

questions
de communication

Questions de communication

13 | 2008

La responsabilité collective dans la presse

Pour une critique des théories de la mondialisation culturelle

For a Critique of the Theories of cultural Globalization

Tristan Mattelart



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/1831>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.1831

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2008

Pagination : 269-287

ISBN : 978-2-86480-952-4

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Tristan Mattelart, « Pour une critique des théories de la mondialisation culturelle », *Questions de communication* [En ligne], 13 | 2008, mis en ligne le 01 juillet 2010, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/1831> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.1831

Tous droits réservés

TRISTAN MATTELART

Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaire sur les médias

Université Paris 2

tmattelart@club-internet.fr

POUR UNE CRITIQUE DES THÉORIES DE LA MONDIALISATION CULTURELLE

Résumé. — Depuis la fin des années 80, l'avènement des théories de la mondialisation culturelle dans le champ académique anglo-saxon s'est traduit par une transformation en profondeur des manières de penser les enjeux de l'internationalisation des médias. Avec ces théories, l'économie politique critique de la communication – qui, dès la fin des années 60, a joué un rôle pionnier dans la réflexion sur ces processus – a en effet été supplantée par des disciplines qui ne s'étaient, jusqu'à la deuxième moitié de la décennie 80, jamais véritablement penchées sur l'ubiquité des médias. Nées d'une convergence entre certains tenants des *Cultural Studies*, de l'anthropologie et de la sociologie, ces théories ont ainsi donné naissance à un nouveau paradigme, devenu dominant pour saisir les conséquences de l'internationalisation des médias, qui a largement déconstruit les perspectives esquissées par l'économie politique et les a remplacées par des visions radicalement différentes. En revenant en détail sur quelques-uns des principaux textes leur ayant donné corps, l'objectif de cette contribution est de retracer de façon critique le développement de ces théories de la mondialisation culturelle et de souligner les ruptures décisives qu'elles ont pu entraîner dans la compréhension de l'internationalisation des médias.

Mots clés. — Mondialisation culturelle, internationalisation des médias, flux transnationaux, compression spatio-temporelle, créolisation, identités réflexives, économie politique, diversité culturelle.

Par-delà leurs différences d'approche, une question traverse les articles de Jean Tardif et de Joëlle Farchy qui sont soumis à discussion : la croissante circulation transnationale des médias et des industries culturelles produit-elle, pour reprendre les termes employés par Joëlle Farchy, de « l'homogénéisation culturelle », ou permet-elle, à l'inverse, « d'enrichir » les cultures et les identités locales « d'apports extérieurs » ? Jean Tardif et Joëlle Farchy, en s'efforçant de répondre à cette question, l'un à partir de l'étude des formes de gouvernance de la mondialisation culturelle, l'autre à partir de l'examen des défis qu'elle pose aux politiques publiques, laissent néanmoins chacun dans l'ombre, dans une large mesure, l'arrière-plan théorique qui sous-tend les débats sur la mondialisation culturelle, sans lequel on ne peut avoir qu'une conscience floue des enjeux que suscite ce phénomène. Car, pour échapper aux pièges du terrain extrêmement meuble des conjectures sur la mondialisation culturelle, un détour par les théories est indispensable.

Nous prendrons donc le contre-pied des thèses de Jean Tardif, selon qui, « la dimension culturelle semble [être] considérée comme marginale dans les écrits sur la mondialisation ». Nous montrerons au contraire comment, à partir de la fin des années 80, dans le champ académique anglo-saxon, rompant avec les cadres d'analyse jusqu'alors majoritairement locaux ou nationaux de leurs disciplines respectives, différents auteurs ont forgé des théories destinées à penser les incidences culturelles de la mondialisation. Nées d'une convergence entre certains tenants des *Cultural Studies*, de l'anthropologie et de la sociologie, ces théories – que nous qualifierons de théories de la mondialisation culturelle – vont transformer en profondeur les manières d'appréhender les processus d'internationalisation des médias et, au-delà, des industries culturelles.

Avec ces théories, l'économie politique critique de la communication – qui a, dès la fin des années 60, joué un rôle pionnier dans la réflexion sur ces processus – a, de fait, été supplantée par des disciplines qui ne s'étaient, jusqu'à la deuxième moitié de la décennie 80, jamais véritablement penchées sur l'ubiquité des médias. De cette façon, les théories de la mondialisation culturelle ont donné naissance à un nouveau paradigme, devenu dominant pour saisir les conséquences de l'internationalisation des médias, qui a largement déconstruit les perspectives esquissées par l'économie politique et les a remplacées par des visions radicalement différentes. En revenant en détail sur quelques-uns des principaux textes leur ayant donné corps, l'objectif de cette contribution est de retracer de façon critique le développement de ces théories de la mondialisation culturelle – sans toutefois prétendre à l'exhaustivité –, et de souligner les ruptures décisives qu'elles ont pu entraîner dans la compréhension de l'internationalisation des médias¹.

¹ Pour une approche plus complète sur ces théories de la mondialisation culturelle, voir T. Mattelart (2006).

Une économie globale « flexible »

Les théories de la mondialisation culturelle vont d'abord marquer une rupture majeure par le nouveau regard qu'elles portent sur le système capitaliste mondial et, partant, le système transnational des médias. À partir de la fin des années 80, le système transnational, loin d'être présenté, comme il pouvait l'être dans les travaux de l'économie politique critique, comme véhiculant des logiques d'uniformisation culturelle, va être de plus en plus représenté comme engendrant de la diversité culturelle, même si celle-ci est placée sous le signe de la marchandisation.

La compression « spatio-temporelle »

À l'origine de cette rupture, *The Condition of Postmodernity*, un ouvrage que publie, en 1989, le géographe britannique David Harvey et qui constitue l'un des socles à partir desquels vont fleurir les écrits sur la mondialisation culturelle. Son hypothèse centrale est que les mutations que connaît le système capitaliste mondial depuis le choc pétrolier de 1973 ont eu d'importantes répercussions sur la condition culturelle contemporaine. Au régime d'accumulation « fordiste », multinational, qui a dominé entre 1945 et 1973, caractérisé par une production et une consommation de masse, succède un régime d'accumulation « flexible », plus global. Le système de production de ce régime étant défini comme davantage générateur d'innovations, comme capable d'épouser la segmentation des marchés, les attentes spécifiques des consommateurs et de répondre au caractère plus éphémère des modes. Or, explique David Harvey, à chacun de ces régimes d'accumulation correspond un mode de régulation socioéconomique et politique particulier qui est aussi un ordre culturel particulier. Ainsi, loin de pouvoir se résumer à un « système de production de masse », le fordisme doit-il être conçu comme « un mode de vie complet » dans lequel les médias, la publicité et leurs contenus « standardisés » ont joué un rôle fondamental : participer, à une échelle internationale, à organiser la concordance entre la production et la consommation. « La production de masse signifiait autant la standardisation de la production que de la consommation de masse ; ce qui signifiait toute une nouvelle esthétique et une marchandisation de la culture » (Harvey, 1989 : 135).

Dans le cadre du régime d'accumulation flexible s'est formé un nouvel ordre culturel encore plus commercialisé que le précédent, qui joue plus que jamais un rôle essentiel de correspondance entre la production et la consommation. L'accélération du rythme de la consommation, l'obsolescence plus rapide des modes, la nécessité de toucher des segments de marché toujours plus précis, nécessitent, davantage qu'auparavant, « la mobilisation de tous les artifices de la création

des besoins » (*ibid.* : 156) de consommer. Le nouvel ordre culturel en temps d'accumulation flexible n'est néanmoins plus considéré comme produisant de la « standardisation » culturelle, mais comme générant au contraire cet univers de diversité et de fragmentation culturelle qui caractériserait la condition postmoderne. « L'esthétique relativement stable du modernisme fordiste a cédé la place aux vertus effervescentes, instables et fugitives d'une esthétique postmoderne qui célèbre la différence, l'éphémère, le spectacle, la mode et la marchandisation des formes culturelles » (*ibid.*).

Pour mieux penser l'articulation qu'il opère entre les mutations du champ économique et leurs conséquences dans le champ culturel, entre « les dynamiques de l'économie politique » et celles du « changement culturel », David Harvey propose le concept très influent de « compression spatio-temporelle ». L'apparition d'un régime d'accumulation flexible aurait eu pour résultat le développement d'« un sentiment accablant de compression de nos mondes spatiaux et temporels » qui est l'un des traits majeurs de la « condition postmoderne » (*ibid.* : 201 et sq.). La « compression spatio-temporelle » que mobilise le géographe rend compte de la façon dont, sous l'effet de la transformation « des qualités objectives de l'espace et du temps, nous sommes forcés de modifier, parfois radicalement, la manière dont nous nous représentons le monde » (*ibid.* : 240). David Harvey articule alors la rotation accélérée de la production, l'augmentation du rythme de consommation, la diffusion plus rapide, à une échelle globale, des produits avec l'avènement d'une culture postmoderne qui met l'accent sur « la fragmentation, la discontinuité », le « collage », « l'indétermination » ou « l'instabilité » nés de la circulation et de la collusion accélérées des produits, des formes culturelles et des identités (*ibid.* : 39 et sq.). Instabilité qui rompt avec la stabilité supposée des identités de la période précédente. L'éclosion de cette culture postmoderne ne s'accompagne cependant pas d'une « diminution du *corporate power* », bien au contraire. Ainsi, la déréglementation qui a accompagné la montée en puissance du régime d'accumulation flexible s'est-elle traduite par l'accentuation des logiques de « monopolisation » qui ont conduit aux « fusions massives » de part et d'autre du globe. Logiques qui font dire à David Harvey (*ibid.* : 157-158) que le passage d'un régime d'accumulation à un autre est plus le fruit de « changements en surface que le signe annonciateur de l'émergence d'une nouvelle économie post-capitaliste ».

Mondialisation et différences culturelles

Le lien que tisse David Harvey entre le développement de nouvelles formes d'organisation économique et l'apparition d'un nouvel ordre culturel va nourrir la pensée de Stuart Hall, figure majeure des *Cultural*

Studies britanniques, l'invitant à, lui aussi, repenser la culture de masse à l'heure globale. Considérant le caractère flexible du nouveau régime d'accumulation cerné par David Harvey comme consubstantiel aux « processus de mondialisation » et aux « nouveaux marchés globaux » économiques et financiers qu'ils ont vu émerger, Stuart Hall montre comment ces processus obligent à revisiter la nature du système capitaliste mondial et, en conséquence, celle de la culture de masse qui l'irrigue. Avec la mondialisation, explique-t-il à la fin des années 80 et au début des années 90, se sont mis en place de « nouveaux régimes d'accumulation, beaucoup plus flexibles, fondés [...] sur des marchés segmentés, des formes d'organisation post-fordiste, des stratégies marketing collant aux spécificités des styles de vie et de l'identité » (Hall, 1991a : 30), des régimes d'accumulation « commandés non par le besoin de s'adresser à une audience de masse, à un consommateur de masse, mais [par le besoin] de pénétrer les petits groupes très spécifiques, les individus, en les séduisant » (*ibid.*).

L'avènement de ces nouveaux régimes d'accumulation est le principal facteur qui conduit Stuart Hall à remettre en question l'idée qu'avec la diffusion globale du capitalisme « toute forme de diversité disparaîtrait ». La mondialisation, avance-t-il, a jusque-là été pensée de manière trop « univoque », représentée comme absorbant toutes les différences. Il est, plaide-t-il, nécessaire de se détourner de cette vision d'« un capital qui ne se soucierait pas de là où il opère » (*ibid.* : 29-31) pour pleinement comprendre les enjeux de la mondialisation. Non qu'il sous-estime la « tendance [du capital] à tout marchandiser, tendance qui fait certainement partie de sa logique ». Mais, parallèlement, la mise à nu de ses vertus flexibles pousse à prendre en compte « une autre constituante de sa logique qui est de travailler dans et au travers de la spécificité ». « D'une certaine façon, la mondialisation ne peut opérer sans apprendre à vivre et à travailler avec la différence », en épousant les particularités des consommateurs (*ibid.*). De cette façon, Stuart Hall incite à concevoir la mondialisation comme un processus « contradictoire », où coexistent des tendances à l'homogénéisation et à l'hétérogénéisation, l'étude de la « culture de masse globale » étant un laboratoire pour appréhender ce double mouvement entre homogénéisation et hétérogénéisation. Si la culture de masse globale est porteuse « d'homogénéisation des formes de représentation culturelles », dominée qu'elle est par les technologies, les capitaux, les agents et l'imaginaire des sociétés occidentales, « l'homogénéisation n'est jamais absolue », estime Stuart Hall (*ibid.* : 28-31), tant le « pouvoir économique », aussi concentré soit-il, nécessite de vivre « culturellement au travers de la différence », voire de « la prolifération de la différence », pour mieux toucher ses consommateurs. Les processus de mondialisation, pour le dire autrement, n'annihilent pas les spécificités locales : « En fait, la mondialisation (sous

la forme de la spécialisation flexible et du marketing de niche), exploite les différences locales. Plutôt de penser le global comme *remplaçant* le local, il serait donc plus juste de penser aux nouvelles articulations existant entre le "global" et le "local" »² (*ibid.* : 304). Avec ces perspectives sur la mondialisation – qui mettent l'accent sur l'aptitude des acteurs « globaux » à prendre en charge les « différences locales » – va ainsi se répandre l'idée que le système transnational des médias, loin de n'être qu'un agent d'homogénéisation culturelle, comme il tend à être présenté dans certains travaux de l'économie politique des années 70, est également, au moins pour une part, un agent de diversité culturelle.

De même, Stuart Hall emprunte à David Harvey sa notion de « compression spatio-temporelle », allant jusqu'à considérer cette dernière comme l'une des caractéristiques majeures de la mondialisation. Le concept ne décrit-il pas « l'accélération des processus globaux, grâce auxquels le monde semble plus petit et les distances raccourcies, grâce auxquels les événements se déroulant en un lieu toucheront immédiatement des populations et des lieux très éloignés » (*ibid.* : 300) ? David Harvey proposait le concept de compression spatio-temporelle pour articuler les mutations dans le champ économique, marquées par le passage du régime d'accumulation « fordiste » à un autre, plus flexible, avec leurs implications dans le champ culturel. Par extension, cette notion permettra d'articuler les dimensions économiques de la mondialisation (ou plutôt de la globalisation, pour reprendre la distinction opérée à juste titre par Jean Tardif), l'accélération de la circulation transnationale des biens, des médias et des personnes qui l'accompagnent, avec leurs incidences culturelles. Sous l'influence de ces analyses, la mondialisation va voir s'élargir son champ sémantique. Le terme de mondialisation ne désignera plus seulement ces processus qui voient s'abaisser les frontières économiques, mais, au-delà, les enjeux des croissantes rencontres interculturelles qu'ils favorisent. Il qualifiera dorénavant l'ensemble des phénomènes qui « font que le monde est plus interconnecté et vécu comme tel »³ (*ibid.* : 299). Renvoyant tant aux interconnexions dont la planète est le théâtre qu'aux transformations qu'elles induisent dans les modes d'appréhension du temps et de l'espace, les logiques de mondialisation vont bouleverser les manières de penser les identités et les cultures. À un moment où l'apparente disparition des barrières du temps et de l'espace facilite le choc des identités et des cultures, comment continuer à cerner celles-ci avec les mêmes catégories qu'auparavant ? Selon Stuart Hall (1992 : 301-306), « les identités culturelles sont partout relativisées

² Mis en italique par l'auteur.

³ Nous mettons en italique.

sous l'effet de la compression spatio-temporelle ». Premiers visés par cette mise en question, les concepts d'identité et de culture nationales, soupçonnés d'être des obstacles à la compréhension des phénomènes d'interconnexions culturelles en temps de mondialisation.

Théories de l'hybridation culturelle

Les recherches sur les conséquences culturelles de la mondialisation vont de fait, à partir de la fin des années 80, prendre corps dans un environnement intellectuel où sont de plus en plus critiquées les notions d'identité et de culture nationales, largement mobilisées, pendant les années 70 et 80, par l'économie politique critique. À ces notions, condamnées pour leur essentialisme, seront bientôt préférées des conceptions de l'identité et de la culture qui prennent en compte le rôle central que jouent, dans leur élaboration, les flux culturels transnationaux.

La déconstruction de l'identité nationale

Les concepts d'identité nationale et de culture nationale, explique Stuart Hall dans plusieurs textes publiés au début des années 90, ne doivent pas être considérés comme donnés, mais comme des productions idéologiques ayant pour vocation d'absorber les différences – qu'elles soient de classe, de sexe, ethniques ou régionales – qui composent la nation, afin de présenter celle-ci comme « une entité homogène » (Hall, 1991a : 22, 25). Les logiques de mondialisation mettent néanmoins sous tension ces constructions idéologiques. L'interdépendance de « l'économie globale » ne fragilise-t-elle pas « l'État-nation et les identités nationales qui lui sont associées » ? Les croissants flux d'immigration ne rompent-ils pas le bon ordre de représentations identitaires nationales ethniquement homogènes ? L'avènement d'une « nouvelle forme de culture de masse globale » ne fait-il pas éclater les carcans de la culture dite nationale (*ibid.* : 25-27) ?

Autant de développements qui, aux yeux de Stuart Hall, offrent un contexte favorable pour rompre avec les « vieilles logiques de l'identité culturelle ». Il est désormais nécessaire, presse-t-il, d'appréhender les identités culturelles comme « n'étant pas définies une fois pour toutes, [...] comme étant toujours en formation [...], en construction », comme se redéfinissant en permanence sous l'effet, en particulier, d'apports culturels extérieurs (Hall, 1991b : 42-44, 47). De fait, Stuart Hall met l'accent sur le rôle décisif que jouent les flux culturels transnationaux dans la constitution des identités culturelles, raison pour laquelle il place

au cœur de sa théorisation des identités la notion de diaspora⁴. Celle-ci est utilisée « métaphoriquement, non littéralement » pour désigner une conception de l'« identité » « définie non par l'essence ou la pureté, mais par la reconnaissance d'une nécessaire hétérogénéité et diversité [...] ; par l'*hybridité* »⁵ (Hall, 1990 : 235).

Les mélanges qu'activent les flux transnationaux deviennent ainsi une des caractéristiques majeures de la condition culturelle contemporaine. La mondialisation, écrit Stuart Hall (1995 : 178-187), « nous oblige à conceptualiser la culture de manière nouvelle », à ne plus l'entrevoir comme « localisée dans un espace clos, dotée d'une cohérence interne », comme elle l'a pendant longtemps été, mais, au contraire, à l'image de celle des diasporas, comme « un lieu de rencontre, où différentes influences, traditions et forces s'entrecroisent ». Cette transformation dans les façons de conceptualiser la culture aura de profondes répercussions sur les manières de penser les effets culturels de la mondialisation. Tant que les cultures étaient conçues comme des entités homogènes, au haut degré de cohérence, la mondialisation ne pouvait être perçue que comme ayant une influence profondément déstructurante. « Avec ses flux accélérés de biens, de populations, d'idées et d'images, [...] ses convergences du temps et de l'espace, ses mouvements migratoires des personnes et des cultures, la mondialisation a vocation à perturber les contours stables des cultures », note Stuart Hall (1995 : 176). Avec l'adoption d'une conception « plus syncrétique » de la culture, les flux globaux ne vont plus être vus comme perturbant « les contours stables des cultures », mais comme participant, à l'opposé, à la recomposition de ces contours, désormais plus mouvants. Pour décrire la manière dont les cultures sont, dans le monde contemporain, « forcées d'entrer en interaction – souvent dans des relations de pouvoir profondément asymétriques » –, Stuart Hall (*ibid.* : 193) a recours au concept de « transculturation » qu'il emprunte à l'anthropologue Mary L. Pratt. Concept qui désigne les voies par lesquelles une culture dominée « s'approprie » les codes de la culture dominante, pour créer une forme culturelle « hybride » ou « créole » inédite. Dans cette perspective, les « influences [culturelles] extérieures et les images des nouvelles industries culturelles globales » ne sont pas représentées – comme elles pouvaient l'être dans les écrits de l'économie politique critique des années 70 – comme « disloquant les modes de vie traditionnels », mais comme contribuant à faire naître une culture qui est « le résultat d'un processus complexe, jamais achevé, de combinaison d'éléments de différents répertoires culturels formant de “nouvelles” cultures » (*ibid.* : 176, 193).

⁴ Sur ce point, voir T. Mattelart (2007).

⁵ Mis en italique par l'auteur.

La créolisation des cultures du monde

Plutôt que d'œuvrer à la destruction des cultures locales, les flux médiatiques transnationaux œuvrent à leur recomposition. Cet argument va aussi être formulé par certains anthropologues. Si Stuart Hall développe ses thèses sur les nouvelles formes des contacts transnationaux en temps de mondialisation sans s'en prendre explicitement à l'économie politique, l'anthropologue suédois Ulf Hannerz bâtit largement son raisonnement à partir de la critique de celle-ci. Ainsi, dans un article, publié en 1989 dans *Public Culture*, s'en prend-il à « la vision alarmiste » qu'alimentent les travaux de l'économie politique – il cite Cees J. Hamelink (1983) –, accusés de présenter les industries culturelles nord-américaines et européennes de façon univoque comme les agents d'une menaçante « homogénéisation culturelle globale ». L'anthropologue oppose à ces travaux une optique résolument plus optimiste, parce que plus confiante dans la capacité des cultures locales d'intégrer les apports extérieurs. Même si, précise-t-il, la vision « pessimiste » de Cees J. Hamelink ne peut, en raison de la réalité de l'« asymétrie » des échanges, « être écartée d'emblée » (Hannerz, 1989 : 13-15). Les scénarios de l'homogénéisation culturelle du monde sont, note-t-il, fondés sur l'hypothèse de l'existence d'une « pureté culturelle, d'une authenticité » qui serait mise en péril par « l'importation de "camelotes étrangères bon marché" ». À cette conception de la culture, entendue comme « pure », « authentique », l'anthropologue en substitue une autre, davantage capable de rendre compte, écrit-il, des « interactions créatives » dont la mondialisation est le théâtre (*ibid.* : 15-16). De cette façon, Ulf Hannerz propose le concept de « créolisation » qu'il utilise pour suggérer « que les cultures, comme les langues, peuvent être intrinsèquement le fruit de mélanges, et qu'elles ne sont pas historiquement pures et homogènes ». À titre d'exemple de la manière dont des cultures particulières incorporent « les flux culturels globaux » pour donner naissance à des cultures créolisées, Ulf Hannerz évoque les *sitcoms* produites au Nigeria – pays qu'il connaît bien pour y avoir réalisé nombre d'études de terrain –, nées de la rencontre entre leurs modèles d'outre-mer et une culture locale. *Sitcoms* nationales qui mobilisent davantage les téléspectateurs nigériens que les très nombreuses « vieilles séries américaines » qui leur sont également offertes. « Les entrepreneurs culturels locaux ont progressivement maîtrisé les formes culturelles étrangères » et ont réussi, « en les décortiquant, en les trafiquant, en les bricolant », à créer de nouvelles formes culturelles épousant la vie locale (Hannerz, 1991 : 120-124).

La dynamique de la créolisation des cultures cernée par Ulf Hannerz repose sur une vision du marché comme générant de la diversité culturelle qui n'est pas très éloignée de celle, abordée plus haut et que développe Stuart Hall. L'anthropologue ne souligne-t-il pas la capacité « des entrepreneurs culturels de la périphérie » à exploiter « leur propre niche, [...] leur propre segment de marché, en développant [à partir de sources transnationales] un produit

davantage en accord avec les spécificités de leurs consommateurs locaux » ? Si le marché peut être une « force d'homogénéisation globale », il est aussi, grâce aux logiques de segmentation, un creuset « d'innovations culturelles » où naissent les produits créolisés (Hannerz, 1996 : 74).

Cette conviction que les flux culturels transnationaux engendrent de la diversité culturelle traverse d'autres travaux anthropologiques. Plutôt que le terme de « créolisation » employé par Ulf Hannerz, l'anthropologue indien vivant aux États-Unis Arjun Appadurai utilise, dans un sens très proche, celui d'« indigénisation » pour décrire la façon dont les sociétés retravaillent et s'approprient les flux transnationaux. « Le problème central des interactions globales d'aujourd'hui est la tension entre l'homogénéisation culturelle et l'hétérogénéisation culturelle », écrit l'anthropologue dans un article célèbre paru en 1990 dans *Public Culture*. Arjun Appadurai ne sous-estime pas la force d'irradiation des « instruments d'homogénéisation ». Mais, aux arguments de l'« homogénéisation culturelle » – défendus selon lui par les écrits de Cees J. Hamelink (1983), Herbert I. Schiller (1976) ou Armand Mattelart (1983) –, il préfère ceux de la croissante « hétérogénéisation culturelle » du monde. Ce qu'ignorent les thèses de l'« américanisation » ou de la « marchandisation », c'est, note-t-il, la capacité des sociétés de la « périphérie » d'« indigéniser » les « forces en provenance des différentes métropoles » (Appadurai, 1990 : 295 ; 1996). L'anthropologue argentin vivant au Mexique, Nestor García Canclini, dont le livre *Culturas híbridadas*, paru en 1990 en espagnol, a été traduit en anglais en 1995, propose quant à lui – on le devine – le terme d'« hybridation » pour désigner ces processus d'appropriation (García Canclini, 1990).

À partir de la fin des années 80, prend ainsi forme une nouvelle façon de penser les enjeux de l'internationalisation des médias, en rupture plus ou moins explicitement avec les travaux de l'économie politique critique des années 70 et du début des années 80. Ces travaux privilégiaient l'étude du système transnational, largement commercial, des médias, appréhendant les stratégies de ses principaux acteurs, documentant les réalités de l'échange inégal, soulignant les logiques de domination, s'inquiétant de la menace que celles-ci constituent pour les cultures particulières. À ces analyses, les recherches sur les conséquences culturelles de la mondialisation répondent en insistant, elles, sur les modes d'appropriation déployés par ces cultures particulières à l'égard des flux transnationaux.

Entre homogénéisation et hétérogénéisation culturelles

Que les effets culturels de la mondialisation nécessitent d'être pensés comme une dialectique entre homogénéisation et hétérogénéisation,

c'est également l'argument qu'avancent certains sociologues britanniques, autres figures proues des théories de la mondialisation culturelle. En harmonie avec les recherches menées dans les champs des *Cultural Studies* et de l'anthropologie qui ont été évoquées précédemment, le mouvement dialectique qu'esquissent ces sociologues penche clairement du côté de l'hétérogénéisation croissante du globe.

La mondialisation, agent de « pluralisme culturel »

Le sociologue britannique, Roland Robertson (1992 : 6, 8-9, 131, 141), définit la mondialisation, dans la continuité des écrits de David Harvey, comme un concept renvoyant « à la fois à la compression du monde [...] en un "village unique" [*single place*] et à l'intensification de la conscience du monde comme tel ». Il emprunte à David Harvey et aux *Cultural Studies* l'idée que la mondialisation – « en tant que forme de "compression" du monde contemporain » – « relativise » ou, mieux, « défie » la « stabilité » des représentations culturelles. L'une des « grandes caractéristiques de la mondialisation [étant] la *compression* du monde, l'une de ses principales conséquences est l'exacerbation des collisions »⁶ entre cultures ou sociétés, mettant sous tension les catégories utilisées pour percevoir celles-ci (*ibid.*). Comme Stuart Hall, Roland Robertson (*ibid.* : 113) invite de cette façon à questionner les notions de « culture nationale » ou de « culture locale » et à penser la manière dont celles-ci sont également construites par les apports des flux globaux : « Les cultures des sociétés particulières sont, à des degrés divers le résultat de leurs interactions avec d'autres sociétés dans le système global ».

Roland Robertson incite également, dans le même sens, à s'interroger sur la nature de la « *global culture* », trop souvent représentée comme porteuse d'uniformisation culturelle à ses yeux. « Il ne serait pas exagéré de dire que l'idée de culture globale est aussi dénuée de sens que celle de culture nationale, ou locale ». Le « *consumerist global capitalism* » sait en effet exploiter les différences locales aux fins de faire correspondre son « offre universelle » aux « demandes particulières ». Ne s'efforce-t-il pas d'adapter ses produits aux « marchés de plus en plus spécialisés [...] – les soi-disant "micro-marchés" » ? À ceux qui condamnent le rôle que joue le système global dans « la marchandisation et l'homogénéisation de la culture », Roland Robertson (*ibid.* : 100, 173) répond donc que, bien au contraire, « la production et la consolidation de la différence et de la variété sont des ingrédients essentiels du capitalisme contemporain ». D'où l'argument qui traverse son œuvre selon lequel la mondialisation est

⁶ Mis en italique par l'auteur.

cette dialectique par laquelle le niveau global se nourrit des spécificités locales, auxquelles il donne une audience universelle, en même temps que le niveau local s'enrichit, lui, des apports issus du système global. Le sociologue résume cela dans une formule célèbre – qui revient à plusieurs reprises dans son ouvrage *Globalization* – où il définit la mondialisation comme « le double processus comprenant l'universalisation du particularisme et la particularisation de l'universalisme » (*ibid.*: 102). Avec Roland Robertson, le « pluralisme culturel » devient ainsi l'une des « caractéristiques constituantes » de la mondialisation : « L'accent [qu'il met] sur l'hétérogénéité et la variété dans un monde de plus en plus globalisé est, insiste-t-il, constitutif de la théorie de la mondialisation » qu'il propose (*ibid.* : 61, 131).

Mondialisation et identités individuelles

Dans la continuité des travaux se penchant sur la manière dont les flux globaux reconfigurent les cultures locales, Anthony Giddens va, pour sa part, cerner la façon dont ces flux reconfigurent les identités individuelles. Chez ce dernier comme chez Roland Robertson, la mondialisation est « un processus dialectique » : en même temps qu'elle délocalise, la mondialisation relocalise. Sous l'effet des logiques de « délocalisation » dont est porteuse la modernité, la mondialisation favorise, de fait, le développement de relations sociales « à distance », hors de lieux bien définis. En temps de mondialisation, écrit Anthony Giddens (1990 : 25, 27-29) dans *Les conséquences de la modernité*, « le lieu est de plus en plus fantasmagorique : les différents "théâtres" sociaux sont complètement pénétrés et façonnés par des influences sociales très lointaines ». Mais, aux yeux du sociologue (*ibid.*: 70, 85), « la transformation locale fait autant partie de la mondialisation »⁷ que les logiques de délocalisation. D'où la nécessité de « compléter la notion de délocalisation par l'idée de relocalisation ». Et pour saisir cette dernière notion, il analyse en particulier les incidences de la mondialisation pour l'« univers expérientiel » de l'individu.

L'idée maîtresse du livre qu'Anthony Giddens (1991 : 21, 26, 32, 80) publie en 1991, *Modernity and Self-Identity (La modernité et l'identité individuelle)*, est que, sous l'effet des logiques de délocalisation de la mondialisation, l'individu devient, de plus en plus, un individu réflexif, capable de composer sa propre identité à partir de l'horizon expérientiel élargi auquel il a dorénavant accès : « Dans l'univers social post-traditionnel, [...] dans lequel le réagencement du temps et de l'espace réaligne le local avec

⁷ Mis en italique par l'auteur.

le global, le moi [*self*] connaît des changements majeurs. [...] L'une des composantes de l'activité quotidienne du moi est simplement celle du *choix* »⁸. Si, à l'ère pré-moderne, « les individus vivaient dans des environnements sociaux plutôt fermés », où l'existence était ordonnée autour « d'un nombre prédéfini de voies », la mondialisation, par l'ouverture qu'elle offre sur l'« ailleurs », soumet les individus à une « diversité complexe de choix ». Les médias sont des agents centraux de ce « pluralisme de choix » : « La mondialisation des médias permet, en principe, à tous ceux qui sont désireux de glaner les informations appropriées, d'avoir accès à un nombre très varié d'environnements » à partir desquels seront définies et redéfinies les identités individuelles. « Bien que chacun vive une vie locale, les mondes phénoménaux sont pour la plupart véritablement globaux » (*ibid.* : 32, 84, 187).

Pour une bonne part, l'élargissement de l'horizon expérientiel de l'individu est le produit de la circulation démultipliée des biens de consommation et des médias dans le cadre du système capitaliste global. Anthony Giddens le reconnaît : la « pluralité de choix » qu'il met en lumière « résulte, dans une large mesure, de la logique marchande ». Loin d'être considérée comme porteuse de menaces de standardisation culturelle, cette logique marchande est ici, à l'inverse, vue comme alimentant la diversité des expressions identitaires : « Un système de marché, note le sociologue, presque par définition, génère une variété de choix dans la consommation des biens et des services » (*ibid.* : 197, 199). Depuis la plus grande diversité culturelle engendrée par le système capitaliste mondial flexible jusqu'à la plus grande variété des choix culturels qu'expérimentent les individus-consommateurs grâce aux médias, la croissante hétérogénéisation culturelle du monde est, on le voit, l'un des grands éléments fédérant les recherches sur la mondialisation culturelle.

La marginalisation de l'économie politique

La découverte par certains tenants des *Cultural Studies*, anthropologues ou sociologues du rôle que joue l'ubiquité des médias dans la recomposition des identités et des cultures du monde est fort tardive. Pourquoi attendre la fin des années 80 pour prendre conscience d'une réalité que l'économie politique critique a mis, dans une perspective radicalement différente, en évidence dès la fin des années 60 ? Les cadres interprétatifs offerts par les nouvelles approches n'en sont pas moins devenus dominants.

⁸ Mis en italique par l'auteur.

Une exécution scientifique

Étudier l'émergence des théories de la mondialisation culturelle, c'est également cerner la façon dont l'économie politique critique de la communication a été marginalisée comme perspective pour penser les enjeux de l'internationalisation des médias. Cette marginalisation passe, au mieux, par l'ignorance, de la part des nouveaux venus dans l'analyse des incidences culturelles de l'ubiquité des médias, de la littérature produite avant eux sur la question. Ainsi ne trouve-t-on pas trace dans les livres de David Harvey, de Roland Robertson ou d'Anthony Giddens des travaux de l'économie politique de la communication. Ailleurs, quand ils sont cités, c'est en passant, sans jamais entrer dans la complexité de leurs propos, vite schématisés sous le label réducteur des thèses de l'« impérialisme culturel ».

Méconnus, ces travaux vont aussi être caricaturés et dénigrés pour mieux asseoir le nouveau paradigme, celui de la mondialisation culturelle. Dans cette entreprise de dénigrement, un ouvrage va jouer un rôle clé : celui que publie en 1991 le sociologue britannique John Tomlinson, sous le titre *Cultural Imperialism*. Adoptant de manière délibérée un « discours nomade », l'auteur se fonde, pour démolir les thèses d'Herbert I. Schiller, essentiellement sur deux articles, datant de 1977 et 1985, et sur le premier chapitre de *Communication and Cultural Domination...* La critique des écrits d'Armand Mattelart se fonde, elle, sur deux ouvrages des années 70 – *How to Read Donald Duck, Multinational Corporations and the Control of Culture*, publiés en espagnol respectivement en 1971 et 1974 et traduits en anglais en 1975 et 1979 – et fait fi des importantes révisions apportées à sa réflexion dès la fin des années 70 (Tomlinson, 1991 : 35-45)... Mieux, ne retenant dans son corpus que des textes en anglais, John Tomlinson réduit les thèses de l'« impérialisme culturel » à une construction abstraite, décontextualisée, figée au tout début des années 80, produite essentiellement par des chercheurs américains ou européens parlant, sans bien entendu en avoir la légitimité, au nom des masses du Tiers-Monde. L'épigraphe qui introduit le livre en définit bien la finalité qui reprend cette adresse de Gilles Deleuze à Michel Foucault, en anglais dans le texte : « *You were the first to teach us something absolutely fundamental : the indignity of speaking for others* ». Tour à tour ignorée, schématisée, momifiée ou vilipendée, l'économie politique critique se voit résolument disqualifiée comme approche de référence pour comprendre les processus de transnationalisation croissante, au bénéfice des nouvelles optiques offertes par les *Cultural Studies*, l'anthropologie ou la sociologie.

De fait, les théories de la mondialisation culturelle vont se construire partiellement contre la perception caricaturée d'une économie politique dont le message est réduit à celui de l'agitation de la menace

de l'homogénéisation globale auquel il est alors facile d'opposer le scénario de l'hétérogénéisation croissante du monde. L'ouvrage de John Tomlinson (*ibid.* : 175) l'illustre, lui qui, après avoir exécuté les travaux sur l'« impérialisme culturel », met en avant, dans sa conclusion, la fécondité des perspectives de recherche ouvertes par le thème de la « globalization ». Le livre que publiera, en 1999, ce même auteur, *Globalization and Culture*, permet de mesurer le chemin parcouru par ces théories de la mondialisation culturelle et la distance qui les sépare de l'économie politique. Prenant explicitement le contre-pied des analyses sur la « monoculture capitaliste globale » que développe, selon lui, Herbert I. Schiller, John Tomlinson – inscrivant sa démarche dans la continuité de celle d'Anthony Giddens – considère la façon dont « les médias globaux et les technologies de la communication » enrichissent « l'expérience culturelle » de leurs consommateurs. L'ubiquité des médias, avance-t-il, constitue une « ressource culturelle » pour les individus qui étend leur univers expérientiel, nourrissant « une conscience culturelle qui est, à bien des égards, "globale" » (Tomlinson, 1999 : 30, 80, 105).

La « perte de la raison critique »

Avec les théories de la mondialisation culturelle, les *Cultural Studies*, l'anthropologie ou la sociologie sont devenues, dans le monde académique anglo-saxon et en l'espace d'une dizaine d'années, des lieux majeurs à partir desquels sont pensés les effets de l'internationalisation des médias. Dans l'intervalle, l'économie politique critique, qui a pourtant très tôt souligné le fait qu'il est important d'appréhender les réalités internationales des industries culturelles, a été fortement exclue de la réflexion sur le devenir des cultures dans un contexte de transnationalisation croissante.

L'apport des nouvelles approches est indéniable : elles invitent à cerner l'hétérogénéité de la production médiatique au sein du système transnational ; elles invitent encore à utiliser avec plus de prudence des concepts – tels ceux d'identité ou de culture nationale – qu'employait, parfois de façon acritique, l'économie politique ; elles invitent à percevoir de manière plus fine la façon dont les cultures ou les individus s'approprient les flux médiatiques transnationaux. Cependant, force est de constater que ces approches recèlent aussi d'importantes zones d'ombre. La perspective offerte tend à n'étudier les réalités de la mondialisation culturelle qu'à partir, précisément, des appropriations des flux transnationaux. Le cadre global où se déroulent ces appropriations complexes est généralement occulté. Parmi les travaux considérés, rares sont ceux qui articulent leur réflexion sur ces processus d'appropriation à une analyse un tant soit peu précise sur le système transnational des médias, son architecture, ses acteurs, leurs interactions, les flux l'irriguant, les contenus véhiculés. Mieux,

alors que les médias sont au centre de l'appareil théorique des écrits anthropologiques ou sociologiques évoqués, aucun ne se penche en détail sur la nature des médias, leur insertion dans un mode marchand de production et de consommation, les relations de domination les traversant, les médiations à l'œuvre. Dans ces écrits, les médias constituent à bien des titres des objets magiques dotés de pouvoirs étendus, ressources culturelles à partir desquelles se redéfinissent cultures nationales et identités individuelles, agents majeurs du grand mélange global. Objets magiques, les médias restent néanmoins des boîtes noires : dans leur grande majorité, les théories de la mondialisation culturelle ne sont pas adossées à une théorie des médias.

Il y a là un paradoxe qui mérite d'être souligné : les théories de la mondialisation culturelle pensent les effets de l'internationalisation des médias sans penser les processus d'internationalisation des médias ! Pour comprendre les enjeux de ces processus d'internationalisation, quelle est alors la portée heuristique de recherches passant au crible la complexité des modes d'indigénisation des flux médiatiques transnationaux, sans pour autant être attentives ni à la nature, ni à l'origine de ces mêmes flux ? De plus, ces nouvelles approches appréhendent les conséquences culturelles de la mondialisation en termes bien spéculatifs. Le contraste est grand entre la sophistication de leurs analyses théoriques et la pauvreté de leurs analyses empiriques. Si nombre de textes célèbrent avec emphase l'avènement d'identités et de cultures créoles, hybrides, cosmopolites, transculturelles à l'heure de la dialectique du global et du local, peu décortiquent méticuleusement la manière dont les individus ou les cultures sont confrontés aux flux médiatiques transnationaux.

Dans nombre de ces travaux, le résultat consiste en la « perte de la raison critique » (Mattelart A., 2005 : 76). Faute de prendre en compte le cadre global dans lequel circulent les flux transnationaux et d'étudier avec précision les interactions qu'ils suscitent au niveau local, les théories de la mondialisation culturelle tendent à magnifier les logiques d'appropriation dont ils font l'objet, jusqu'à en offrir une vision romantique, sans en cerner ni les limites ni les contradictions. À ce titre, ces théories courent le danger d'être considérées comme autant de brillants argumentaires légitimant, peut-être à leur insu, la libre circulation des principaux agents du système global.

Conclusion

Pour finir, voyons de quelle manière les propos de Jean Tardif et de Joëlle Farchy font écho aux problématiques des théories de la mondialisation culturelle abordées plus haut, ainsi qu'à leurs ambivalences. Notons

d'abord la légèreté toute postmoderne avec laquelle Jean Tardif manie la notion de « culture » dans son texte. La définition qu'il donne de « l'hyperculture globalisante » l'illustre bien : celle-ci est qualifiée d'« a-historique, a-territoriale, a-morale, a-politique, faiblement re-socialisante, toute entière dans l'immédiat constamment recomposé ». Au risque de négliger la dimension idéologique de l'entité, aux contours bien vagues, que l'auteur s'efforce de décrire. Sans la discuter en profondeur, constatons seulement que cette définition est contradictoire avec la perspective « stratégique » qu'offre Jean Tardif par ailleurs, lui qui montre en particulier comment, à travers les produits médiatiques états-unis – certainement des ingrédients majeurs de cette culture prétendument « a-territoriale » –, sont véhiculées « une vision du monde et des valeurs d'inspiration américaine »... et donc une certaine conception de l'Histoire, de la morale et de la politique !

Quant à l'article de Joëlle Farchy, remarquons combien les travaux de l'économie politique y sont largement marginalisés, comme dans d'autres écrits d'économistes français s'intéressant depuis peu au thème de la « diversité culturelle » (Greffé, 2006 ; Benhamou, 2006) et comme, bien entendu, dans les écrits sur la mondialisation culturelle déjà évoqués. Pourtant, comme le rappelle Armand Mattelart (2005) dans son ouvrage *Diversité culturelle et mondialisation*, l'économie politique a été l'un des premiers lieux académiques à partir desquels des chercheurs ont souligné le besoin, pour préserver la diversité culturelle face aux logiques d'internationalisation, de mener des politiques publiques de communication. Les travaux critiques, produits en Europe, en Amérique du Nord, en Amérique latine ou dans d'autres pays du Sud, ont ainsi alimenté, pendant les années 70, les débats autour du Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication (NOMIC) dans l'enceinte de l'UNESCO – débats qu'occulte complètement Joëlle Farchy –, puis nourri, outre les discussions dans le cadre européen, celles ayant eu lieu dans le contexte de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) et celles autour du projet de création de l'Aire de libre-commerce des Amériques (ALCA) (Mattelart A., 2005). Preuve, au demeurant, que les politiques de « défense de la diversité culturelle » ne sont pas, comme l'avance un peu rapidement Joëlle Farchy, « l'apanage d'un nombre limité de pays, pour la plupart européens ». Fait révélateur des transformations opérées par les théories de la mondialisation culturelle, si les recherches de l'économie politique s'interrogeant sur la capacité des politiques publiques à assurer la diversité culturelle sont largement exclues du champ des références mobilisées par Joëlle Farchy, celles d'Arjun Appadurai, qui pensent la diversité culturelle à partir de l'instance de l'appropriation, y figurent en bonne place.

Sans précaution épistémologique, les analyses de l'anthropologue sont néanmoins juxtaposées à celles de l'économiste américain Tyler Cowen, connu aux États-Unis pour ses prises de position contre ce qu'il nomme

les politiques publiques « nationalistes » de la culture de l'État français. En effet, depuis le début des années 2000, les thèses de Tyler Cowen se fondent sur la définition « hybride » et « synthétique » de la culture, celle popularisée par les écrits cités plus haut, pour mieux plaider en faveur du libre-échange des biens culturels : en plus d'augmenter le « menu des choix » au sein des sociétés réceptrices du Sud, ce libre-échange suscite en leur sein, défend l'économiste, nombre d'innovations culturelles résultant des influences commerciales occidentales (Cowen, 2002 : 19 et sq.). L'usage que fait Tyler Cowen des travaux sur les cultures hybrides est révélateur de leurs ambiguïtés. En célébrant les appropriations culturelles en temps de mondialisation, sans les articuler à l'étude des réalités de l'économie politique, en particulier celles des « nouvelles modalités de l'hégémonie culturelle », ces travaux ouvrent à bien des égards la voie « à la croyance dans le non-sens des politiques publiques qui cherchent à soustraire au libre-échangisme le droit des peuples à la diversité culturelle » (Mattelart A., 2005 : 77). De ce point de vue, le texte de Joëlle Farchy n'est pas sans poser problème. En condamnant, tout en les défendant par ailleurs, « les soutiens nationaux [qui] prennent progressivement l'allure d'une Ligne Maginot face aux grandes évolutions économiques qui influencent véritablement la diversité culturelle », ne prend-elle pas le risque de voir son propos converger avec l'agenda libre-échangiste d'un Tyler Cowen pour qui la mondialisation constitue un argument de poids en faveur du démantèlement de ces politiques publiques nationales d'aide aux industries culturelles ?

Références

- Appadurai A., 1990, « Disjuncture and difference in the global cultural economy », pp. 295-310, in : Featherstone M., ed., *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*, Londres, Sage.
- 1996, *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Benhamou F., 2006, *Les dérèglements de l'exception culturelle*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Cowen T., 2002, *Creative Destruction. How Globalization Is Changing the World's Cultures*, Princeton, Princeton University Press.
- García Canclini N., 1990, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Mexico, Grijalbo.
- Giddens A., 1990, *Les conséquences de la modernité*, trad. de l'anglais par O. Meyer, Paris, Éd. L'Harmattan, 1994.
- 1991, *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*, Stanford, Stanford University Press.
- Greffe X., dir., 2006, *Création et diversité au miroir des industries culturelles*, Paris, Éd. La Documentation française.

- Hall S., 1990, « Cultural identity and diaspora », pp. 222-237, in : Rutherford J., ed., *Community, Culture, Difference*, London, Lawrence and Wishart.
- 1991a, « The local and the global : Globalization and ethnicity », pp. 19-39, in : King A. D., ed., *Culture, Globalization and the World-System. Contemporary Conditions for the Representation of Identity*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1997.
- 1991b, « Old and new identities, old and new ethnicities », pp. 41-68, in : King A. D., ed., *Culture, Globalization and the World-System. Contemporary Conditions for the Representation of Identity*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1997.
- 1992, « The question of cultural identity », pp. 273-316, in : Hall S., Held D., McGrew T., *Modernity and its Futures*, Cambridge, Polity Press/The Open University.
- 1995, « New cultures for old », pp. 175-211, in : Massey D., Jess P., eds, *A Place in the World ? Places, Cultures and Globalization*, Oxford, The Open University/Oxford University Press.
- Hamelink C.J., 1983, *Cultural Autonomy in Global Communications. Planning National Information Policy*, New York, Longman.
- Hannerz U., 1989, « Notes on the Global Ecumene », *Public Culture*, vol. 1, 2, pp. 66-75.
- 1991, « Scenarios for peripheral cultures », pp. 107-128, in : King A. D., ed., *Culture, Globalization and the World-System. Contemporary Conditions for the Representation of Identity*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1997.
- 1996, *Transnational Connections. Culture, People, Places*, Londres, Routledge.
- Harvey D., 1989, *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, London, Basil Blackwell.
- Mattelart A., 1983, *Transnationals in the Third World. The Struggle for Culture*, Sussex, Bergin and Garvey.
- 2005, *Diversité culturelle et mondialisation*, Paris, Éd. La Découverte, 2007.
- Mattelart T., 2006, *Comment les théories de la globalisation culturelle ont-elles transformé les façons de penser l'internationalisation des médias ?*, habilitation à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication, université Grenoble 3.
- dir., 2007, *Médias, migrations et cultures transnationales*, Paris/Bruxelles, De Boeck Université/INA.
- Robertson R., 1992, *Globalization. Social Theory and Global Culture*, London, Sage.
- Schiller H. I., 1976, *Communication and Cultural Domination*, White Plains, International Arts and Sciences Press Inc.
- Tomlinson J., 1991, *Cultural Imperialism*, London, Pinter.
- 1999, *Globalization and Culture*, Cambridge, Polity Press.