

"Médias des jeunes et leur culture populaire en Allemagne de l'Ouest, Grande-Bretagne et France pendant les années 60 et 70"

Aline Maldener (Universität des Saarlandes, Kultur- und Mediengeschichte)

Le projet entend tout d'abord attirer l'attention sur l'existence d'une « culture jeune populaire » au-delà des jeunes « fauteurs de troubles » qui marque de son empreinte le « mainstream » et les tendances de « goût de masse », c'est-à-dire attire l'attention sur une forme consensuelle popularisée, grandement commercialisée, politiquement « apaisée » et intergénérationnelle de la culture jeune. Celle-ci représente une nouvelle culture jeune hybride, d'une qualité propre, qui n'est pas seulement façonnée et transportée par les médias de jeunesse commerciaux mais qui est également construite par eux. Ainsi, il s'agit de traiter d'une forme de culture jeune ouverte aux influences internationales venues de l'extérieur, à comprendre dans une perspective historique de transferts, d'histoire transnationale et d'histoire croisée.

Trois principales hypothèses sous-tendent l'analyse : dans un contexte d'eupérisation de la culture jeune populaire dans les longues années 1960 se construit un espace commun de médias pour la jeunesse, un ensemble médiatique (audio-)visuel non seulement ouest- mais également est-européen. De plus, on peut supposer que cet espace médiatique de la culture jeune populaire est d'une part toujours imprégné de stéréotypes nationaux parodiés et amplifiés mais d'autre part les estompent et les réduits en nuances. Ce contexte permet de supposer d'une part que des convergences systémique et de forme ont lieu et que d'autre part des divergences culturelles et médiatiques continuent d'exister en ce qui concerne ces cultures jeunes populaires européennes, leur production et distribution médiatiques ainsi que leur perception et réception.