

La culture à l'ère du numérique : réflexions sociologiques

Sylvie Octobre¹

On dit d'eux qu'ils ne lisent plus, et pourtant, on en voit plongés dans les épisodes successifs des aventures du *Poussin Masqué*, puis d'*Harry Potter* ou de *Twilight*, d'*Eragorn* ou de *Games of Throne*, et la littérature jeunesse se porte plutôt bien. On dit d'eux qu'ils sont les proies du marché, et dans le même temps, on célèbre leur créativité via les pratiques amateurs, les blogs, les pages personnelles, les *tuto*, les *même*. On parle d'eux comme d'une nouvelle race d'humains -les générations X, Y ... l'alphabet n'y suffit bientôt plus- mais pourtant, leurs valeurs semblent à certains égards se rapprocher de celles des générations qui les ont précédées, notamment dans leur célébration de la famille et de ses transmissions. On dit d'eux qu'ils évoluent dans un monde radicalement transformé, fait de réseaux virtuels où triomphe l'individualisme, et pourtant, on les voit occuper les stades, les places de concerts et les collectifs d'amateurs, parfois passionnés...

Génération après génération, au gré des mutations technologiques (le walkman, le home cinéma, la numérisation des contenus culturels et leur circulation sur les réseaux, etc.), des discours contrastés naissent à propos des jeunes et de leurs cultures : perte de valeurs ou règne de la créativité, paniques morales ou émerveillements enchantés, etc.. Certes, les manières d'écouter, de regarder, de lire des jeunes se transforment et comment ne le pourraient ils pas? Se transformer c'est vivre. Mais ces transformations, largement nourries aux industries culturelles mondialisées, doivent le plus souvent répondre d'une critique d'hégémonisme destructeur.

Il est vrai que les jeunes ont toujours figuré parmi les moteurs de diffusion des technologies : la révolution de la hi-fi puis de l'enregistrement (avec les supports vidéo et audio imprimables) s'est faite grâce eux, de même que l'explosion de l'offre radiophonique puis télévisuelle, le développement de matériel ambulateur et individualisé (walkman, discman, MP3 puis MP4, smartphone, tablettes, etc.), le succès des appareils de jeux vidéo puis de l'ordinateur et de l'internet. Et cette technophilie s'accélère : il aura fallu quarante ans à la télévision, à la téléphonie fixe et à la chaîne-hifi pour parvenir à équiper $\frac{3}{4}$ de la population française : avec le téléphone mobile, il n'aura fallu que 15 ans, et avec l'Internet seulement 10 ans. Mais les évolutions technologiques ne requièrent-elles que des analyses technicistes? Ou bien au contraire, appellent

¹ Chargée d'études, Département des études, de la prospective et des statistiques, Ministère de la culture et de la communication.

Dernier ouvrage paru : *Deux pouces et des neurones, les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*, Paris, MCC, 2014

elles des réponses culturelles? Que se passe-t-il lorsque le smartphone devient le premier terminal culturel ?

Des mutations technologiques aux réponses culturelles

Regardons y d'un peu plus près.... D'abord du côté de cette technophilie juvénile. Celle-ci tient à leur appétence pour la nouveauté mais également aux stratégies éducatives des familles, qui attribuent aux outils technologiques deux significations : une signification distractive (qui fait entrer les matériels audio puis les télévisions personnelles et les ordinateurs ou tablettes dans l'espace de la chambre de l'enfant puis de l'adolescent au motif que chaque âge a le « droit » à « sa » culture) mais aussi éducative (certains équipements étant considérés comme des outils d'entrée dans la modernité ; les premiers enfants équipés d'ordinateur ayant ainsi été les enfants des catégories populaires, soucieux de procurer à leur descendance une familiarité avec les usages technologiques qui leur faisaient défaut et leur semblaient nécessaire pour le monde à venir). Mais dans la plupart des cas, c'est une technophilie d'usage, peu technicienne (pas de l'ordre de la programmation pour dire vite) et qui requiert un accompagnement culturel adulte.

Ensuite du côté des basculement des agendas culturels : le numérique a-t-il sonné le glas de toute forme de culture ? Le basculement numérique, d'une rapidité sans précédent, entraîne une réorganisation des agendas culturels et une redistribution des « valeurs » culturelles : les temps culturels des jeunes se sont densifiés sous l'effet de la multi-activité et les frontières entre disciplines culturelles fortement estompées. Au-delà des agendas, les technologies abolissent la linéarité des temps culturels et la dépendance à l'égard des grilles des diffuseurs. Elles favorisent une individualisation, une démultiplication et une déprogrammation des temps culturels qui ne sont pas sans effet sur les modes de réception et la construction des goûts : pouvoir consommer ce que l'on veut quand on veut est bien différent de l'expérience que les parents ont fait de devoir patiemment attendre l'heure de diffusion de leur programme, ou spectacle culturel préféré. Par ailleurs, avec le numérique, le transmédia a aboli certaines des frontières entre les filières culturelles avec des effets de chaînage culturel et de métissage des genres, favorisant l'éclectisme et la porosité des catégories culturelles, mais aussi le développement d'un marketing esthétique et émotionnel aussi perversif que persuasif. *Harry Potter* incarne parfaitement ce phénomène : à la fois personnage de romans, de films, de jeux vidéo et de produits dérivés, de blogs, de site internet (savez-vous que *l'Ecole de Poudlard* existe sur internet et que vous pouvez y suivre des leçons pour obtenir votre diplôme de sorcier?), il est devenu un « monde » culturel transmédiatique, dans lequel les jeunes peuvent intervenir via les clubs de fans, l'écriture de fanzines ou de spin off... C'est dans ce contexte que l'on observe une mutation des modes de production et de labellisation culturelle : le

fonctionnement en réseau favorise l'apparition de nouveaux acteurs et système de labellisation (webmasters...), en marge des institutions traditionnelles de transmission que sont principalement les équipements culturels et l'école. Dans la « démocratisation » de la production culturelle à l'ère numérique, les *community managers*, *gate keepers* et autres *webmasters* jouent le rôle que tenaient jusqu'alors les institutions de transmission : sélection, amélioration et structuration de l'information pour constituer des savoirs communicables, échangeables, transformables, utilisables.

Enfin, les cultures juvéniles sont marquées par un cosmopolitisme croissant qui reconfigure les références et les imaginaires culturels générationnels. La globalisation des industries culturelles et la circulation croissante des produits permise par le numérique sont des causes majeures de cette cosmopolitisation des cultures jeunes. Un tournant de ce cosmopolitisme culturel ordinaire s'est ainsi opéré dans le champ de la lecture avec le manga qui a modifié radicalement le rapport des jeunes à la bande dessinée, pratique liée à l'enfance et fortement répandue en France de par la tradition de la BD franco-belge et l'existence d'une école française riche. Le succès de la vague asiatique se prolonge avec la *K pop* et le cinéma coréen, sans que cela soit d'une quelconque manière liée à la présence d'une communauté coréenne en France ni d'un lien historique particulier avec cette culture.

2°) Des contre-cultures aux cultures du remix

Ces cultures juvéniles, largement nourries aux industries culturelles mondialisées et notamment à l'Internet, doivent souvent répondre d'une critique d'hégémonisme destructeur, supposé caractéristique de la culture de masse. Christopher Lasch le formule en ces termes : « *Les nouveaux médias se bornent à universaliser les effets du marché en réduisant les idées au statut de marchandises. De la même façon qu'ils transforment le processus de sélection et de confirmation de la vertu politique en substituant au jugement populaire leurs propres conceptions de l'intérêt médiatique, ils transforment la consécration de l'excellence littéraire ou artistique. Leur appétit insatiable pour la « nouveauté » (c'est-à-dire pour de vieilles formules présentées sous de nouveaux oripeaux), leur dépendance à l'égard de l'immédiateté du succès du produit lancé sur le marché, ainsi que leur besoin d'une « révolution idéologique annuelle » comme dit Debray, font désormais de la « visibilité » le seul critère du mérite intellectuel.*² ». Christopher Lasch exprime la crainte de voir la standardisation de l'art et de la culture de masse entraîner l'homogénéisation et l'aliénation de son public : il n'est pas tant question alors de qualité que de diversité perdue, diversité des œuvres et formes d'expression comme des réceptions... Comme le met en évidence

²

Christopher Lasch, *Culture de masse ou culture populaire*, Castelnau-Le-Rez, Climats, 2001, p 59

Richard Memeteau, « *le problème de Britney Spears n'est pas qu'elle chante mal, c'est au contraire qu'elle parvient faussement à toucher tout le monde* »³ mais aussi qu'elle éradique les cultures populaires ou locales supposées lui préexister : l'argument de l'authenticité se mêle à celui du localisme. On lit également dans ces critiques le regret d'un temps durant lequel culture et revendication politique collective cheminaient de concert, parce que la culture était vecteur de communication entre les peuples et au sein des peuples : le passage des contre-cultures aux cultures du remix sonnerait le glas de la dimension politique et collective mais aussi de la dimension individuelle et authentique de la culture.

Cette posture déploratoire appelle plusieurs réponses. D'abord, les cultures juvéniles illustrent plutôt des situations contrastées, en archipel, où voisinent des îlots consommatoires et des formes de réappropriation parfois très actives (fans, groupies, fandoms, etc.)⁴. Par ailleurs, le numérique rend possible une circulation globale des contenus, et une diversité des usages, des outils, des supports : les phénomènes de mainstream existent mais ils cohabitent avec la multiplication de formes originales d'appropriation et de (re)création. Enfin, le cosmopolitisme du numérique véhicule aussi des valeurs de diffusion et de partage de références internationales qui deviennent communes : qui n'a jamais vu les moustaches de *Dali* ou le visage de *La Joconde*, ou encore la *Statue de la Liberté* de New-York ou les *Pyramides* d'Égypte, même si c'est sans identifier leur nom/auteur, origine, valeur esthétique et historique ?

Il faut donc pour comprendre les transformations à l'œuvre ne pas s'arrêter aux mutations technologiques mais chercher à appréhender derrière elles les mutations proprement socio-culturelles qui les accompagnent et ainsi distinguer les compétences de navigation, de production, de création multi-média ou transmédia de la soumission à un vaste programme industriel transmédiatique qui organiserait et enfermerait les intérêts, les pratiques, les goûts. Les cultures multi-médiatiques et transmédiatiques favorisent des usages spécifiques, combinatoires où le rapport au collectif a évolué. Si les cultures jeunes associent des contenus culturels et des attitudes - c'est le cas du punk, du hip hop, du rap... - il s'agit plutôt de constructions identitaires dans laquelle la médiation du collectif ou de l'institution est seconde, tant parce que cette construction ne s'adresse pas au collectif constitué en tant que tel (le public d'une page *Facebook* ne ressemble pas au public d'un concert, simultanéité, co-présence, intersubjectivité lui font tout ou partiellement défaut) que parce que les médiations du collectif sont mouvantes (comme par exemple dans les liens sur les réseaux sociaux). Ce faisant, elles mettent en œuvre un nouveau rapport à l'art caractéristique du remix : l'art de se réapproprier l'art des autres... Les héros de la pop culture, de

³ Richard Memeteau, *Pop Culture : réflexions sur les industries du rêve et l'invention des identités*, Paris, La découverte, 2014, p 10

⁴ Patrice Flichy, *Le sacre de l'amateur, sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Seuil, 2010

Eminem à *John Snow*, de *Psy* à *Lara Croft*, de *Princesse Mononoké* à *Devdas* font l'objet de parodies, de collages, individuels ou collectifs, etc. et intègrent cette idée. La convergence est également utilisée pour ses possibilités de remix en matière de création, par exemple dans les *mods* (modification que les joueurs font intervenir dans les jeux vidéo et qu'ils partagent avec l'ensemble des joueurs), mais aussi dans la réalisation de films numériques qui réutilisent les produits, images, supports de la culture commerciale. La convergence prend bien alors le visage d'un bricolage généralisé plus que d'un programme intégré, culturel ou technologique.

De nouveaux mythes sont ainsi apparus - celui de l'artiste qui débute par l'auto-production, l'outsider chanceux, le bidouilleur alternatif qui rencontre le succès, mais aussi celui de l'intelligence collective - qui doivent évidemment beaucoup à la force de l'internet, à la fois caisse d'enregistrement et de résonance des possibles, mise en abîme des fantasmes et paysage des illusions individuelles ou collectives. 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 *hoaxs*, et forment et diffusent des jugements de qualité esthétique.

3°) Valeurs et paradoxes de l'ère numérique

Le numérique consacre ainsi la figure du jeune amateur et valorise une expertise fondée sur l'expérience des individus ordinaires, via le braconnage des savoirs, qui opère une synthèse entre des mondes souvent séparés dans les mondes de l'art : l'amateur est à la fois celui qui réalise et celui qui apprécie (l'artiste/artisan et le critique/connaisseur). La morphologie de ce nouvel amateurisme repose sur plusieurs traits.

-une temporalité affective : En passant de l'interaction en temps réel à la participation asynchrone et on est entré dans une temporalité affective, qui se base sur les émotions plus que sur les cognitions dans les processus de décision comportementaux, fort différente de l'économie du savoir. Les formats et séquencages sont dimensionnés sur le format de « l'attraction » (comme dans la télé-réalité) : des séquences courtes, rythmées, contenant un suspens, que l'on peut regarder presque indépendamment du reste du programme, et qui jouent sur des registres d'émotions et d'engagement émotionnel variés, d'où un recyclage aisé sur Internet, qui favorise la notoriété de programme dans sa globalité et la faveur dont jouit la sérialisation⁵. Cette temporalité affective organise une recomposition des espaces privés et publics, de l'intime et de l'extime (espace de

⁵ Hervé Glévarec, *La sériophilie, Sociologie d'un attachement culturel et place de la fiction dans la vie des jeunes adultes*, Paris, Ellipses

dévoilement de l'intime), prolongeant une évolution engagée par les talks show radiophoniques et télévisés, tandis que le registre de la conversation privilégié sur les réseaux sociaux, qui rassemble des lecteurs-commentateurs, valorise un individualisme expressif, issu de la technique du copier-coller. Notons que les affects ont toujours été des moteurs des goûts en matière de loisirs mais que la nature de ces affects contemporains est, plus que naguère, déconnectée des savoirs : pour dire vite, dans les générations précédentes, on aimait ce qu'on connaissait. Dans les jeunes générations, goût et connaissance ne cheminent plus de concert ; détester des choses qu'on connaît est beaucoup plus acceptable, de même que déclarer aimer des choses qu'on ne connaît pas vraiment.

-un modèle réticulaire et une compréhension additive : la compréhension additive est caractéristique des fonctionnements des nouveaux médias et est liée à l'hégémonie du visuel comme à la valorisation du capital social des technologies de l'information et de la communication (il faut aller d'un support à l'autre pour en apprendre plus sur le monde narratif créé et fonctionner par addition d'images qui comme un puzzle mouvant, se combinent à l'envi). Celle-ci fonctionne via la participation collaborative où la collaboration n'est pas considérée comme du copiage, mais comme une transformation nécessaire. Le mythe de l'intelligence collective crée des possibilités en postulant que chacun peut, avec ses compétences, contribuer à la construction du savoir, y compris si on ne requiert pas la collaboration de tous. 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 générations participent, il faut qu'elles pensent que ce qu'elles apportent au contenu l'enrichit et enrichit l'expérience des autres. Faire devient central, et faire circuler tout autant!

-une valorisation de l'autonomie et d'un modèle électif : le champ des loisirs culturels devient l'espace principal d'expérimentation de l'émancipation juvénile dans un contexte où les paniques morales ont envahi les espaces publics (qui n'a pas peur que son enfant aille courir librement dans la ville ou dans les champs?), et où les configurations familiales font que les enfants passent plus de temps sans la présence d'un membre de leur parenté (d'où le développement des structures d'accueil pré-scolaires et péri-scolaires, qui visent certes à développer des capacités chez l'enfant mais aussi - et peut être surtout- à « sécuriser son temps libre »). De fait, la privatisation de la chambre, le développement d'une culture de la chambre (avec ses équipements et ses usages) est directement liée à la « privatisation » de l'enfance. L'individualisation des équipements, des modes de consommations qui en découle érige une nouvelle mythologie juvénile : « je suis ce que je choisis de consommer ou d'aimer ».

-une valorisation de l'éclectisme : Les jeunes ont grandi avec les médias interactifs, et d'une offre large, dans un rapport du « ce que je veux quand je veux » avec les médias, et de plus grande activité dans les choix, dans le cadre de médias devenus également plus collectifs même si

plus individualisés dans leurs modes de consommations. Ainsi, à la prolifération des médias (des centaines de chaînes du câble thématiques, des dizaines de radio, des web télé et web radios, des sites internet, etc.) s'est ajoutée l'apparition de matériel permettant des consommations alternatives à la consommation de flux (le premier terminal culturel actuel étant le smartphone!). La prolifération de l'offre a créé des consommations « mécaniquement » plus éclectiques, qui articulent de nombreuses consommations mainstream avec un amateurisme de niche. Face à l'inflation de l'offre, les conseils des proches, des membres de communautés affinitaires (entendons, ceux qui ont des profils culturels similaires dans un champ donné), tout comme les conseils des algorithmes, viennent restreindre l'éventail des possibles réellement utilisés, ce qui produit un effet de renforcement du semblable. L'ouverture du champ des possibles crée une incertitude que les mécanismes de conseils viennent réduire : en l'absence de projet ou d'intention culturelle(le) explicite, cette réduction revient à refermer la diversité disponible sur le champ des préférences pré-existantes.

4°) Transformations des rapports à la culture

Cette culture du faire, transmédiatique, additive et collaborative, promeut des compétences que les jeunes acquièrent par le jeu, l'écoute, la transformation, et qui affectent la façon dont ils participent au processus éducatif, politique, civique, voire à la constitution du lien social. Ces compétences ne sont pas minces⁶ : aptitude à mettre en commun des informations ; aptitude à partager et à comparer des systèmes de valeurs en tranchant des enjeux éthiques ; aptitude à tisser des relations entre des informations disséminées ; aptitude à exprimer ses interprétations et aptitude à exprimer ses sentiments à travers le mixage des éléments et la transformation en une culture « personnelle » ou personnalisée ; enfin, aptitude à faire circuler ce que l'on produit au sein des communautés de fans. Ces compétences s'acquièrent via un effort important d'auto-formation et d'apprentissage (via les TIC notamment) et n'ont pour moteur que son attachement et ses bénéfices identitaires individuel. James Paul Gee qualifie ces modes d'apprentissages « d'espace d'affinité »⁷ : l'exploitation entre amateurs de l'amateurisme des autres. Wikipedia est ainsi « l'encyclopédie des ignorants »⁸. Ces mécanismes d'auto-didaxie sont d'autant plus développés que le niveau de formation augmente de génération en génération, mais ces compétences se développent de manière éclatée, au gré des passions individuelles, ponctuelles ou durables.

⁶ Henry Jenkins, *La culture de la convergence, des médias aux transmédias*, Paris, Armand Colin, 2013

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

⁸ D. Cardon et J. Levrel, « La vigilance participative. Une interprétation de la gouvernance des Wikipédia », *Réseaux*, n°154, 2009

Ainsi, le storytelling transmedia, qui prend son origine dans les Pokemon ou Yu-Gi-Oh (apparu en 1998), et qui opère en disséminant sur des médias différents un même contenu narratif (jeux de cartes, dessins animés, jeux vidéo, etc.) des médias herziens aux médias numériques, puis dans les parcs de loisirs et centre de jeux (via les déclinaisons produits), encourage des formes très diverses de participation et de créativité. Les fans ont ainsi « transformé le braconnage en une forme d'art⁹ » : l'exemple emblématique en est le fanzine mais aussi le fan fiction, ou encore le *mods* (variation du jeu vidéo créé par le joueur). Dans ce cadre, les jeunes ne sont pas des aliénés passifs, mais des participants actifs d'un monde culturel en constitution, qui négocient de nouvelles stratégies face à la mondialisation de la culture, face aux notions de créateur et de propriété intellectuelle, d'expertise et de transmission de l'expertise. Cette organisation des publics produit des communautés, qui n'échappent ni à l'influence de la culture marchande, ni à celle la culture « publique », mais les modifient toutes les deux peu à peu via la participation du public, en défaisant les carcans programmatiques des industries comme des institutions culturelles.

Les compétences développées dans ce cadre génèrent des formes d'attention et de cognition différentes. Steven Johnson¹⁰ indique ainsi que, au fur et à mesure où la qualité moyenne des productions audiovisuelles de masse constitutives des média-cultures progressait, habituant les jeunes à des scripts plus complexes, empruntant à des référentiels plus diversifiés, demandant des aptitudes de décodage plus développées, ces derniers développaient un intelligence de réception croissante, assortie d'une demande de « qualité ». Katherine Hayles¹¹ comme Yves Citton¹² soutiennent pour leur part que certaines formes d'attention « flottante » permettent le traitement plus créatif des informations fournies par le réel. Reste à éduquer cette attention flottante dont la morphologie et la structuration, notamment temporelle, échappent aux canons de la profession pédagogique classique : l'hyper-attention n'est ni un manque ni un trop plein, mais une mutation de l'attention.

5°) A l'ère l'éducation buissonnière¹³, le retour nécessaire d'une médiation à réinventer

Influencées par les mutations des relations sociales avec la montée en puissance des réseaux et des valeurs collaboratives, les pratiques culturelles des jeunes expriment de profondes

⁹ Henry Jenkins, *Textual Poachers*, New York, Routledge, 1992, p 27

¹⁰ Steven Johnson, *Everything bad is good for you. How popular culture is making is smarter*, Londres, Penguin, 2005

¹¹ Katherine Hayles, *How we think : digital media and contemporary technogenesis*, Chicago, The University of Chicago Press, 2012

¹² Yves Citton, *Pour une écologie de l'attention*, Paris, Seuil, 2014

¹³ Ce joli mot est d'Anne Barrère. Voir Anne Barrère, *L'éducation buissonnière. Quand les adolescents se forment par eux-mêmes*, Paris, Armand Colin, 2011

transformations des rapports aux valeurs culturelles. La culturalisation des rapports au monde des jeunes affecte de manière croissante les modes de constructions identitaires : les objets et contenus culturels servent de plus en plus à « se fabriquer » soi-même et devant les autres, de l'expérimentation sentimentale et relationnelle des séries télé aux identités virtuelles des réseaux sociaux en passant par les pratiques amateurs de l'écriture sur les blogs. Cette culturalisation se fait sur fond d'adossement croissant des cultures juvéniles sur des cultures industrielles devenues « populaires » par leur diffusion et leur notoriété, pourvoyeuses de temporalités, de normes, de codes, de références, de compétences, d'affiliations et de reconnaissance. Ces media-cultures construisent une « éducation buissonnière » qui échappe aux institutions de transmission traditionnelles et transforment le rapport aux savoirs et à leur transmission. De fait, le numérique fonde une disjonction entre culture et savoir, et creuse de façon rapide la distance avec la culture scolaire dont le livre est l'emblème. On en voit deux indices : les bibliothèques domestiques, si elles sont présentes dans un grand nombre de foyer, ont tendance à diminuer en volume de génération en génération ; de même, la lecture de livre rassemble de moins en moins de jeunes, notamment parce que les jeunes comptent moins de très forts lecteurs et plus de non-lecteurs qu'autrefois. La lecture pâtit sans doute de son lien très étroit avec le monde scolaire, qui durant des années incite à lire – souvent par contrainte- mais semble ne pas parvenir à construire un rapport personnel au livre, ainsi que de la confusion livre/manuel/outil pédagogique. Le livre n'est pas le manuel : lire n'est pas étudier un texte.

L'enjeu de médiation du 21^e siècle est donc de faire des liens entre les cultures juvéniles parfois riches (parfois peu), « îles d'expertise¹⁴ » très segmentées voire fragmentées, et un programme culturel d'ensemble qui souhaite à la fois proposer les éléments nécessaires au plein développement de chacun tout en étant le terreau possible d'un commun générationnel et inter-générationnel. Cela pose à nouveau frais des questions vitales : si les choses (re)connues de tous sont en nombre réduit mais restent essentielles pour (re)fonder le vivre ensemble, quelle est désormais l'échelle souhaitable de ces savoirs communs ? quels sont les périmètres des communs souhaitables ? et comment faire que ces juvéniles parfois luxuriantes puissent être liées les unes aux autres par des médiations explicites, exprimant et réalisant un « programme » culturel permettant de fonder une citoyenneté culturelle ?

¹⁴ S. Allison-Bunnell et S. Thomson, « Débutants et experts dans la science citoyenne nord-américaine » in F. Charvolin, A. Micoud et L. Nyhart (dir), *Des sciences citoyennes ?*, La Tour d'Aigues, Ed de l'Aube, 2007

