



CULTURES NUMERIQUES ET JEUNESSE : FAUX DEBATS, VRAIES QUESTIONS

- p.21 Jeunesses connectées : quelles mutations socio-culturelles ?
Sylvie Octobre
- p.27 Les adolescents et la culture
Chantal Dahan
- p.34 Anthropologie des usages des technologies numériques, Pascal Plantard
- p.41 Pratiques informationnelles des jeunes : quels enjeux pour quelle « culture numérique » ?
Karine Aillerie
- p.47 De l'éducation aux médias à l'éducation aux contenus en ligne
Michèle Lision

Jeunesses connectées : quelles mutations socio-culturelles ?⁽¹⁾

SYLVIE OCTOBRE

CHARGÉE DE RECHERCHE, DÉPARTEMENT DES ÉTUDES, DE LA PROSPECTIVE ET DES STATISTIQUES, MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

Dans ce texte, Sylvie Octobre propose une analyse des cultures juvéniles à l'ère du numérique en identifiant les mutations générées au sein de l'univers culturel des jeunes - entre consommation et réappropriation active - questionnant les nouveaux rapports aux savoirs et aux apprentissages entre modes de transmission traditionnels et éducation buissonnière⁽²⁾.

(1) Ce texte est tiré des analyses proposées par Sylvie Octobre dans, *Deux pouces et des neurones. Les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*, Paris, PCC, 2014

(2) Anne Barrère, *L'éducation buissonnière. Quand les adolescents se forment eux-mêmes*, Paris, Armand Colin, 2011

Les cultures juvéniles, largement nourries aux industries culturelles et numériques mondialisées, doivent souvent répondre d'une critique d'hégémonie destructeur, supposé caractéristique d'une culture de masse, avide de nouveauté, de vitesse et tout aussi amnésique. Cette culture, standardisée parce qu'industrielle, façonnerait des individus tout aussi standardisés et privés de réflexivité. Cette posture en affronte une autre, tout aussi rigide qui prétend que les usages des cultures juvéniles réenchangent le monde, en alliant systématiquement inventivité, créativité, et innovation, mais aussi détournement voire libération des cadres socio-techniques des outils et équipements culturels. Entre slogan publicitaire (après les Y qui questionnent, les C qui communiquent et créent ?) et misérabilisme qui exprime les peurs liées aux changements générationnels dans un monde qui devient sans cesse plus complexe et multipolaire, retenons peut-être deux choses. D'abord que la dimension culturelle a un poids important dans les identités sociales et est parée d'attentes, voire de fantasmes croissants à mesure que les désillusions de l'intégration par le marché du travail (intégration générationnelle mais aussi ethno-culturelle) augmentent. Ensuite que les mutations technologiques requièrent des réponses culturelles qui

portent tant sur l'élucidation des transformations des rapports à la culture que sur les médiations nécessaires à la constitution d'une culture commune.

1. Les cultures jeunes à l'ère numérique

Le basculement du numérique opère des mutations profondes des mondes de la culture en affectant tout à la fois les perceptions des temps culturels, des espaces culturels, des produits culturels et des chaînes de valeurs culturelles.

A) MUTATION DES RAPPORTS AUX TEMPS

Les technologies permettent d'abolir la linéarité ou l'occupation exclusive des temps culturels via la multiactivité favorisée par la convergence technologique, de même que la dépendance à l'égard des grilles des diffuseurs. Elles favorisent également une individuation, une

démultiplication et une déprogrammation des temps culturels. Il n'est pas rare qu'un adolescent écoute de la musique, en chattant sur son ordinateur tout en téléphonant et que sur le même écran d'ordinateur, il discute, regarde un film, surfe sur le net, en entre-mêlant ces activités dans des séquences de temps très brèves. Une part croissante de ses consommations se font en VOD, *pod-casting*, téléchargement, *streaming*, sur des play-lists qu'il se constitue à son gré, c'est à dire en s'émancipant de tout ou partie des contraintes temporelles liées aux grilles temporelles des diffuseurs. Ce qui s'oppose à la vision d'un temps unique, linéaire et organisé par l'offre.

B) MUTATION DES RAPPORTS À L'ESPACE

Le numérique accélère les effets de la globalisation culturelle et met en évidence l'enjeu que constitue le cosmopolitisme des références juvéniles. La globalisation des industries culturelles et la circulation croissante des produits permise par le numérique sont des éléments explicatifs majeurs de cette cosmopolitisation des cultures jeunes qui prend parfois un visage et une ampleur impressionnantes : le *Gangnam Style* du chanteur coréen Psy a été téléchargé

près d'1.7 milliard de fois dans sa version clip, à laquelle il faut ajouter toutes les versions en concert. Au-delà de l'anecdote, des mutations des normes de réception esthétiques sont en cours : s'agit-il de globalisation de la consommation sans effet transformatoire sur les perceptions de l'altérité ou bien d'un apprentissage de la diversité culturelle et humaine ? Ce cosmopolitisme concerne la transnationalisation des produits consommés mais également les modifications des modes de consommation, avec notamment la place prise par la V.O. et l'utilisation de langues étrangères, notamment en matière de films, de séries télé et de musique. Cela repose à de nouveaux frais la question de l'enseignement en langue étrangère, d'autant que cette présence de l'anglais dans les loisirs des jeunes générations fait écho à leur usage croissant de cette langue dans certains domaines professionnels⁽³⁾.

C) MUTATION DES RAPPORTS AUX OBJETS CULTURELS

Cette mutation du rapport au temps et à l'espace est indissociable d'une mutation des rapports aux objets culturels : en accroissant considérablement le nombre de produits culturels accessibles et en démultipliant les modes de consommation, la révolution numérique accélère le développement de l'éclectisme⁽⁴⁾, tendance à l'œuvre depuis la fin du xxe siècle. Par ailleurs, avec le numérique, les produits culturels se sont hybridés, avec des effets de chaînage culturel et de métissage des genres, ce qui a favorisé le développement d'une porosité croissante des catégories culturelles. A la fois personnage de romans, série cinématographique, jeu vidéo et sujets de produits dérivés, de fans fictions d'amateurs, *Harry Potter* incarne parfaitement ce phénomène.

D) MUTATION DES MODES DE PRODUCTIONS ET DE LABELLISATION

Le fonctionnement ouvert du numérique a par ailleurs profondément modifié les modes de production des contenus culturels mais également le système de labellisation : logiciels libres, encyclopédie collaborative (de type Wikipédia), modifications par les joueurs des jeux auxquels ils s'adonnent (les mods), diffusion des contenus culturels auto-produits (du texte sur les blogs, de l'image et/ou du son sur MySpace ou YouTube, etc.), toute la chaîne de labellisation est redéfinie : de l'auteur à l'œuvre (qui ressemble à l'ancien amateur) en passant par les médiateurs des œuvres (les webmaster, éditorialistes du net remplacent parfois les professionnels de la médiation culturelle). Cette mutation affecte les objets numériques tout comme l'ensemble des pratiques : en accroissant le périmètre du culturel, elle rend les contours des catégories savantes et populaires plus flous et les moyens de la définition de leurs champs plus incertains. Ceci n'est pas non plus sans lien avec le fonctionnement en réseau, ou en communauté qui prévaut dans les jeunes générations, et avec l'accroissement de la force sociale et identitaire de ces réseaux. L'outil technologique a ainsi favorisé l'émergence de nouvelles représentations qui concernent le statut même des relations synchrones ou a-synchrones, en parallèle dans le monde réel et dans le monde virtuel ou pas. La relation prise comme valeur en soi, voire comme alibi des consommations, devient un élément important de la construction de repères et de marqueurs identitaires qui fonctionnent à la fois comme éléments de rattachement et de différenciation. Ces évolutions accréditent plus largement l'hypothèse de la force des liens faibles (et de l'affaiblissement des assignations statutaires : être fille ou fils de... compte parfois moins qu'être en relation avec⁽⁵⁾).

E) DES CULTURES EN ARCHIPEL

Les cultures juvéniles présentent des situations contrastées, en archipel, où voisinent des îlots consommateurs et des formes de réappropriation actives

(fans, groupies, fandoms, etc.)⁽⁶⁾. Les espaces d'affinités⁽⁷⁾ fonctionnent ainsi principalement sur un principe électif et non plus sélectif comme l'école (sélection par le diplôme c'est à dire sélection a priori par le savoir) et édictent des règles internes qui articulent utilisation de l'expertise des uns et des autres au sein d'une communauté d'amateurs, transversalement aux groupes d'âges, sociaux, de sexe, et circulation d'informations progressivement convergentes, dont le cheminement oriente l'activité collective. La convergence prend bien alors le visage d'un bricolage généralisé plus que d'un programme intégré, culturel ou technologique. Le numérique rend possible une circulation globale des contenus, et une diversité des usages, des outils, des supports, entre des formes participatives, co-créatives ou plus consommatoires. **De fait, le passage en régime numérique mondialisé des industries culturelles a produit deux phénomènes intimement liés : un élargissement des répertoires culturels et la diffusion d'une culture de la réappropriation, du mix, de l'hybride, le premier alimentant le second.** Les moustaches de Dali ornent le visage de La Joconde, Shakira reprend en trois langues la chanson « je l'aime à mourir » de Francis Cabrel, et la K pop déferle dans les répertoires culturels de jeunes français qui sont sans aucun lien avec cette culture ethno-nationale. Les contenus culturels -figures, motifs, héros, situations, images, scénario, etc. - font l'objet de parodies, de collages, individuels ou collectifs, etc. tandis que la convergence des outils permet aux « utilisateurs » de devenir toujours plus facilement également des consom-acteurs : agir sur les jeux vidéo et leur scénarisation via les mods (modification que les joueurs font intervenir dans les jeux vidéo et qu'ils partagent avec l'ensemble des joueurs), contribuer à la construction d'œuvres participatives (notamment musicales ou sonores), co-produire des contenus scientifiques valides et largement réutilisées (comme dans les wiki). Ces mutations construisent de nouvelles mythologies : à la figure de l'artiste se substitue celle de l'auto-producteur, sorte d'outsider chanceux, de bidouilleur alternatif, à laquelle l'internet sert de caisse

(3) François Héran, « L'anglais hors la loi? Enquête sur les langues de recherche et d'enseignement en France », *Population et sociétés*, n°501, juin 2013.

(4) Olivier Donnat, *Les Français face à la culture : de l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, La Découverte, 1994.

(5) François de Singly, *Les Adonaissants*, Armand Colin, Paris, 2006

(6) Henry Jenkins, *La culture de la convergence, des médias aux transmédias*, Paris, Armand Colin, 2013 ; Patrice Flichy, *Le sacre de l'amateur, sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Seuil, 2010

(7) J.P. Gee, *Language, Learning and Gaming : A Critique of Traditional Schooling*, New York, Routledge, 2005

d'enregistrement (pour être reconnu) et de résonance (pour être connu). Pour marginale dans les faits que soit cette figure, elle n'en irrigue pas moins profondément la mythologie du numérique et des réseaux chez les jeunes : sur le numérique, les règles du jeu social prétendent être abolies et celui qui n'est personne peut devenir quelqu'un, y compris dans le faux semblant (mais pas uniquement).

2. Quelle éducation buissonnière⁽⁸⁾?

Quels sont les savoirs, compétences, références ; largement issus des industries culturelles, qui constituent les nouveaux répertoires et imaginaires culturels des jeunes et comment ces répertoires se constituent-ils ? On peut discerner 5 traits principaux dans ces nouveaux rapports à la culture chez les jeunes.

A) COMPRÉHENSION ADDITIVE ET CROSS MEDIA

Le premier de ces traits concerne le mode d'accumulation et de construction de savoir : la compréhension en régime numérique est additive, et ce, par le jeu accéléré du cross média, principalement réticulaire. Un même élément est traité en littérature, au cinéma, sur un jeu vidéo, sur des jeux de sociétés, sur des sites internet, chacune de ces productions développant un aspect du personnage, de l'histoire, des aventures qu'in fine, on ne peut connaître totalement qu'en additionnant les approches. La compréhension additive est caractéristique des fonctionnements cross media : il faut aller d'un support à l'autre pour en apprendre plus sur le monde narratif créé, ce que le marketing a exploité largement. Il en va ainsi pour les dessins animés des années 1970 (Candy avait par exemple ses dérivés autocollants et journaux) et le phénomène s'est accéléré avec les déclinaisons d'un média à l'autre de produits stars comme le Seigneur des

anneaux ou Matrix, ou Harry Potter : aux ouvrages et films s'ajoutent pour les plus fans les fanzines, de multiples jeux et jeux vidéo mais aussi l'École de Poudlard sur Internet (qui permet d'obtenir son diplôme de sorcier !⁽⁹⁾). C'est également le principe de la compréhension additive qui préside à l'accès au savoir grâce aux moteurs de recherche. La compréhension additive est caractéristique des fonctionnements des nouveaux médias et est liée à la valorisation du capital social des technologies de l'information et de la communication. La notion de compétence à l'ère médiatique, et plus encore à l'ère numérique, peut alors être envisagée de manière plurielle : elle va de la compétence informationnelle (collecte d'information via l'accoutumance à des contenus ou des usages, l'exposition à une technologie ou à une pratique qui apprend par imprégnation un savoir pratique ou informationnel limité mais largement répandu) à la connaissance (compétence d'usage et utilisation de l'information), au savoir réflexif (sur la pratique ou sur l'information qui construit un parcours individuel) et au goût et dégoût, les liens entre les termes n'étant ni linéaires ni causaux.

B) FONCTIONNEMENT COLLABORATIF

Le deuxième trait concerne le fonctionnement collaboratif et le régime des émotions. La compréhension additive fonctionne aussi grâce à la participation et à la collaboration : David Buckingham et Julian Sefton-Green indiquent ainsi que « Pokémon, ce n'est pas seulement quelque chose qu'on lit, qu'on regarde ou qu'on consomme, c'est quelque chose que l'on fait »⁽¹⁰⁾. Ainsi, ce qui compte ce n'est pas tant la détention du savoir que le processus via lequel celui-ci est constitué et acquis, un processus fait d'épreuves et de liens (volontaires, tactiques, temporaires) : pour que les jeunes participent, il faut qu'ils pensent que ce qu'ils apportent au contenu l'enrichit et enrichit l'expérience des autres. Cette participation est collaborative dans le contexte d'une circulation intense de l'information et

la collaboration n'y est pas considérée comme du copiage à l'instar de ce qui se passe au sein de l'école. Ces systèmes de circulation d'un média à l'autre apprennent aux jeunes à jouer avec l'information et les contenus culturels et à valoriser la visibilité des cultures qu'ils produisent sur la base du mixage de ces éléments. Ces mutations se superposent à celles opérées dans la génération précédente par le passage massif à la culture de l'écran qui a réorganisé les univers culturels autour des images, de la question de leur décodage et donc de leur mise en mots secondaire. **La génération de l'internet réintroduit du texte, lu ou écrit, dans un paysage culturel qui était devenu principalement audiovisuel.** Il lui faut alors additionner et jouer avec les compétences des divers registres de langage. La métaphore des jeunes générations pourrait être, comme le suggère Michel Serres, celle de la petite Poucette⁽¹¹⁾ (une fille, plus lectrice), qui tient potentiellement le monde entre ses mains par l'intermédiaire d'un terminal numérique, le lieu d'une nouvelle bibliothèque culturelle, individuelle voire intime. Plus que jamais, il convient d'avoir une tête bien faite plutôt que bien pleine...

C) RÉGIME DES ÉMOTIONS

Ce nouvel amateur se définit par une temporalité affective, qui se développe sur la base de l'interaction en temps réel où l'immédiateté fait la part belle aux émotions plutôt qu'aux cognitions (qui font appel à la distance temporelle justement) ou aux savoirs : le goût du délire et la recherche des grammaires sentimentales caractéristiques des adolescents trouvent dans les médias et leurs contenus à la fois des lieux d'expérimentation et de confrontation, avec des formes d'oppositions stéréotypiques dans les mobilisations affectives partagées : séries télévisées pour les filles⁽¹²⁾, jeux vidéo pour les garçons, rock pour les catégories supérieures, rap pour les catégories populaires, mode sentimental pour les filles et mode sportif

(8) Ce très joli mot est d'Anne Barrère. Voir Anne Barrère, *L'éducation buissonnière. Quand les adolescents se forment eux-mêmes*, Paris, Armand Colin, 2011

(9) fr.harrypotter.wikia.com/wiki/Collège_Poudlard_école_de_sorcellerie ou poudlard.fr

(10) D. Buckingham et J. Sefton-Green, « Structure, Agency and Pedagogy in Children's Media Culture », in J. Tobin (dir), *Pikachu's Global Adventure : The Rise and Fall of Pokémon*, Durham, NC, Duke University Press, 2004, p 12

(11) Michel Serres, *Petite Poucette*, Paris, Le Pommier, 2012

(12) D. Pasquier, *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, Paris, 1999

ou humoristique pour les garçons⁽¹³⁾. Cette temporalité affective organise une recomposition des espaces privés et publics, de l'intime et de l'extime (espace de dévoilement de l'intime), prolongeant une évolution engagée par les talks show radiophoniques et télévisés. Cette temporalité affective se nourrit d'une part au registre de l'expressivité, dont le modèle pourrait être le registre de la conversation privilégié sur les réseaux sociaux⁽¹⁴⁾: la conversation remplace le débat, la recherche du commun celle de l'argumentation, les communautés électives des réseaux sont plus homogènes que les espaces publics. Il se définit également par un fonctionnement collaboratif, réversible et ponctuel qui donne la mesure de nouvelles formes d'engagements, parfois intenses, parfois superficiels, et valorise l'autonomie : « je suis ce que je choisis de consommer ou d'aimer ». Cette question de l'émotion est liée à l'émergence du registre de l'expressivité et à sa domination, au moins symbolique, dans certains registres des loisirs notamment numériques. **L'ère de l'information, économie affective qui se fonde sur l'émotion plus que sur l'analyse et la compréhension dans les processus de décision comportementaux, est fort différente de l'économie du savoir, qui met l'accent sur les dimensions cognitives de l'expérience vécue.** Les formats et séquençages deviennent de plus en plus fréquemment dimensionnés sur le format de l'attraction (comme dans la télé-réalité par exemple) : des séquences courtes, rythmées, contenant un suspens captivant, que l'on peut regarder presque indépendamment du reste du programme, d'où un recyclage aisé sur l'internet, ce qui favorise la notoriété du programme dans sa globalité. Par ce processus d'attraction émotionnelle, le spectateur va aimer la mise en série, la personnalisation de l'œuvre et la mise en avant de la vie de l'artiste ; la starification, y compris soudaine et volatile, devient la norme de la reconnaissance par des communautés affectives ; les échanges de contenus entre amateurs sont placés sous le registre de la conversation et de l'authenticité.

D) RENOMMÉE ET CONNAISSANCE

La notoriété joue un rôle prépondérant dans la constitution des univers culturels et référentiels des jeunes, notoriété qui articule le régime des émotions avec le capital informationnel. Il semble que, dans le cas des plus jeunes, les notions d'information et de savoir se soient disjointes c'est-à-dire la célébrité ou la notoriété, qui peuvent être fugaces et imprécises, et la connaissance réelle. On peut le comprendre facilement si l'on observe le régime informationnel dans lequel ils sont plongés, notamment avec le multimédia, la massification des industries culturelles et leur hybridation aux cultures populaires. Le niveau d'information des jeunes – et la valorisation du capital informationnel – a crû et la connaissance informationnelle est devenue une compétence voire un capital en soi. Par ailleurs, le régime médiatique, qui valorise la célébrité, au cycle de production, reproduction et destruction rapide, pour faire événement, tube, succès, buzz, etc., a modifié le rapport au savoir des jeunes : savoir, ça n'est pas seulement connaître au sens précis du terme, mais savoir agencer des informations partielles, les faire converger et progressivement construire une connaissance semblable au savoir.

E) AIMER ET SAVOIR

Distinguer capital informationnel et savoir, notoriété et connaissance, ne suffit pas à entrer dans la fabrique du capital culturel, car c'est aussi – et peut être surtout ? – du goût et du dégoût qu'il s'agit, goût et dégoût qui ne se déduisent linéairement ni du capital informationnel ni du savoir sur les œuvres, les contenus ou les artistes. Les publics médiatiques et usagers numériques forment des communautés de partage basées sur la consommation de biens d'expérience, et sur le partage de goûts les concernant. Il y a donc découplage entre reconnaissance de qualité (socialement construite) et jugement de goût (basé sur l'expérience individuelle), et dans ce cadre, le jugement de goût « vaut » jugement de qualité. Inversement, le jugement de qualité ne fait pas jugement de goût : les artistes classiques, connus et reconnus comme tels par les institutions de légitimation et de transmission (notamment l'école et les institutions culturelles), ne sont pas pour autant appréciés par principe de qualité. Dans le régime électif plutôt que sélectif que proposent les médias

expressifs (l'avis plutôt que l'expertise, la compétence mobile plutôt que le savoir fixe), les normes institutionnelles – universelles et générales – sont considérées comme extérieures au jugement de goût – particulier et local – qui est supposé authentiquement individuel : j'aime donc je suis. Depuis que le fonctionnement de la bourse des valeurs culturelles s'est largement ouvert aux industries culturelles, le rythme de sa production et de son renouvellement est devenu plus rapide mais aussi plus incertain : la bourse des valeurs mêle sédimentation patrimoniale liée au passage du temps et starification industrielle, intense et courte. Dans ce contexte, le lien entre connaissance et jugement de goût se distend, probablement du fait d'une transformation de la perception de la connaissance nécessaire à l'énoncé du jugement : une connaissance informationnelle semble suffire à autoriser un jugement de dégoût libéré de l'argument de légitimité fondé sur le savoir.

3. Questions de médiation

Ces compétences nouvelles font l'objet d'a priori souvent négatifs : inférieures en qualité, elles viendraient de surcroît contrevenir aux compétences requises dans les apprentissages traditionnels, notamment scolaires. **Et la question éducative que soulève l'ère médiatique et plus encore l'ère numérique, se reforme souvent sur la question des usages pédagogiques des technologies, avec la question chausse-trappe suivante : apprend-on mieux avec ou sans les technologies ?** Il nous semble que la question est mal posée. L'interrogation ne devrait donc peut être pas tant porter sur les usages pédagogiques des technologies que sur les formes « d'éducation buissonnière » que les médias et les usages numériques développent, ainsi que sur la nature des modes de transférabilité des compétences issues de ces éducations buissonnières dans les modes plus traditionnels de la formation et de la transmission.

(13) C. Detrez et S. Octobre, « De Titeuf aux séries à succès : trajectoires de lecteurs de la fin de l'enfance à la grande adolescence » in *Lectures et lecteurs à l'heure d'internet : livre, presse et bibliothèques*, C Evans (dir), Paris, Ed du Cercle de la Librairie, 2011, p 61-92

(14) Laurence Allard et Fabrice Vandenbergh, « Express yourself ! Les pages perso », *Réseaux*, n°117, 2003

A) INDIVIDUEL ET COLLECTIF

Dans le programme éducatif de l'ère médiatique et plus encore de l'ère numérique, les univers culturels médiatiques et, plus encore, numériques modifient le rapport au collectif, non en le déniaient, mais en le recomposant. Le sens n'est pas d'emblée collectif, ni en termes de production ni en termes de destination première : il se présente d'abord comme individuel. Et si la convergence multimédiatique s'accompagne bien d'une intelligence collective, mise en évidence par Wikipédia, celle-ci ne découle pas d'un programme, au sens politique, mais d'additions individuelles locales, ponctuelles et itératives et d'auto-organisations, qui hiérarchisent, trient, signalent, mettent en jeu des stratégies d'élimination ou de jeu avec les spoilers et les hoaxes, et forment et diffusent des jugements de qualité esthétique. Les collectifs y sont mouvants (public d'un concert, audience d'une émission, fan de telle musique, etc.), ils articulent co-présence et distance (les publics ne sont plus seulement « physiques »).

Et les espaces de négociations se sont multipliés – entre la famille et le jeune, entre les jeunes eux-mêmes, entre le jeune et l'école, etc. - qui sont autant d'arrangements contextuels qui morcellent et recomposent les figures du collectif et rompent avec le modèle des conflits générationnels que les contre-cultures exprimaient fortement dans les années 1960. Bref, le capital social dans ces cultures juvéniles prend parfois la forme très spécifique d'une compétition médiatique qui l'emporte sur l'horizon méritocratique de l'école et du travail. Retenons, enfin, que ces cultures médiatiques et numériques permettent aux jeunes de se découvrir comme individu, et en cela constituent des étapes, des épreuves, des rites de formation. De plus, les usages valorisés des contenus culturels, notamment dans leurs réappropriations mettent en avant une double logique. Notoriété d'une part, qui suppose une originalité voire une créativité (être leader d'un groupe de fan, être moteur d'une pratique, avoir beaucoup d'amis, etc.), qui sont souvent évaluées par les groupes de pairs eux-mêmes. Conformité d'autre part, qui suppose, dans une certaine mesure, de consommer les mêmes produits, d'adopter les mêmes goûts que le groupe de référence, d'âge, de sexe, de situation sociale, etc. pour en être accepté. **Pour être soi-même il faut donc connaître ce que**

les autres connaissent, y compris si cette connaissance est superficielle et dénuée d'intérêt personnel, et développer par ailleurs des curiosités culturelles propres, y compris si celles-ci ne sont pas partagées. Ce double programme est à bien des égards paradoxal : « il fait appel à la régularité et à l'effort, mais aussi à l'initiative et une aisance non scolaire »⁽¹⁵⁾. Il met en jeu des compétences proches de celles valorisées à l'école (chercher de l'information, la traiter, construire des savoirs sur la base des connaissances accumulées) mais ne bénéficie d'aucune reconnaissance scolaire. Il suppose par ailleurs une capacité d'autonomie, dans le choix des contenus culturels, dans la recherche d'informations, dans la constitution de ces savoirs, que l'école attend de l'élève sans la lui reconnaître en termes culturels.

B) QUID DES INSTITUTIONS ?

Connaissance et savoir il y a donc, évidemment, au sein des média-cultures. Mais sont-ils alternatifs à celui des institutions ? Autrement dit, les structures, formes, procédures, d'apprentissages propres aux média-cultures transforment-elles le rapport au savoir et à la culture, et si oui, comment ? La valorisation de l'autonomie comme norme de grandissement, fortement adossée à l'expérimentation et à l'aventure de la construction de soi par les loisirs culturels, fonde d'une certaine manière une remise en question de l'autorité, comme principe unificateur de sens et de norme. Cette remise en cause va croissant avec les usages numériques et provoque son lot de questions et de terreurs, notamment vis-à-vis des instances de socialisation culturelle. Car ce qui est marquant avec ce passage en régime d'autonomie par les loisirs, c'est la disparition d'un principe organisateur général des savoirs et des représentations culturelles : chaque producteur propose un agenda, un cadre de référence et de réception, mais ces cadres ne sont pas organisés de manière convergente. Ils peuvent même être stratégiquement organisés de manière divergente pour des raisons de compétition entre les producteurs publics et/ou privés. Le Sénat titrait ainsi en 2008 un rapport « Les nouveaux médias : des jeunes libérés

ou abandonnés ? »⁽¹⁶⁾. C'est donc en dehors d'un programme institutionnel culturel unifié que les jeunes se forment, se cherchent, se découvrent, s'amuse, évoluent, construisent leurs goûts et leurs dégoûts, leurs affiliations et leurs distances, et finalement, grandissent. Par ailleurs, le développement de l'éclectisme, crée une fragmentation des normes de références de la valeur culturelle, esthétique et artistique dans des micro-communautés, parfois étanches les unes aux autres. On peut à la fois parler d'absence de modèle éducatif ou de multiplications de modèles parfois divergents (entre par exemple le modèle de l'école de musique et celui de l'auto-production sur internet), qui peuvent produire des conflits entre modes et agents de socialisation (les institutions versus les industries culturelles, mais certaines industries contre d'autres, on a vu le long combat qui a opposé le cinéma au jeu vidéo⁽¹⁷⁾).

Enfin, certaines formes de loisirs ont pu laisser croire à des formes de proximité avec les transformations récentes du marché du travail⁽¹⁸⁾ : flexibilité, recompositions capitalistiques font écho au succès des valeurs libertaires et libérales à l'origine de l'internet, qui se trouve paré de vertus démocratiques⁽¹⁹⁾. Des votes télévisuels ou radiophoniques aux émissions faites avec les audiences, aux réseaux sociaux, aux pratiques artistiques en amateur et à l'autoproduction, cette idéologie favorise le développement d'un modèle de l'individu acteur.

(16) D. Assouline, « Les nouveaux médias : des jeunes libérés ou abandonnés ? », *Rapport d'information fait au nom de la Commission des Affaires Culturelles, Sénat, n°46, 2008*, www.senat.fr

(17) N. Aufray et F. Georges, « Les productions audiovisuelles des joueurs de jeux vidéo : entre formation des professionnels et apprentissages esthétiques autodidactes », *Réseaux*, 175, sept-oct 2012

(18) L. Bolstanski et E. Chiappello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 2009

(19) D. Cardon, *La démocratie internet. Promesses et limites*, Paris, Seuil, 2010

(15) A. Barrère, *L'éducation buissonnière*, Paris, Armand Colin, 2011, p. 11.