

1. Record Nr.	UNINA9910280875603321
Autore	Cicchelli Vincenzo
Titolo	Les cultures juvéniles à l'ère de la globalisation : une approche par le cosmopolitisme esthétique-culturel // Vincenzo Cicchelli, Sylvie Octobre
Pubbl/distr/stampa	Paris, : Département des études, de la prospective et des statistiques, 2018
ISBN	2-11-139934-5
Descrizione fisica	1 online resource (22 p.)
Altri autori (Persone)	OctobreSylvie
Soggetti	Cultural studies consommation culturelle culture juvénile cosmopolitisme
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	<p>Les œuvres et contenus culturels circulent de manière croissante dans le monde et contribuent à façonner des répertoires et des goûts juvéniles désormais internationalisés. Ainsi la série Game of Thrones, qui a battu tous les records d'audience, Waka waqua, l'hymne de la Coupe du monde de football en Afrique du Sud en 2010 interprété par Shakira, chanteuse colombienne qui fait carrière aux États-Unis ou encore Naruto, personnage de manga japonais, sont-ils devenus des références partagées par les jeunes Français aujourd'hui, aux côtés d'icônes nationales comme Astérix ou David Guetta. Mangas, comics, films asiatiques, blockbusters hollywoodiens, cinéma Bollywoodien, séries sud-coréennes ou scandinaves et musiques de tous les continents fonctionnent comme autant de fenêtres sur le monde et contribuent à rendre l'étranger familier. Que ce soit dans le domaine de la pop musique, des jeux vidéo, des séries télévisées, de la littérature ou du cinéma, la globalisation des industries culturelles et la circulation croissante des œuvres et des contenus, facilitée par la technologie numérique, sont ainsi des facteurs majeurs de l'internationalisation des répertoires de consommations et des imaginaires culturels des jeunes.</p>

Comment les jeunes construisent-ils leur rapport au monde par l'intermédiaire de biens culturels globalisés ? Cinq configurations de cosmopolitisme esthétique et culturel sont identifiées à partir du degré d'internationalisation des consommations et préférences, du mode linguistique de consommation (français ou langue originale), ainsi que des imaginaires globaux et des valeurs qui leur sont associés. Du cosmopolitisme involontaire lié à la consommation de la production culturelle mainstream, à des formes plus engagées d'ouverture (cosmopolitisme sectoriel et principiel), mais aussi de la préférence culturelle nationale à l'impossible cosmopolitisme, les consommations culturelles des jeunes leur confèrent des ressources et des compétences et dessinent des...
