2013), peu d'intérêt est porté aux mutations en cours des productions, circulations et modes de consommation des biens culturels (musique, cinéma, livre, presse, etc.) dans la région Méditerranée, et plus particulièrement dans sa rive Sud. L'objectif consistait alors à examiner ces transformations, et ce, à trois niveaux :

[1] Nous tenons ici à remercier nos collègues Christine Chevret-Castellani, Thomas Guignard et Eleni Mouratidou qui ont participé activement à l'organisation de cette manifestation. Nos remerciements vont également aux étudiants du département Métiers du multimédia et de l'internet, pour leur implication ; à l'IUT de Bobigny ; au conseil scientifique de l'Université Paris 13, au Labsic et au Labex ICCA pour les soutiens financiers qu'ils ont apportés à cette manifestation et à ce projet éditorial.

– Un premier niveau analyse les rapports de forces en termes géopolitiques et culturels. L'idée est de mettre l'accent sur la nature des biens culturels qui circulent au sein de la région et sur les stratégies et les rôles joués par les instances supranationales et nationales des États en la matière. En d'autres termes, il s'agit d'analyser les politiques étatiques – pour ne pas dire publiques – en matière de culture vis-à-vis des jeunes, comme la coopération culturelle entre pays de la région. Il est également question de porter un regard distancié sur les diplomaties publiques qui manifestent un intérêt pour la région Méditerranée, et particulièrement pour ses jeunes.
– Un deuxième niveau s'intéresse aux stratégies des acteurs économiques – qu'ils soient issus des pays de la région ou d'ailleurs –, comme celles des groupes sociaux ou ethniques en matière de production et de circulation des biens culturels.
– Enfin, un troisième niveau porte sur les pratiques individuelles et les représentations que les jeunes adultes ont des biens culturels qu'ils consomment ou confectionnent.

Structurées autour de quatre axes, les contributions ici réunies font écho aux problématiques soulevées lors du colloque avec pour ambition d'amorcer une réflexion critique et d'apporter un éclairage sur des questions portant à la fois sur les politiques nationales et transnationales des cultures ; les stratégies des acteurs économiques, les marchés visés et leurs modes de circulation et, enfin, les productions alternatives des jeunes adultes, leurs habitudes de consommation et d'usages.

1. Productions culturelles en mutation, coopération et *soft power*

Dans une perspective d'économie politique critique, les deux premiers chapitres examinent les enjeux de la circulation des productions culturelles. Enrique Bustamante interroge la coopération culturelle internationale dans la région, alors qu'Abdelfettah Benchenna analyse la question de la circulation des biens culturels spécifiquement en Afrique du Nord et au Moyen-Orient (MENA[2]) à la lumière de stratégies et actions de diplomaties publiques.

Enrique Bustamante se livre à une réflexion sur les points de croisement entre les termes « Méditerranée », « jeunes adultes » et « circulation des biens culturels ». Sujet complexe, la culture chez les jeunes adultes du bassin méditerranéen exige, selon lui, non seulement de procéder à une rétrospective historique, mais aussi de cerner les cadres socioéconomiques et politiques en perpétuelle évolution et, partant, de réfléchir aux effets de la transformation de la culture sur les pratiques des jeunes. Ainsi, sur les plans politique et géopolitique, la région Méditerranée doit être, selon l'auteur,

[2] Middle East and North Africa.

pensée au regard des réalités des pays qui la composent, mais aussi des relations qu'ils entretiennent, tout comme de leur rapport aux pressions de la dérégulation économique et de la mondialisation. Selon lui, la Méditerranée est un espace qui doit échapper aux généralisations des concepts politiques ici inopérants, comme celui de la dialectique Nord-Sud. Il rappelle du reste que les différentes « figures » de crise que connaît la région permettent de dépasser ce clivage entre le Nord et le Sud. Depuis une décennie, la crise est certes économique pour les pays du sud de l'Europe (Grèce, Portugal, Espagne et Italie), mais également géopolitique depuis soixante-dix ans, car liée au conflit israélo-palestinien. Elle est également synonyme d'instabilité politique depuis ledit Printemps arabe, pour des pays comme la Syrie, la Lybie ou l'Égypte, etc. Enfin, ces différentes crises ne sauraient dissimuler les déséquilibres et inégalités entre les peuples, régions, ethnies et nations, dont les premières victimes sont les migrants qui arrivent du Sud ou de l'Est pour se diriger vers l'Europe.

Dans un second temps, l'auteur questionne la notion de « jeune adulte » qui, selon lui, nécessite d'être caractérisée quand il s'agit de la région Méditerranée. À titre d'exemple, dans la majorité des pays arabes, la catégorie « jeune » recouvre des fourchettes d'âge très diverses et difficilement comparables entre elles ou dans le temps. Au-delà de ces précisions, l'auteur attire surtout l'attention sur deux phénomènes spécifiques à cette période de la vie au sein de la région. Le premier, lié à la génération « *boomerang* » (qui part du foyer familial pour toujours y revenir), concerne les pays de la rive Nord de la Méditerranée, et le second, lié au désir d'émigration vers le nord, affecte plus particulièrement les jeunes de la rive Sud de la Méditerranée. Pour autant, la détérioration de la condition socioéconomique des jeunes des pays de l'espace méditerranéen ne doit pas être confondue avec l'absence des grands processus de transformation dans cette catégorie d'âge, qui a été confrontée à des mutations dans la distribution et la circulation des biens culturels. À juste titre, l'auteur rappelle qu'au « Sud » de l'espace méditerranéen, la télévision par satellite a permis d'élargir le champ télévisuel et de donner accès à des chaînes internationales et « ethniques ». De même, l'essor des téléphones portables ainsi que de lieux collectifs d'accès au numérique ont permis de combler certains fossés. Mais beaucoup reste à faire en matière de recherche académique pour mesurer l'amplitude et les orientations de ce processus.

En partant des pays d'Europe du Sud et des politiques publiques de l'Union européenne (UE) en matière de coopération culturelle internationale, Enrique Bustamante analyse ensuite les contextes sociotechniques et sociopolitiques de la culture. Pour lui, la communication et la culture contemporaines sont marquées par la convergence digitale dont les conséquences, tant sur la production que sur la circulation des biens symboliques (marchandisation des contenus et des données personnelles, socialisation ambiguë des réseaux sociaux numériques (RSN), fractures numériques béantes, etc.), sont multiples. Tout en précisant qu'il ne s'agit

pas de minimiser ou d'ignorer les avantages ou possibilités offerts par les RSN sur le plan du rayonnement culturel et communicationnel, ou sur celui de l'émergence de nouvelles pratiques, l'auteur observe que l'augmentation exponentielle de l'offre et de la demande individuelles engendre des processus de marchandisation et de discrimination plus forts. Ainsi, l'éloge de l'innovation et de la réinvention permanente des objets *high-tech* transformés en objets indispensables pour les contenus en ligne, ou encore celle de la re-matérialisation, tendent à constituer des réseaux fermés ou propriétaires (ex. : le Kindle d'Amazon, les iPads et iPods d'Apple ou toutes leurs applications…). Étroitement liées, la production et la distribution conditionnent dangereusement la consommation. L'auteur indique également que ni l'innovation technologique, ni le marché qui se transforme à son contact, ne garantissent à eux seuls l'accès universel à la culture ou la diversité de choix et de consommation des citoyens. En définitive, les politiques publiques sont, pour lui, plus nécessaires que jamais à l'ère du numérique, que ce soit sur le plan national ou international. Car c'est là que se joue principalement l'avenir de la chose publique et son caractère essentiel pour la démocratie, l'égalité et la solidarité. À l'issue de sa contribution, l'auteur nous fait remarquer l'importance de mobiliser l'économie politique de la communication et de la culture qui demeure une perspective pertinente pour analyser les interactions entre agents et activités et les recompositions entre le monde analogique et numérique. Enrique Bustamante rappelle ainsi l'objet de cette perspective, comme l'a défini Vincent Mosco (2009), consistant à étudier les relations sociales, particulièrement de pouvoir, que constituent mutuellement la production, distribution et consommation de ressources, notamment symboliques.

La contribution d'Abdelfettah Benchenna s'inscrit résolument dans cette perspective. Outre les constats précédemment formulés (crise économique en Europe du sud, instabilité politique de plusieurs pays de la rive Sud après ledit Printemps arabe, etc.), il fait remarquer que les dirigeants politiques de la région Méditerranée ont toujours privilégié une coopération centrée davantage sur les préoccupations commerciales et sécuritaires que proprement culturelles. Il s'interroge sur la finalité de moult programmes dont l'objet principal est le jeune adulte de la rive Sud de la méditerranée, figure devenue, selon lui, une préoccupation commune des puissances géopolitiques internationales (pays d'Europe, États-Unis, pays du Golfe, etc.). L'objectif est ici de comprendre les finalités et enjeux de ces programmes, et particulièrement la place qu'ils accordent aux biens culturels. Pour y répondre, l'auteur interroge d'abord la notion de « jeune adulte » en revenant sur quelques travaux de la sociologie de la jeunesse et en cherchant à identifier les spécificités de cette période de la vie dans la région MENA. En s'appuyant sur les travaux de Cicchelli (2001) et Chambaz (2001), il rappelle que cette notion renvoie à une situation que les termes « adolescent » ou « jeune » ne peuvent suffisamment décrire. L'auteur dresse le même constat qu'Enrique Bustamante à propos de cette

catégorie d'âge. Situés le plus souvent dans une tranche d'âge de 18 à 30 ans, les jeunes adultes se trouvent aux frontières entre dépendance et autonomie financière ; entre vie scolaire et vie active et entre le vivre chez les parents et le vivre ailleurs. L'auteur ajoute que la notion de « jeune adulte » peut aussi être interrogée d'un point de vue géopolitique. Il fait remarquer que les politiques étatiques des pays de la région MENA, à destination des jeunes, sont majoritairement défaillantes ; comme le démontre par exemple le fort désir d'émigration vers l'Europe. Cette situation ne laisse indifférents ni les pays européens ni certaines organisations internationales qui s'intéressent de près aux jeunes adultes et initient des actions qui visent ces derniers. Nombreux sont les pays qui mobilisent des moyens financiers considérables pour la mise en place de projets à destination des jeunes de la région MENA, devenus une préoccupation commune de leurs diplomaties publiques.

L'intérêt porté aux jeunes de la région MENA est également pensé en termes d'incitation à la participation politique ; dimension qui s'est accentuée depuis ledit « Printemps arabe ». L'auteur note que les projets à destination des jeunes adultes d'Afrique du Nord et du Moyen-Orient sont souvent accompagnés d'études fondées majoritairement sur un modèle théorique dit de la transitologie où la transition politique va de pair avec l'économie de marché et la libéralisation.

Enfin, Abdelfettah Benchenna analyse la place accordée aux diplomaties médiatiques et culturelles. Il expose les figures du « *Soft Power at work* » (Cross & Melissen, 2013) à destination des pays de la région MENA, tout en essayant d'y déceler les actions destinées spécifiquement aux jeunes adultes. Ces diplomaties médiatiques et culturelles passent entre autres, selon lui, par les médias audiovisuels comme BBC Arabic, Alhurra, TV5 ou RT (pour ne citer que celles-ci) et l'industrie cinématographique (américaine, indienne, etc.), et intègrent également les plateformes ou médias socionumériques. Il s'intéresse aux cas de l'Europe – en tant que puissance politique – des États-Unis, des pays du Golfe, de la Russie, de la Chine, de l'Inde et de la Turquie.

Consacrée précisément au cas de la Turquie, la contribution de Dilruba Çatalbaş Ürper fait quant à elle écho aux précédentes contributions en s'intéressant aux spécificités de l'industrie musicale en Turquie. Dans une perspective socioéconomique des industries culturelles qui articule à la fois stratégies des acteurs économiques de la musique et consommations musicales des jeunes, l'auteure se pose la question suivante : comment l'implantation progressive d'une industrie musicale internationalisée couplée à la dématérialisation de la musique a-t-elle un effet à la fois sur les modes de production locale comme sur les goûts et les modes d'appropriation des jeunes consommateurs ? Pour y répondre, l'auteure présente la globalisation et la numérisation comme deux phénomènes qui se sont progressivement imposés dans le contexte turc en renforçant la segmentation de la consommation culturelle des jeunes. Selon l'auteure, les inégalités de revenus, d'éducation ou socioéconomiques contribuent à creuser les clivages

de goûts et de consommations entre jeunes issus des classes supérieures et jeunes issus des milieux populaires.

L'auteure dépeint alors conjointement le développement de l'industrie musicale, les évolutions socioculturelles dans lesquelles elle s'ancre et les aspects sociaux de la jeunesse turque et de ses consommations. Si, pendant de nombreuses années, l'industrie du disque a été développée par des représentants locaux d'entreprises internationales, la contrefaçon et le piratage ont conduit à la faillite de ces antennes locales et, ce faisant, à nuire au secteur musical en Turquie. Ce dernier n'est pas vraiment parvenu à devenir un secteur industriel à part entière. Dans les années 1990, cette industrie a toutefois été stimulée par le contexte politique et économique de libéralisation de la radio et de la télévision. La dérégulation des chaînes a en effet non seulement permis de faire circuler la musique globale, mais aussi de mettre en valeur des musiques et artistes turcs comme Tarkan. Dans ce contexte où la pop s'est imposée chez les jeunes, de grandes sociétés comme Universal Music Group ont étendu leur présence en Turquie au cours de cette même période. Toutefois, l'amplification du phénomène de piratage, favorisé par celui du web et de la musique connectée, dans un contexte de crise économique du début des années 2000, a considérablement perturbé le secteur. Les ventes de cédéroms ont chuté et des artistes ont été marginalisés en raison du refus des labels de prendre le risque de promouvoir de nouveaux talents. De nouveaux acteurs, comme YouTube, Deezer ou des opérateurs mobiles locaux proposant des services de téléchargements musicaux se sont imposés.

Sur le plan des consommations cette fois, Dilruba Çatalbaş Ürper, confortant sur ce point les résultats internationaux (Le Guern, 2016), montre que les jeunes consomment de plus en plus de la musique dématérialisée. Certaines sociétés turques se sont spécialisées dans ce créneau de téléchargement légal de musique. Un autre changement dans les cultures musicales des jeunes en Turquie concerne, dans les années 2000, le phénomène de musique pop, très prisée par la jeunesse turque et internationale. Cependant, derrière cet intérêt apparemment unifié, s'observent de nombreux clivages chez les jeunes, observe l'auteure : clivages de sexes, liés aux origines sociales, économiques, géographiques (disparités entre les populations urbaines ou rurales) et au capital scolaire, etc. Si, dans les catégories moyennes et supérieures, les usages des objets numériques connectés sont monnaie courante, ce n'est pas le cas des jeunes issus de familles à faibles revenus. Au fond, les consommations musicales de la jeunesse turque semblent refléter un paysage sociétal turc fragmenté sur un plan culturel et identitaire. D'un côté, les jeunes urbains des classes moyennes et supérieures développent une culture musicale internationale, très empreinte du modèle occidental, alors que les autres semblent se limiter à la musique turque. Les fragmentations qui s'opèrent dans le paysage de la consommation musicale juvénile semblent finalement reproduire les tensions qui perdurent au sein de la société entre le modernisme / traditionalisme,

entre l'emprise de l'islamisme *vs* le principe de laïcité ou encore entre ethnies du fait des divisions turco-kurdes. On peut ainsi se demander si, à la suite de la conclusion de l'auteure, les sphères de production et consommation musicales continueront de marquer ce phénomène de morcellement de la société.

C'est ensuite en Andalousie que nous mène la contribution d'Antonio Castro-Higueras qui interroge les politiques publiques en matière d'emploi des jeunes dans les filières des industries culturelles et créatives. L'auteur part d'une série d'indicateurs sur ces industries en Andalousie pour interroger la question de l'emploi des jeunes adultes et la place du secteur culturel et créatif dans l'économie de cette région. En s'appuyant sur un ensemble de données quantitatives, il analyse la distribution spatiale du secteur et sa concentration autour de grands noyaux urbains et met l'accent sur le rôle que jouent les jeunes adultes dans ce secteur en tant qu'agents de production et de distribution des biens culturels et créatifs. Selon Antonio Castro-Higueras, les industries culturelles et créatives, qui génèrent 3 % de la richesse de la région et emploient 4 % de la population active de la communauté autonome, représentent un secteur stratégique de l'économie andalouse, non seulement pour leur rôle dans la création de richesse, mais aussi pour leur impact sur l'emploi. Formé principalement de petites entreprises et doté d'une productivité élevée, ce secteur est, note l'auteur, proportionnel à la densité de population ; ce qui n'est pas forcément le cas d'autres entreprises andalouses. La spécificité des industries culturelles et créatives andalouses concerne aussi la tranche d'âge (majorité de 18-29 ans) des employés. Plus généralement, les jeunes occupent essentiellement des emplois qualifiés et possèdent un niveau d'études plus élevé que le même groupe d'âge dans le reste des activités. Alors que les industries culturelles et créatives occupent une position privilégiée au sein de l'économie régionale andalouse et que les jeunes y jouent un rôle déterminant, tout laisse à penser que cette réalité est négligée par les décideurs politiques espagnols qui réduisent les dépenses publiques dans ce domaine.

En définitive, cette première partie met l'accent sur le fait que l'analyse de la circulation des biens culturels ne peut échapper à l'examen d'enjeux politiques, économiques et géopolitiques d'une région qui, depuis des décennies, connaît une instabilité et des transformations significatives. Si dans la partie sud, les politiques étatiques culturelles se caractérisent par une série de défaillances, les politiques culturelles issues de la coopération internationale dans la région MENA sont marquées par des enjeux stratégiques résultant d'agendas politiques souvent divergents. Il n'en reste pas moins qu'ici comme ailleurs, la circulation des biens culturels nécessite d'être interrogée à la lumière de mutations que connaissent, à un niveau local, les pratiques culturelles sous l'impulsion du numérique. C'est par la mise en relation conjointe entre la dimension macro-économique et macro-sociale, l'interdépendance entre politiques nationales et internationales et l'examen des particularités des pratiques de consommation locales qu'il est

possible de mettre en lumière les enjeux et transformations des modes d'action et d'appropriation culturels en Méditerranée.

2. De l'effet d'âge et de l'emprise du numérique sur les pratiques culturelles ?

Pour introduire la deuxième partie de cet ouvrage, Benoît Kastler ne pose pas la question de la circulation des produits et des œuvres d'un point de vue géographique ou local, mais d'un point de vue temporel. L'auteur nous interpelle, en effet, sur la notion d'âge en tant que catégorie *a priori* appelée à décrire des phénomènes de réception culturelle. Il pose, en somme, une question centrale : celle de la valeur heuristique d'un choix catégoriel fondé sur l'âge lorsqu'on mène une recherche sur la réception culturelle. Il justifie ce questionnement en postulant que la classe sociale n'est plus, selon lui, un indicateur pertinent pour comprendre un certain type de consommation culturelle, notamment cinématographique. L'auteur met l'accent sur l'âge pour deux raisons essentielles : la première, en citant les chiffres du ministère français de la Culture (2015), est que le cinéma est l'art le plus consommé et le plus démocratisé. La seconde doit au fait que l'essor des pratiques de visualisation en ligne a produit une rupture de « l'interdépendance entre capital économique et capital culturel », pilier de la théorie de *la distinction* chez Bourdieu (1979).

En étudiant la culture cinématographique et en menant des entretiens avec des jeunes Français âgés de 10 à 14 ans, il observe que la catégorie âge participe à la prédéfinition de ce qui « doit » être consommé. Les âges ne sont pas indépendants les uns des autres, mais interreliés par leur participation à la définition et à la construction de nos pratiques. C'est par rapport à ce que regarde mon grand frère au cinéma que se définit ce que je peux voir, ce que je désire ou ne désire pas voir et ce que je n'ai pas encore le droit de voir. L'opération concrète qu'effectuent les enquêtés lorsqu'il leur est demandé ce qu'ils regardent au cinéma est précisément un croisement des échelles d'âge et une attitude comparative qui se manifeste par des prises de positions vis-à-vis de ces mêmes échelles. Se dessinent ainsi les trajectoires culturelles d'un individu qui se construit progressivement dans le cadre d'une démarche exploratoire. L'auteur nous propose une typologie qui permet alors de déconstruire cette notion d'âge en quatre échelles distinctes, résultat issu de sa démarche inductive : la première échelle est l'âge *que j'ai*, comprise comme l'âge propre à chacun dans un temps donné. Cette catégorie sociologique par excellence sera désormais examinée en rapport aux autres échelles d'âge. *L'âge des autruis matérialisés* est la seconde. En s'inspirant des travaux d'Alfred Schutz (1967), il s'agit pour l'auteur de décrire les divers âges des contemporains avec qui un acteur a la possibilité d'entrer en contact. Ces deux premières échelles s'inscrivent dans une société d'un certain âge dans laquelle l'acteur est inséré. *L'âge d'une société,*

troisième échelle, se constitue aussi dans une interrelation avec d'autres âges. Enfin, la quatrième échelle est *l'âge d'un objet* : c'est le temps qui s'est écoulé depuis sa fabrication, comme la date de sortie d'un film par exemple. Cette échelle est très importante puisqu'elle permet aux acteurs de se situer et de situer leurs pratiques dans une temporalité qui correspondrait à leur âge. L'analyse peut désormais tenir compte de la dimension relative de la notion d'âge à travers la mise en relation de *l'âge que j'ai* avec les autres échelles identifiées. Celles-ci s'informent mutuellement et informent le chercheur des modalités pratiques de l'expérience de réception, cinématographique en l'occurrence.

C'est de cette manière que l'interrelation entre les âges donne lieu au développement de compétences spécifiques et permet de cultiver des goûts particuliers et interrelationnels. Plus que la classe sociale, c'est donc, pour l'auteur, « l'histoire relationnelle » en situation et l'échange entre les acteurs qui nous informent sur la formation et la transformation de leur goût, à mesure que l'âge change. L'auteur nous invite donc indirectement à travers son travail à examiner la réception et la circulation de produits culturels parmi les jeunes adultes en interrogeant la notion d'âge. L'étude des jeunes publics en Méditerranée doit tenir compte de l'évolution du goût et des pratiques dans l'espace (circulation transnationale), mais aussi dans le temps.

Sans céder à une vision déterministe, les trois textes suivants cherchent à répondre à une série de questions sur la façon dont le numérique modifie les pratiques de réception des biens culturels et médiatiques tels que la presse, le cinéma ou les séries télévisées chez les jeunes adultes en Méditerranée. Le premier texte d'Amandine Kervella, Élodie Kredens, Marlène Loicq et Florence Rio interroge la manière dont le numérique imprègne de plus en plus les pratiques culturelles des jeunes. Il présente quelques résultats issus d'une enquête quantitative et qualitative intitulée « Jeunes, Numérique et Télévision » (JNT), qui avait pour but d'interroger la place de l'écran télévisé à l'heure du phénomène d'hyperconnexion chez les jeunes. Plus précisément, les auteures s'intéressent au rôle que joue la télévision pour les jeunes Français (708 étudiants interrogés) et montrent comment nous sommes passés d'une culture de la consommation à une culture de la contribution.

Hyperconnectés, les jeunes passeraient désormais davantage de temps devant d'autres écrans que devant l'écran télévisé. Pour autant, les auteures notent que la télévision continue d'être un média prégnant dans les univers des pratiques juvéniles, et notamment des jeunes adultes. Mais plus que la fréquence de l'usage de la télévision, les auteures montrent que ce sont surtout les modes et conditions de consommation qui ont changé. Ainsi, on regarde toujours des programmes télévisés, mais sur différents supports. Le visionnage sur tablette ou *smartphone* est, au moment où elles réalisent l'enquête, une pratique encore marginale. La consommation est par ailleurs fortement liée à la configuration de l'équipement familial ou du foyer et le

choix du support le résultat du programme sélectionné. L'écran télévisé est par exemple choisi parce qu'il est pensé comme vecteur de sociabilité. Toutefois, à l'ère du numérique et de la concurrence effrénée du web, la télévision a bien été contrainte de modifier son offre et ses services, car les pratiques de visionnage se sont métamorphosées. On ne regarde plus seulement un programme, mais on le commente, on le *tweete*, on le *like*… Toutefois, si les liens entre RSN et visionnage de programmes télévisés se développent, il n'en faut pas moins relativiser cette pratique chez les jeunes. Les audiences des émissions sur les RSN s'avèrent limitées (comparativement à celles des programmes traditionnels) et se limitent à une activité de rattrapage, plutôt que de participation (l'activité sur les forums ou *chats* concerne moins de 1 % de l'échantillon et la rédaction de commentaires 3,7 %) ; un résultat qui, au demeurant, conforte les travaux montrant que ce phénomène est le plus souvent le fait de minorités (Jouët & Le Caroff, 2015).

Ces dispositifs expressifs, en tout cas dans le cadre de la télévision, ne servent pas à élargir la sociabilité car l'acte télévisuel s'inscrit dans un moment de détente, constatent les auteures. Ainsi, la culture de la participation reste largement à relativiser. Les auteures s'intéressent pour cela à la publication de vidéos par les jeunes adultes. Elles montrent que le web 2.0 a certes permis de développer le *user generated contents* et la participation des publics des médias de masse (Jenkins, 2006). Pour autant, l'étude JNT montre aussi que si les étudiants sont une majorité à réaliser des vidéos, l'usage privilégié concerne surtout la prise de vidéos de moments de vie ordinaires, avec cependant une différence sexuée puisque les filles sont plus nombreuses à immortaliser les moments amicaux. Un écart de sexe qui, au reste, confirme plusieurs travaux concernant la prédilection féminine pour les activités de communication numérique (Octobre & Mercklé, 2010 ; Pasquier, 2005).

Un deuxième type de vidéos concerne des réalisations plus artistiques : 21 % des étudiants déclarent avoir produit des films ou court-métrages ; les auteures observant d'ailleurs une montée des compétences dans le domaine de la création audiovisuelle (73 % des étudiants déclarant par exemple avoir déjà utilisé des logiciels de montage), auparavant réservée à une sphère plutôt professionnelle.

Enfin, l'article décrit un troisième type de vidéos que les auteures qualifient d'« égocentrées » « dans lesquelles ils se mettent en scène en montrant l'un de leurs talents dans un domaine particulier (danse, musique, sport, jeu vidéo…) », en un mot, d'« exploits » en tout genre. Un type de vidéos qui, pour les auteurs, s'inscrit dans un contexte sociétal de valorisation des expressions individuelles et d'« individualisme expressif » (Allard & Vandenberghe, 2003) favorisés par les dispositifs socionumériques participatifs. Ici encore, les auteures observent un écart de sexe qui peut s'interpréter à l'aune d'un rapport sexué à l'estime de soi ; les travaux s'accordant généralement sur le fait que les filles ont une estime

d'elles plus faible que les garçons (Fourchard & Courtinat-Camps, 2013) et une confiance moins affirmée (Enochsson, 2005). Les auteures concluent qu'en dépit des divers usages vidéo qui ont émergé à l'ère du numérique, les pratiques télévisuelles traditionnelles résistent, ne serait-ce parce qu'elles sont associées à la « passivité », pratique assumée par les étudiants dans une société d'accélération (c'est nous qui ajoutons). Et si la télévision « sociale » émerge, il faut néanmoins relativiser ses usages. La participation reste toutefois évolutive et entre le temps de l'exploitation de l'enquête TNT et la publication de ce volume, les usages ont, encore, sans doute évolué.

Andreu Casero-Ripollés s'intéresse pour sa part aux mutations engendrées par la numérisation, mais dans le secteur de l'information d'actualité en Espagne. D'après une enquête qualitative, l'auteur montre que les pratiques de consommation de la presse des jeunes adultes ont, sous l'effet du numérique, subi des transformations liées à la « valeur économique et symbolique » de l'information journalistique, tout comme au renouvellement des supports et contenus informationnels. Ces mutations s'inscrivent par ailleurs dans un contexte où les jeunes ont une relation difficile avec la presse ; le nombre de titres de journaux se réduisant de plus en plus. Ancrant son travail dans une économie politique de la communication, l'auteur mesure, ce faisant, les changements qui se sont opérés dans le secteur de l'information du fait de la numérisation. Ce cadre théorique lui permet de mettre en avant l'emprise de la marchandisation dans le secteur de la communication qui, conjointement aux évolutions techniques, n'est pas sans produire d'effets sur la production et la consommation de l'information. L'auteur, qui pointe justement du doigt les débats jalonnant ces transformations, montre que si elles sont porteuses d'un potentiel démocratique pour les uns (Tewksbury & Rittenberg, 2012), elles n'en peuvent pas moins, pour les plus pessimistes, appauvrir les connaissances politiques des jeunes en raison de la multiplication des titres de presse qui favorisent une forme de *zapping*.

Partant de son enquête, l'auteur observe tout d'abord que la numérisation a provoqué des changements « dans la valeur des échanges de l'information d'actualité ». Compte tenu de la foison d'informations gratuitement disponibles, la valeur économique de l'information a effectivement diminué puisque les jeunes sont de moins en moins nombreux à accepter de payer pour l'obtenir. L'auteur constate du reste un véritable attachement à la gratuité, qu'il explique certes par la profusion de l'offre informationnelle, mais aussi par la « perte de crédibilité dont souffrent les médias journalistiques » traditionnels et par leur « mauvaise gestion commerciale ». Dans ce contexte, les entreprises journalistiques connaissent, et c'est là un constat international, une vraie crise économique (licenciements, suppressions des coûts, etc.). Or, cet affaiblissement des médias traditionnels pourrait, considère l'auteur, appauvrir la scène démocratique.

Une autre mutation fondamentale concerne le changement dans les supports de consommation : les objets connectés et sources, via les

plateformes numériques, se diversifient si bien que les jeunes adultes espagnols les combinent. Nombre d'entre eux regardent certes toujours la télévision pour s'informer, mais ce sont les RSN qui, cités comme première source d'informations, jouent un rôle de plus en plus important. Ces observations attestent ainsi d'un déplacement de la consommation de l'information qui s'effectue de plus en plus en ligne ; constat qui, au reste, ne constitue pas une spécificité du cas espagnol. Au-delà, la nouveauté concerne l'imbrication de cette consommation de l'information aux relations sociales et à l'expression identitaire. Car ces plateformes numériques favorisent aussi, convient l'auteur, une consommation « sporadique » et « fortuite ». Dans ce contexte, la presse traditionnelle a tout intérêt à se renouveler, concède-t-il, si elle veut continuer d'attirer ses publics.

Enfin, Abdelfettah Benchenna nous conduit au Maroc pour s'intéresser aux pratiques spectatorielles des jeunes issus « des classes populaires » de Marrakech. Contrairement aux deux textes précédents, le numérique n'est pas ici considéré comme la cause de mutations de pratiques ; il est pris comme réalité technique accompagnant un ensemble de pratiques culturelles, et notamment spectatorielles. Ce n'est d'ailleurs pas le numérique qui est à l'origine du questionnement de cette contribution mais les jeunes publics marrakchis et leurs rapports aux modes de consommation des films cinématographiques. En partant des conditions socioéconomiques, des occupations quotidiennes et des valeurs de ces jeunes (Hoggart, 1981), l'auteur cherche ici à questionner la pertinence de la notion de « non public » en partant de leurs usages et non-usages ordinaires des biens culturels en général, et des films en particulier. Sans prétendre à une quelconque représentativité des personnes enquêtées, l'auteur expose les enseignements issus d'une trentaine d'entretiens qu'il a pu réaliser auprès de jeunes adultes âgés de 18 à 28 ans issus de classes populaires de la ville de Marrakech au Maroc. Abdelfettah Benchenna montre ici qu'être « non public » des salles de cinéma n'est pas forcément synonyme d'absence de pratique spectatorielle. C'est même tout le contraire. D'une part, diverses raisons (absence de confort, qualité des films programmés, interdiction de fréquentation par les parents pour les filles, etc.) poussent les enquêtés à ne pas fréquenter, ou peu, les salles de cinéma ; d'autre part, la consommation de films par les jeunes de classes populaires prend des formes différentes du fait de la circulation d'une offre filmique (film de cinéma, série) en format numérique, qui emprunte le plus souvent les réseaux d'une économie souterraine de la culture (DVD contrefaits, comptes piratés pour accéder à des chaînes satellitaires payantes ou à des plateformes comme Netflix) et accentue la réception de productions transnationales.

3. Circulations des productions culturelles et réceptions transnationales

Composée de trois chapitres, cette partie interroge la façon dont les productions nationales ou transnationales transforment les modes de réception locale. Comment les marchés culturels mondialisés contribuent-ils à modifier, voire à édulcorer des produits culturels à caractère religieux ? Comment la réception transnationale de produits culturels hybrides génère-t-elle une esthétique cosmopolite des modes de consommation culturelle ? Et enfin, comment, *a contrario*, dans certains contextes, la consommation de produits culturels transnationaux produit-elle de véritables stratégies de distinction chez les jeunes adultes détenant un capital culturel supérieur ?

Karin van Nieuwkerk livre d'abord les résultats d'une enquête passionnante sur le marché religieux en Égypte, issue de son ouvrage *Performing Piety, Singers and Actors in Egypt's Islamic Revival* (2013). Loin d'une définition « essentialisante » qui conclurait rapidement au renforcement du caractère religieux des pratiques domestiques ordinaires en Égypte, l'auteure observe au contraire l'émergence progressive de ce qu'elle appelle un « islam *light* ». À travers une contextualisation historique, elle décrit d'abord l'islamisation progressive du champ culturel dans le cadre de la relation ambiguë que l'État de Moubarak avait établie avec les institutions religieuses, et en particulier *Al Azhar*. Ainsi, pour contrer l'opposition laïque, un espace de parole a été laissé délibérément libre pour les acteurs religieux dont certains étaient proches des islamistes. Ces derniers ont pu y exprimer les valeurs d'une moralité publique plus rigoureuse et imposer progressivement une « censure de rue », terme emprunté à Mehrez (2008). C'est dans ce contexte que l'auteure décrit le réveil islamique dans le pays, marqué par une culture de plus en plus en prise avec le religieux, témoignant du développement d'un « mouvement de piété généralisé » ; mouvement qui, notons-le, n'est pas spécifique à l'Égypte car il se déploie dans de nombreux pays arabes. Simultanément, est apparu un marché panislamique de produits culturels à caractère religieux en provenance de Turquie, d'Indonésie, d'Inde, des pays du Golfe ou du Proche-Orient. Si, comme le montre l'auteure, les mouvements pieux ont au départ rejeté l'art et le divertissement télévisuel, ils ont toutefois graduellement laissé apparaître une politique moins stricte quant à ces productions culturelles dès lors que celles-ci présentaient une apparence acceptable. Dans le cadre d'un marché transnational de la culture religieuse, ces productions ont peu à peu évolué vers des formes et contenus moins austères, susceptibles d'être facilement rediffusés dans la région MENA. Leur circulation est visiblement un des paramètres qui a participé à leur « édulcoration ». Deux études de cas menées par l'auteure, concernent d'une part les chansons religieuses jouées lors de mariages, et de l'autre les séries télévisées dites religieuses, illustrent bien ce phénomène. L'auteure montre ainsi comment les mariages religieux ont pu constituer une alternative aux mariages « populaires ». Loin des

célébrations religieuses strictes et sobres utilisant des chants religieux, ces festivités ordinaires sont en réalité, observe l'auteure, accompagnées de chansons « *light* », teintées de *Halal* plutôt que de religieux au sens strict du terme. Lors de ses discussions et entretiens avec des groupes de musique, l'auteure a demandé aux musiciens ce qui leur semblait constituer un mariage islamique. Si certaines caractéristiques relevaient *a priori* de l'engagement religieux des époux ou de la séparation des hommes et des femmes dans la salle des fêtes, le plus pertinent s'est révélé être l'examen des chansons elles-mêmes. Les mariages religieux ont en effet gagné en popularité parce que les musiciens ont repris des chansons d'artistes connus, ainsi que des mélodies célèbres en les retravaillant pour les adapter à un contexte islamique. Si les familles égyptiennes souhaitent de plus en plus présenter une apparence de respectabilité, le style musical sobre ne correspond néanmoins pas aux besoins festifs de la cérémonie. Faisant preuve d'adaptabilité, les musiciens ont dès lors su mélanger les styles populaire et religieux, et ainsi renouvelé le genre en mixant les répertoires. Comme le note avec ironie l'auteure, nous sommes loin des standards religieux proclamés. Idem du côté des séries télévisuelles dramatiques dites religieuses avec des actrices voilées, dont l'émergence est très significative en Égypte. Mais, de nouveau, l'auteure montre que ces actrices voilées évoluent progressivement vers des séries « édulcorées », difficilement différenciables des séries ordinaires. La tendance aux productions « islam *light* » est donc finement mise en relation avec l'émergence plus générale d'un marché mondial de la consommation, que l'on pourrait peut-être mieux comprendre comme « *light* » ou « *halal* », plutôt que comme strictement « religieux ».

C'est ensuite Vincenzo Cicchelli, Sylvie Octobre et Nadia Tarhouni qui, dans leur texte *De Shakira* à *the Great Gatsby et Soliman*[3], s'intéressent cette fois aux consommations transnationales des jeunes Français et Tunisiens en s'attachant à montrer comment elles leur permettent de se socialiser à l'altérité et, partant, font émerger une nouvelle figure du cosmopolitisme. Le constat des auteurs est que les productions culturelles circulent de plus en plus à travers le monde et que leur cadre de réception en a profondément été modifié. Inscrivant délibérément leur analyse dans une « perspective cosmopolite » – qui ne fait pas sienne l'acception péjorative de la notion mais conforte des travaux ayant examiné les dynamiques culturelles des processus transnationaux (Hannerz, 1990 ; Beck, 2006 ; Germann Molz, 2011) – les auteurs s'interrogent sur les « effets produits par la consommation des produits culturels étrangers, internationaux ou hybrides qui circulent sur le marché global ». Loin d'endosser une connotation négative, le cosmopolitisme y est perçu d'après son potentiel esthétique et altruiste. À rebours de courants dominants qui voient dans la globalisation

[3] Cette série est diffusée dans quarante pays dont vingt-deux du Moyen-Orient. Le titre original est *Harim el soltan* (*Le harem du sultan*).

un appauvrissement des cultures, les sociologues la perçoivent « comme un vecteur d'enrichissement potentiel à travers l'hybridation, la créolisation et l'appropriation ».

Distinguant cosmopolitisme esthétique involontaire et intentionnel – si le premier résulte du processus de globalisation, le second doit selon eux à un « exercice de la réflexivité » (Regev, 2011), qui engage la rencontre avec autrui – les auteurs se demandent si la consommation intensive de produits culturels issus des industries internationales pourrait permettre de s'ouvrir à un cosmopolitisme réflexif. C'est ce à quoi tente de répondre cet article d'après une enquête comparative entre jeunes Français et Tunisiens ; comparaison que les auteurs expliquent par l'existence d'un passé commun lié à la colonisation, mais aussi du fait des métissages culturels et sociaux qui lient les deux pays. S'agissant de ces jeunes populations, certains opèrent un retour sur soi : ils jaugent les productions transnationales au regard de leur propre culture. Ce travail réflexif n'en est pas moins inégalement distribué parmi les jeunes puisqu'il dépend, une fois encore, étroitement de leur milieu social et de leur mobilité.

Pour les auteurs, ce tournant cosmopolite se caractérise par la relation que les jeunes entretiennent « aux produits culturels qui mêle émotions, sentiments partagés, bribes de savoirs, imaginaires sur la base des pratiques et consommations de produits nationaux hybrides et étrangers [et qui] donne naissance à la figure de l'amateur cosmopolite » (Cicchelli & Octobre, 2017). Cependant, pour Vincenzo Cicchelli, Sylvie Octobre et Nadia Tarhouni, cet amateurisme s'analyse autrement que sous l'angle bourdieusien. Il implique des engagements éphémères, notamment dans le cadre de la socialisation horizontale favorisée par le numérique : « cet amateurisme fonctionne (…) comme une ressource pour la construction de soi ». Il se fonde sur de nouvelles compétences : les compétences culturelles certes – les jeunes déclarent par exemple préférer regarder les séries en version originale (VO) – mais aussi des compétences émotionnelles (préférer la VO pour le « son des voix et la chaleur des ambiances sonores »).

Les auteurs en viennent enfin à se demander dans quelle mesure le cosmopolitisme esthétique peut favoriser la rencontre et l'altérité. Dans certains cas, ces consommations transnationales constituent une passerelle pour aller à la rencontre d'autres cultures, mais dans d'autres cas, certains jeunes semblent se limiter à la pratique elle-même. Ce cosmopolitisme peut également être vécu comme une épreuve par des jeunes binationaux qui, tiraillés entre deux cultures, le vivent comme une problématique identitaire. Si cette question identitaire ne se pose pas en termes politiques en France, constatent les auteurs, c'est plus le cas en Tunisie où les jeunes se montrent plus sensibles à la dimension politique des RSN, une observation sans doute favorisée par le contexte postrévolutionnaire de décembre 2010 dans lequel s'est réalisée l'enquête.

En définitive, le cosmopolitisme esthétique semble donc bien constituer « la forme la plus répandue et la plus ordinaire de cosmopolitisme chez les

jeunes » (Sassatelli, 2012). Cette forme est aussi celle qui se présente sous différentes configurations et qui est à l'origine d'une nouvelle forme d'amateurisme que les auteurs situent plutôt du côté du plaisir, de l'émotion ou de la curiosité, plutôt que du côté du capital culturel *stricto sensu*. Ce cosmopolitisme semble enfin favoriser la construction d'un rapport politique au monde, explicite en Tunisie.

Ainsi cette contribution a-t-elle pour intérêt d'analyser la réception de la circulation des productions culturelles d'après une approche cosmopolite selon laquelle la consommation culturelle est envisagée sous un angle esthétique et politique ; au contraire de la contribution de Hülya Uğur Tanriöver et Barış Kara qui, évoquant l'emprise de la modernisation et globalisation sur la jeunesse urbaine turque, montre comment cette catégorie d'âge s'inspire du modèle américain insufflé par les productions télévisuelles pour se « distinguer » (au sens de Bourdieu). Des bazars américains dans les années 1960 jusqu'aux grandes productions hollywoodiennes, en passant par l'architecture ou les modes de gestion des entreprises, c'est effectivement le « *American way of life* » qui s'est imposé en Turquie et qu'examinent ici les auteurs. La société turque, notamment celle des jeunes adultes urbains, témoigne en effet d'un engouement pour les *sitcoms* ou pour les films policiers américains, alors même que les séries nationales connaissent un succès considérable à l'échelle locale et internationale. Les auteurs proposent d'analyser les rapports qu'entretient cette catégorie de consommateurs culturels, majoritaires en Turquie, avec les séries américaines et d'examiner la manière dont ces pratiques télévisuelles agissent sur leurs modes de vie. Et c'est d'après une radioscopie sociohistorique et ces transformations que Hülya Uğur Tanriöver et Barış Kara tentent de comprendre la transformation de la société turque elle-même ainsi que l'interaction entre circulation de biens culturels internationaux et pratiques sociales ordinaires. Pour ce faire, les auteurs s'intéressent aux notions de « modernisation », « modernité » et « occidentalisation » en Turquie. Bien que le concept de « modernisation » soit souvent entendu comme une « occidentalisation » au sens péjoratif du terme, il renvoie ici au passage de l'empire à l'État-nation et à l'adoption d'institutions politiques, administratives et scolaires inspirées de l'Occident. À ce stade, c'est le mode de vie *alla franca* (à la française) qui prédomine. À partir des années 1980, la modernité n'a visiblement plus comme référence les pratiques culturelles occidentales, et les deux notions de modernisation et d'occidentalisation semblent se désolidariser progressivement. C'est dans ce cadre que les rapports entre la Turquie et la culture occidentale se reconfigurent, à l'intérieur des circuits de la globalisation économique et de son flot de produits culturels américains. Un autre style de vie se met en place à partir de la consommation de produits et modes de vie à l'américaine ; les *shopping malls* étant d'ailleurs, pour les auteurs, l'inauguration d'un changement de paradigme dans les pratiques sociales des jeunes Turcs. L'ouverture des chaînes de télévision commerciales et les jeux de concurrence participent aussi à l'intégration des séries américaines dans le

paysage audiovisuel national des années 1990, alors même que les séries turques connaissent une popularité sans précédent. Les auteurs observent du reste que le choix d'une consommation de séries américaines se situe précisément dans une stratégie de distinction (par rapport au reste des jeunes du pays qui consomment des séries turques), au sens où l'entend Pierre Bourdieu (1979), qui conduit à une segmentation des publics des séries. C'est en tout cas ce que révèle leur enquête par entretiens semi-directifs conduite auprès de jeunes Stambouliotes. Ce travail fait écho aux constats dressés dans ce volume par Dilruba Çatalbaş Ürper à propos du secteur musical. Nous avons alors, d'un côté, les jeunes urbains des classes supérieures qui développent une culture musicale et télévisuelle internationale, très empreinte du modèle occidental, et les autres qui semblent se limiter à la musique nationale et aux séries populaires. La consommation de séries américaines fait ainsi partie de la constellation actuelle de pratiques sociales des jeunes adultes des classes supérieures. En partant de l'articulation entre pratiques médiatiques et pratiques quotidiennes ordinaires, les auteurs cherchent ainsi à montrer que les produits culturels qui circulent au sein des marchés internationaux contribuent, dès lors qu'ils sont consommés de façon déterritorialisée, à modifier les modes de vies.

De plus, les auteurs notent que la gestion du temps et la rationalisation des activités professionnelles et sociales sont désormais structurées par la fréquentation des « *malls* », où tout peut être fait et réglé au même endroit. L'urbanisation et les distances créent des zones urbaines centrifuges, où le nouveau centre-ville est le centre commercial, le *mall*. Dans ce contexte, les activités de loisirs, pratiques alimentaires, habitudes de restauration, de santé, sport ou diététique semblent, selon les auteurs, se nourrir de l'univers des séries américaines. Ainsi, les jeunes Stambouliotes, fans de séries américaines, témoignent de pratiques spectatorielles qui permettent de dresser un « profil type » : ils déploient des goûts qui se sont formés dans leur milieu social, des préférences pour des modes de visionnement mobiles et une prédilection pour les séries anglophones. Ces trois caractéristiques signent un processus de distinction vis-à-vis des consommateurs des séries populaires turques. Cet engouement pour les séries américaines se combine à des pratiques sociales liées à la fois à la transformation du paysage urbain et à la globalisation économique via l'implantation de marques mondiales de consommation culturelle et d'alimentation. Selon les auteurs, il ne s'agit toutefois pas d'une influence ou d'un effet linéaire, mais d'une recomposition des modes de vie des jeunes Stambouliotes en référence aux conditions socioculturelles locales et aux modèles que diffusent les séries américaines.

4. Productions alternatives des jeunes adultes : performance créative, contestation et notoriété

Enfin, il s'agit dans cette dernière partie d'interroger les moyens d'expression, de circulation et de création artistique et culturelle mobilisés par les jeunes adultes. Il est également question de s'enquérir de la façon dont les jeunes Méditerranéens utilisent les moyens de communication pour diffuser leurs créations personnelles (musiques, clips vidéos, littérature, danse et théâtre filmés, productions audiovisuelles et cinématographiques, etc.). À travers leurs productions culturelles, les jeunes reproduisent-ils des comportements uniformes ? Manifestent-ils leurs différences ou revendiquent-ils des spécificités culturelles ? Quelle articulation entre jeunes créateurs et acteurs économiques de la culture ? Dans quelle mesure les productions des premiers sont valorisées ou récupérées par les seconds, et à quelle(s) fin(s) ? Dans quelle mesure les jeunes créateurs peuvent-ils asseoir leur notoriété tout en s'exprimant librement dans un contexte politique autoritaire ?

Dans une perspective sociolinguistique, la contribution de Dominique Caubet apporte quelques éléments d'éclairage sur certaines de ces questions. Elle traite d'une période d'effervescence culturelle au Maroc au début des années 2000, présentée comme une « *Movida* » à la marocaine. Pour l'auteure, c'est une génération d'artistes urbains qui, tenue délibérément à l'écart de la classe politique, a contribué à « faire bouger les choses » et à susciter la créativité dans diverses activités artistiques et sociales. En 2006-2007, ce mouvement a connu une médiatisation et pris le nom de « *Nayda* » (« ça bouge, ça boume »). Il va accorder une importance particulière à l'arabe marocain (le *darija)*, pensé comme une langue qui bénéficie d'une identité plurielle (berbère, africaine et arabe) et plurilingue (amazighe, arabe standard, français, espagnol, etc.). L'auteure va s'intéresser aux textes d'artistes ayant incarné la *Nayda* et à leur relation paradoxale avec le mouvement contestataire, du 20 février 2011, pendant ledit Printemps arabe. Elle montre que peu de groupes de la *Nayda* étaient prêts à s'engager aux côtés du Mouvement du 20 février, alors que plusieurs avaient adopté une attitude de quasi-allégeance à la monarchie, voire au gouvernement.

Dominique Caubet s'emploie d'abord à décrire le contexte et la genèse d'une scène *underground* initiée par des jeunes qui, chantant en français ou en anglais avant d'adopter l'arabe marocain, *darija,* vers la fin des années 1990, s'adonneront à une forme d'art urbain (danse hip-hop puis rap). À cet égard, le lancement du festival l'Boulvard (*Boulevard des Jeunes Musiciens*) va fédérer toutes ces énergies et offrir un lieu de répétition et de création. La presse non partisane (*Le journal*, *Telquel*, etc.) naissante va également contribuer à faire connaître cette scène, surtout après l'affaire des 14 jeunes musiciens de metal accusés de satanisme et d'ébranlement de la foi des musulmans. L'auteure s'intéresse ensuite à l'avènement de la *Nayda* en insistant sur le fait que les jeunes d'aujourd'hui parlent à mots ouverts,

parfois même crûment, mais sans vulgarité. Ils dénoncent leur condition de vie et la corruption. Qu'il s'agisse de rap, de fusion ou de rock, les auteurs des chansons n'hésitent pas à mélanger les langues – *darija*, français, anglais, amazighe, espagnol – comme c'est d'ailleurs le cas au quotidien. Ils chantent leur attachement au pays, à la ville ou au quartier tout en revendiquant une culture de la rue et l'utilisation de la *darija*. Explicites et au langage parfois cru, les textes portent sur la misère, la corruption, la violence, l'hypocrisie, le chômage, l'islamisme, la lâcheté, le vol ou l'agression. Dominique Caubet observe ici que si les groupes sont familiers de rythmes venus d'ailleurs (rap, metal, rock, punk...), ils ne s'en réfèrent pas moins explicitement à un répertoire marocain, tout en développant leur style propre. En réalité, cette scène artistique s'est modifiée sous l'effet de la médiatisation qui a contribué à mettre certains artistes sur le devant de la scène et à encourager leur professionnalisation. Mais dans un contexte caractérisé par la quasi-absence de sources de revenus leur permettant de vivre de leur création, notamment en raison du piratage, la seule source de revenus est restée le spectacle vivant. Les artistes déchanteront néanmoins rapidement car les débouchés seront saturés. Fragile sur le plan économique, la *Nayda* montrera vite ses limites liées à la récupération politique. Peu de groupes de la *Nayda* étaient en effet prêts à s'engager aux côtés du Mouvement du 20 février, alors que plusieurs avaient adopté une attitude de quasi-allégeance à la monarchie, voire au gouvernement. Devenus des stars, des artistes ayant émergé de la *Nayda* hésiteront en effet à prendre part au mouvement de contestation, soit par peur, soit par crainte « de tout perdre ». Certains vont tout simplement changer de discours, comme le rappeur *Big*. Inversement, d'autres vont produire des textes plus subversifs tels que *L'Bassline, Mehdi Black Wind,* le jeune *Mr Crazy* ou l7a9ed[4].

Nous restons au Maroc avec la contribution d'Ines Braune, mais avec un tout autre terrain puisque l'auteure s'intéresse au *Parkour* et à la façon dont cette discipline sportive, ou activité culturelle au sens large, est produite et pratiquée dans un contexte nord-africain. L'objectif de l'auteure est de se concentrer sur les processus de circulation de cette pratique au sein des communautés de *Parkour.* Née en France, cette activité amateure consiste à trouver le chemin le plus court et le plus efficient entre deux points en dépassant tous les obstacles architecturaux et en utilisant uniquement sa force physique. Aucun outil n'est autorisé si ce n'est les caméras qui immortalisent le parcours du traceur ; à savoir celle ou celui qui s'adonne à cette discipline sportive. Le traceur investit la ville et l'espace numérique au travers de vidéos postées sur les RSN. L'auteure relève alors une observation fondamentale, le tracé des chemins à parcourir tient compte à l'évidence de la difficulté de la performance sportive des traceurs, mais aussi de la scénographie puisqu'il s'agit d'offrir les meilleures prises de vue à la caméra qui capture les moments clés. Ces pratiques urbaines font donc partie mais

[4] Lire *lḥāqd.*

aussi résultent des pratiques médiatiques qui les accompagnent. Les jeunes traceurs évaluent réciproquement la manière de s'approprier l'espace numérique et l'espace physique. L'auteure nous invite ainsi à comprendre l'évolution de ces pratiques, alors interdépendantes de leur circulation en ligne.

C'est dans ce sens que la première partie du chapitre s'ouvre sur une explicitation théorique de la notion de circulation qui est au cœur de la problématique discutée. En se référant aux travaux d'Appadurai (2010) et aux *cultural studies*, Ines Braune distingue la circulation de la forme et les formes de circulation avec pour objectif de mieux mettre en avant les discontinuités et fragmentations dans un circuit culturel donné. Ici, ce sera le rapport entre l'espace numérique et l'espace physique, même si l'auteure souligne bien que cette distinction est d'abord théorique et qu'elle permet surtout d'examiner les structures de pouvoir, les mécanismes d'exclusion ainsi que les inégalités de la circulation des formes en ligne. Prenant appui sur les travaux de Jenkins (2006), l'auteure considère que les formes numériques ne circulent pas de manière égalitaire, mais au travers d'intermédiaires (*nodes* et *hubs*) inhérents au fonctionnement du réseau. Elle nous livre ensuite les résultats de son enquête ethnographique et en ligne au Maroc qui lui a permis de suivre, physiquement et sur internet, une trentaine de traceurs et de traceuses. L'auteure a observé que la circulation en ligne des vidéos du Parkour passait par une série de « *players* » et d'importantes plateformes sur le web qui étaient à la fois des prescripteurs, organisateurs et intermédiaires entre les différents acteurs de cette pratique. Si le Parkour semble, encore aujourd'hui, loin des intérêts des acteurs économiques de la culture, la circulation globale des images filmées et des traceurs n'en demeure pas moins médiée par des acteurs institutionnels qui risquent de reconstruire des inégalités là où on a pensé, *a priori*, qu'elles n'existaient pas. En effet, du point de vue des traceurs marocains, ces plateformes sont installées en Europe, aux États-Unis ou en Australie. Les pays du Nord y sont perçus comme l'endroit où se trouvent les meilleurs sportifs et les meilleures performances. Or, les Marocains n'ont pas accès à des opportunités d'entraînement sécurisé, et encore moins à un public ni à des sponsors ou mécènes. De même, la difficulté (parfois l'impossibilité) d'obtenir des visas pour participer aux compétitions internationales, comme l'accès limité aux dernières technologies de prises de vue, ne permet pas de créer des productions visuelles susceptibles de concurrencer celles des compétiteurs des pays européens. Force est donc de constater que les écarts en termes de moyens techniques et matériels entre les différents pratiquants du Parkour, selon qu'ils appartiennent aux structures de pouvoir locales et globales, révèlent des inégalités et exclusions structurelles. En raison des inégalités d'accès à la technique, les pratiques créatives sont limitées à des frontières nationales alors même qu'elles sont supposées, à travers la circulation en ligne, atteindre un public global. Ainsi, la circulation des

formes culturelles doit être étudiée et examinée, selon l'auteure, en tenant compte des formes de circulation politiques, matérielles et technologiques.

La question de la circulation est également posée par Laurence Allard mais selon une tout autre perspective. L'auteure s'intéresse à la problématique de la circulation des produits culturels à travers le schème de la « boucle », qui désigne pour l'auteure le fait qu'une vidéo soit vue à de multiples reprises ; phénomène qui constitue un nouvel outil de valorisation de l'économie créative à l'ère des réseaux socionumériques. Le phénomène de « boucle » s'inscrit dans « l'âge du *stream* » qui consiste à accéder à toutes formes de vidéos sur les plateformes numériques produites par différents publics. Cette économie numérique s'articule aussi autour de la figure du « talent » qui se construit par les plateformes sociotechniques et que promeut le marketing. Sur la base de corpus vidéo numériques, l'auteure documente ici les pratiques expressives créatives de jeunes adultes en essayant de les comprendre d'un point de vue critique. Pour Laurence Allard, dans notre société numérique, les jeunes sont d'abord des « mutants parlés » en ce sens qu'ils font l'objet de discours qui contribuent à véhiculer le mythe d'une jeunesse homogène et unifiée autour du numérique. En témoigne à cet égard la figure du « *digital native* » avancée par Mark Prensky (2001). Or, comme en témoigne l'auteure à la suite des travaux de Sylvie Octobre et Pierre Mercklé (2012), la figure du *digital native* n'existe pas sociologiquement parlant tant les disparités d'usages sont nombreuses et doivent notamment à l'appartenance sociale. Pourtant, constate Laurence Allard, cette figure est opérante dans les discours dans la mesure où les jeunes semblent s'y mesurer d'une part et que, de l'autre, lesdits natifs du numérique contribuent à entretenir ce mythe via la production et la circulation de tutoriaux sur YouTube.

L'auteure a rassemblé « des corpus endogènes, c'est-à-dire des discours énoncés sur les jeunes par les jeunes » en effectuant ses recherches d'après le tag *#everythingonmyphone* qui contient des centaines de milliers de vidéos « mettant en scène de jeunes adultes se présentant face à une caméra pour décrire de leurs points de vue leurs usages ». Laurence Allard observe surtout dans des vidéos produites par des jeunes femmes qui décrivent leur téléphone au travers d'un questionnaire standard. Les réponses vidéo autoproduites forment une manière de se narrer via l'objet technique. En ce sens, le mobile est perçu comme « compagnon d'existence et média de leur voix intérieure » (Allard, 2014) ; il est, à la suite de Foucault (2005), une « technologie du soi », voire un pourvoyeur identitaire (Allard, 2009) dans une société où les cadres de socialisation traditionnelle ont perdu de leur influence. Pour les jeunes, le téléphone mobile est devenu le support de « pratiques agentives et automédiales », c'est-à-dire de pratiques qui agissent sur leurs affects. Le tag #everythingonmyphone permet de documenter le changement de la relation à l'internet devenu une télévision sociale partagée / participative, qu'elle appelle « télévision p2p », et qui fait naître

de nouveaux genres vidéo (le « tutoriel vidéo » ou le genre « *swap* »[5] par exemple).

Dans son corpus, l'auteure a spécifiquement identifié des chaînes YouTube de tutoriaux mode et beauté, « créneau particulièrement fécond dans le cadre d'une économie des talents numériques ». Certaines chaînes des « *Hijabistas* » (femmes musulmanes qui suivent la mode tout en se conformant aux prescriptions islamiques) seront mobilisées pour, selon l'auteure, leur permettre de performer leur identité culturelle, religieuse et de genre. Cette performance s'ancre plus largement dans un contexte postcolonial contradictoire d'une République vantant des valeurs qu'elle abandonnerait pourtant (Guénif-Souilamas, 2006). L'auteure prend ici l'exemple d'une controverse ayant eu lieu à propos d'une célèbre Youtubeuse (« Asma Make Up ») qui dénonçait le sort que les acteurs commerciaux, notamment les marques de beauté, réservaient aux Youtubeuses voilées, alors discriminées. Cette controverse, qui a fait couler beaucoup d'encre sur le média social peut, selon l'auteure, s'interpréter comme un nouveau chapitre dans l'histoire de la visibilité des sujets minorés par la représentation médiatique (Macé & Boubaker, 2006) ; visibilité qui n'en reste pas moins, concède l'auteure, limitée à l'espace du web expressif.

S'inscrivant dans la logique sociale de l'individualisme expressif, l'auteure observe que dans le cadre de leur existence connectée, les jeunes adultes confectionnent de « talentueux bricolages esthético-identitaires » via leur mobile qui constitue l'outil de l'expression (authentique) des subjectivités et de l'évaluation par les pairs. La vie de ces jeunes est ainsi théâtralisée et capturée sur écran, phénomène encouragé par une série d'applications dont les formats favorisent le phénomène de boucle (Vine, par exemple) et de mise en scène de soi, et, pour les catégories minorées, la performance d'une identité postcoloniale. Plus encore, elle observe que cette production de vidéos personnelles, que l'on *follow*, *like* ou *tweete*…, inaugure une nouvelle compétence, celle du « calcul communicationnel » et qui consiste à prendre en compte la métrique et le rendement dans l'activité de production vidéo. Au-delà, ces usages s'inscrivent aussi dans une monétisation de leur vie, participant de l'« économie créative des talents numériques ». Or, cette économie, constate l'auteure, ne se fonde pas sur une quelconque méritocratie ; elle ne relève pas non plus de « la culture de l'authenticité ». En réalité, elle s'inscrit plutôt dans un système « topocratique » (Borondo *et al*., 2014) dans lequel c'est la place au sein du réseau qui assure la réussite, plutôt que le talent individuel. C'est donc un nouveau *star system* qui naît « à l'âge du *stream* expressiviste ».

En définitive, dans la lignée de sa théorie de l'expressivisme, Laurence Allard considère que les plateformes socionumériques expressives constituent un atout pour les catégories minorées qui, en les mobilisant, peuvent déployer

[5] On dénombre 2 millions environ de vidéos sous le tag swap sur YouTube en juillet 2015 (https://www.youtube.com/results?search_query=swap).

des talents numériques particuliers. On peut toutefois émettre une réserve sur la « qualité » de ses talents (ne seraient-ils pas au service d'un projet mercantile et individualiste ?) et sur leur « portée » (ne concerneraient-ils pas surtout des minorités de ces groupes minorés ?). Ainsi, cette dernière contribution, qui loue les potentialités du numérique tout en dénonçant ses vices marchands, ne résumerait-elle pas un certain nombre d'axes abordés dans ce volume ?

Loin de dresser un panorama exhaustif des mutations à l'œuvre concernant les phénomènes de production, circulation et consommation des biens culturels par les jeunes en Méditerranée, cet ouvrage permet néanmoins de les observer sous plusieurs angles. En définitive, ce volume, qui ouvre plus de questions qu'il ne propose de réponses, montre bien qu'il ne serait exister un espace méditerranéen uniforme et que la catégorie de « jeune adulte », bien qu'utile pour l'analyse sociologique, n'en reste pas moins une construction arbitraire reflétant des réalités fragmentées.

Bibliographie

Albert P., 1992, *L'Information au Maghreb : ouvrage collectif*, Tunis, Cérès Productions, Fondation Friedrich Naumann.

Allard L., 2009, « Pragmatique de l'internet mobile : technologies de soi et culture du transfert », dans Y. Abbas & F. Dervin (éds.), *Technologies numériques du soi et (co)-constructions identitaires*, Paris, L'Harmattan.

Allard L., 2014, « Express Yourself 3.0 ! Le mobile comme média de la voix intérieure », dans L. Allard, R. Odin & L. Creton (éds.), *Téléphone mobile et création*, Armand Colin.

Allard L. & Vandenberghe F., 2003, « 'Express yourself ! Les pages perso'. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer », dans *Réseaux*, n° 117.

Appadurai A., 2010, « How Histories make Boundaries: Circulation and Context in a Global Perspective », dans *Transcultural Studies*, n° 1. http://journals.ub.uniheidelberg.de/index.php/transcultural/article/view/6129/1760

Borondo J., Borondo F., Rodriguez-Sickert C. & Hidalgo César A., 2014, « To Each According to its Degree: The Meritocracy and Topocracy of Embedded Markets », dans *Nature.* http://www.nature.com/srep/2014/140121/srep03784/full/srep03784.html. Dernière consultation le 07/08/16.

Bourdieu P., 1979, *La distinction : critique sociale du jugement*, Paris, Minuit.

Bras J.-P., Chouikha L. (dir.), 2002, *Médias et technologies de communication au Maghreb et en Méditerranée. Mondialisation, redéploiement et « arts de faire »*. Tunis, Institut de recherche sur le Maghreb contemporain.

Chambaz C., 2001, « Les jeunes adultes en Europe : indépendance résidentielle, activité, ressources », dans *Recherches et Prévisions*, n° 65.

Cicchelli V., 2012, *L'esprit cosmopolite. Voyages de formation des jeunes en Europe*, Paris, Presses de Sciences Po.

Cicchelli V., 2001, « Les jeunes adultes comme objet théorique », dans *Recherches et Prévisions*, n°65.

Cicchelli V. & Octobre S., 2017, *L'amateur cosmopolite. Goûts et imaginaires juvéniles à l'ère de la globalisation*, Paris, MCC.

Coëffé T., 2015, « Étude Ipsos : les jeunes, internet et les réseaux sociaux », *blog du modérateur*, https://www.blogdumoderateur.com/etude-ipsos-junior-connect-2015/, 29 avril 2015.

Cousin B. & Crivello-Bocca M., 2008, *Télévision et Méditerranée : généalogies d'un regard*. Collection Les médias en actes. Paris, L'Harmattan, Institut national de l'audiovisuel.

Cross D., Mai'a K., & Melissen J., 2013, *European Public Diplomacy: Soft Power at Work*. First edition. Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy. New York, NY, Palgrave Macmillan.

Donnat O., 2009, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*. Enquête 2008, Paris, La Documentation française.

Enochsson A., 2005, « A gender perspective on Internet use: Consequences for information seeking on the net », dans *Information Research*, n° 4.

Foucault M., 2015, *Qu'est-ce que la critique ?* Suivi de *La culture de soi*, Paris, Vrin.

Fourchard F. & Courtinat-Camps A., 2013, « L'estime de soi globale et physique à l'adolescence », dans *Neuropsychiatrie de l'Enfance et de l'Adolescence*, vol. 61, n° 6.

Gemann Molz J., 2011, « Cosmopolitanism and Consumption », dans M. Rovisco & M. Nowicka (éds), *The Ashgate Research Companion to Cosmopolitanism*, Farnham, Ashgate.

González-Quijano Y. & Tourya G., 2009, *Les Arabes parlent aux Arabes : la révolution de l'information dans le monde arabe*. 1. éd. Sindbad. Arles, Actes Sud.

González-Quijano Y., 2012, *Arabités numériques : le printemps du web arabe*. L'actuel, Arles, Actes Sud-Sindbad.

Guénif-Souilamas N. (éd.), 2006, *La République mise à nu par son immigration*, La Fabrique.

Guy J.-M., 2015, *La culture cinématographique des Français,* la Documentation française, Paris, 2000, ministère de la Culture et de la Communication, *Chiffres clés : statistiques de la culture et de la communication 2015*, DEPS.

Haenni P., 2005, *L'islam de marché : l'autre révolution conservatrice*, La république des idées, Paris, Seuil.

Hannerz U., 1990, « Cosmopolitans and locals in world culture », *Theory, Culture and Society*.

Hoggart R., 1981, *La culture du pauvre : étude sur le style de vie des classes populaires en Angleterre*. Le sens commun. Paris : Éd. de Minuit.

Jenkins H., 2006, *Convergence Culture: when old and new media collide*, New York University Press.

Jenkins H., Ford S. & Green J., 2013, *Spreadable Media. Creating value and meaning in a networked culture*, New York, New York University Press.

Jouët J. & Le Caroff C., 2013, « L'observation ethnographique en ligne » dans C. Barats (éd.), *Analyser le web en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin.

Le Guern P. (éd.), 2016, *Où va la musique ? Numérimorphose et nouvelles expériences d'écoute*, Paris, Presse des Mines.

Macé É. & Boubeker A., 2006, « La posture médiatique », dans Guénif-Souilamas N. (éd.), *La République mise à nu par son immigration*, La Fabrique.

Mehrez S., 2008, *Egypt's Culture Wars. Politics and practice*, New York, Routledge.

Mermier F., 2003, *Mondialisation et nouveaux médias dans l'espace arabe*. Collection Orient-Méditerranée, Paris, Maisonneuve et Larose.

Mohsen-Finan K., 2009, *Les médias en Méditerranée : nouveaux médias, monde arabe et relations internationales*. 1re éd. Études méditerranéennes, Arles [Aix-en-Provence], [Alger] : Actes sud, MMSH, Barzakh.

Mosco V., 2009, *The political economy of communication*. 2nd ed. Los Angeles, SAGE.

Mostefaoui B., 1995, *La télévision française au Maghreb : structures, stratégies et enjeux*. Collection « Histoire et perspectives méditerranéennes », Paris, L'Harmattan.

Najar S. (éd.), 2013, *Le cyberactivisme au Maghreb et dans le monde,* Paris, IRMC-Karthala.

Octobre S. & Mercklé P., 2012, « La stratification sociale des pratiques numériques des adolescents », dans *Reset*, vol. 1, n° 1. En ligne : http://reset.revues.org/129. Dernière consultation le 07/08/16.

Octobre S. & Mercklé P., 2010, *L'enfance des loisirs*, Paris, DEPS.

Pasquier D., 2005, *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité,* Paris, Autrement.

Peterson R. A., 2004, « Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives », *Sociologie et sociétés*, vol. 36, n° 1.

Prensky M., 2001, « Digital Natives, Digital Immigrants » in *On the Horizon*, MCB University Press, vol. 9, n° 5. Voir : http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf.

Regev M., 2011, « International festivals in a small country : Rites of recognition and cosmopolitanism », dans L. Giorgi, M. Sassatelli & G. Delanty, *Festivals and the Cultural Public Sphere*, Londres, Routledge.

Sassatelli M., 2012, « Festivals, Museums, Exhibitions. Aesthetic Cosmopolitanism in the Cultural Public Sphere », Gerard Delanty (ed.) *Routledge Handbook of Cosmopolitan Studies,* Londres, Routledge.

Schutz A., 1967, *The phenomenology of the social world,* Northwestern University Press.

Tewksbury D. & Rittenberg J., 2012, *News on the Internet. Information and Citizenship in the 21st Century,* Oxford, Oxford University Press.