Acta fabula
Revue des parutions
vol. 27, n° 9, Octobre 2026
Sérialités narratives : pour une approche décloisonnée des fictions au long cours
DOI : https://doi.org/10.58282/acta.21678

Quand la sérialité permet de (re)penser la culture médiatique contemporaine. Entretien avec Matthieu Letourneux

When seriality allows us to (re)think contemporary media culture: An interview with Matthieu Letourneux

Yasmina Foehr-Janssens, Simone Ventura et Matthieu Letourneux

Matthieu Letourneux, *Fictions à la chaîne. Littératures sérielles et culture médiatique*, Paris : Seuil, coll. « Poétique », 2017, 576 p., EAN 9782021320893.

Pour citer cet article

Yasmina Foehr-Janssens, Simone Ventura et Matthieu Letourneux, « Quand la sérialité permet de (re)penser la culture médiatique contemporaine. Entretien avec Matthieu Letourneux », Acta fabula, vol. 27, n° 9, « Sérialités narratives : pour une approche décloisonnée des fictions au long cours », Octobre 2026, URL : https://www.fabula.org/revue/document21678.php, article mis en ligne le 01 Octobre 2026, consulté le 12 Novembre 2026, DOI : 10.58282/acta.21678

Yasmina Foehr-Janssens, Simone Ventura et Matthieu Letourneux, « Quand la sérialité permet de (re)penser la culture médiatique contemporaine. Entretien avec Matthieu Letourneux »

Résumé - Cet entretien avec Matthieu Letourneux propose une relecture de la sérialité narrative à partir d'un déplacement théorique majeur : d'une approche textualiste vers une perspective culturelle et matérialiste attentive aux conditions industrielles, économiques et médiatiques de production des œuvres. La sérialité y est envisagée comme un phénomène global structurant les imaginaires collectifs, débordant largement le domaine de la fiction pour investir l'ensemble de la culture de consommation, où design, marketing et logiques marchandes participent d'une esthétisation généralisée du quotidien. L'auteur interroge également la pertinence des catégories traditionnelles (« littérature populaire », « paralittérature ») en leur substituant la notion de « littérature délégitimée », qui permet de penser historiquement les hiérarchies culturelles et leurs effets sur les formes littéraires. Cette réflexion s'articule à une analyse des mutations de l'auctorialité à l'ère des industries culturelles et du numérique, marquée par l'émergence d'une auctorialité de marque (Marvel, Disney) et par la multiplicité des instances d'autorité dans la production des œuvres. Enfin, Letourneux met en lumière la transformation des publics et des pratiques culturelles dans un contexte post-fordiste caractérisé par la singularisation des consommations et la montée des logiques algorithmiques. Ces mutations contribuent à l'effacement de l'opposition structurante entre culture de masse et culture d'élite, au profit de formes plus complexes de distinction. L'entretien invite ainsi à repenser la sérialité comme un cadre clé pour comprendre les recompositions contemporaines de la culture médiatique.

Mots-clés - auctorialité de marque, culture médiatique, littérature délégitimée, post-fordisme culturel, sérialité narrative

Yasmina Foehr-Janssens, Simone Ventura et Matthieu Letourneux, « When seriality allows us to (re)think contemporary media culture: An interview with Matthieu Letourneux »

Summary - This interview with Matthieu Letourneux offers a reconsideration of narrative seriality grounded in a major theoretical shift—from a predominantly textualist approach to a cultural and materialist perspective attentive to the industrial, economic, and media conditions that shape the production of works. Seriality is thus conceived as a global phenomenon structuring collective imaginaries, extending well beyond the realm of fiction to encompass consumer culture as a whole, where design, marketing, and commercial logics contribute to a generalized aestheticization of everyday life. Letourneux also questions the relevance of traditional categories ("popular literature," "paraliterature"), proposing instead the concept of "delegitimized literature," which enables a historical understanding of cultural hierarchies and their effects on literary forms. This reflection is articulated with an analysis of transformations in authorship in the context of cultural industries and digital media, characterized by the emergence of brand authorship (e.g., Marvel, Disney) and the multiplicity of authoritative instances involved in the production process. Finally, Letourneux emphasizes the transformation of audiences and cultural practices within a post-Fordist context marked by the increasing singularization of consumption and the rise of algorithmic logics. These changes contribute to the erosion of the traditional divide between mass culture and elite culture, giving way to more complex forms of distinction. The interview thus invites us to rethink seriality as a key framework for understanding contemporary reconfigurations of media culture.

Keywords - brand authorship, cultural post-Fordism, delegitimized literature, media culture, narrative seriality

Ce document a été généré automatiquement le 12 Novembre 2026

Quand la sérialité permet de (re)penser la culture médiatique contemporaine. Entretien avec Matthieu Letourneux

When seriality allows us to (re)think contemporary media culture: An interview with Matthieu Letourneux

Yasmina Foehr-Janssens, Simone Ventura et Matthieu Letourneux

Entretien réalisé le 11 novembre 2025 par Yasmina Foehr-Janssens et Simone Ventura.

Yasmina Foehr-Janssens et Simone Ventura — En 2017, vous publiez *Fictions à la chaîne. Littératures sérielles et culture médiatique*. Quel regard portez-vous huit ans plus tard sur ce travail ? Quelles sont les lignes directrices de votre réflexion qui irriguent votre travail présent ?

Matthieu Letourneux — Par rapport à *Fictions à la chaîne*, qui adoptait une perspective théorique, finalement assez peu historique et encore relativement textualiste, j'ai opéré dans l'ensemble un élargissement de ma réflexion à une perspective beaucoup plus culturelle et matérialiste. Ces derniers temps, je m'intéresse tout particulièrement à l'articulation entre les logiques matérielles, industrielles et économiques de création, et à la façon dont elles configurent la nature des œuvres.

Pourquoi cette articulation m'intéresse-t-elle ? Parce qu'un autre élément, qui n'était pas très présent dans *Fictions à la chaîne*, me paraît désormais fondamental : la nécessité de saisir la dimension culturelle de ces pratiques sérielles à l'intersection des textes et de leurs conditions médiatiques de diffusion et de consommation. Autrement dit, de souligner le fait que les transformations médiatiques et industrielles, parce qu'elles portent en elles des significations sociales, symboliques et culturelles, jouent un rôle fondamental dans la valeur que prennent les productions sérielles dans les pratiques collectives.

Cela vaudrait la peine de questionner plus systématiquement cette fonction sociale des productions sérielles. Il est d'ailleurs assez étonnant de se dire que ces productions sérielles, qui sont au centre de notre culture depuis deux siècles comme mode de consommation, n'ont pas encore été étudiées de façon un peu

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.

systématique comme des phénomènes culturels, sociaux et imaginaires, articulant les rapports entre culture et société. Ce serait une bonne chose de mener une enquête rigoureuse sur le rôle que tiennent les productions sérielles (littérature de genre, imaginaires médiatiques) dans la structuration des représentations collectives.

Pour prolonger un peu la question : à l'heure actuelle, une chose qui m'intéresse beaucoup dans le rapport à la sérialité, c'est le poids des logiques économiques et industrielles dans les phénomènes de sérialisation, bien au-delà des fictions ou même des récits sériels. Ce que l'on voit dans un supermarché, les séries de paquets de pâtes ou de café organisées en système de signification (comme l'avait déjà remarqué Baudrillard[1]), obéit à des logiques qui ne sont pas hétérogènes à celles qui prévalent dans les œuvres sérielles. Non seulement parce qu'il s'agit d'objets produits en série, mais aussi parce que, via l'emballage imprimé, le design et la publicité, ces objets se rapprochent des productions médiatiques. C'est, comme beaucoup l'ont dit, l'un des lieux de notre relation esthétique au monde. L'esthétisation de tous les objets dans la culture industrielle et marchande mériterait qu'on rapproche notre manière de penser les œuvres littéraires de cet ensemble immense de productions esthétisées qui forme la trame de notre culture de consommation.

J'essaie de partir de ce rapport esthétique que favorisent les productions marchandes et médiatiques, pour revenir ensuite vers les productions littéraires, en me demandant si elles ne reflètent pas aussi des transformations plus larges. En quoi, par exemple, le fordisme a-t-il eu une incidence sur la production des œuvres littéraires ? Et le tournant post-fordiste ? Enfin, je me pose des questions sur l'incidence des transformations liées à Internet et à l'écosystème numérique, à leur façon de classer les objets ou de proposer des recommandations algorithmiques, sur notre rapport à la fiction. Autrement dit, mon hypothèse est que les logiques industrielles et marchandes peuvent aussi être pensées comme des cadres esthétiques, agissant sur nos sensibilités et influant sur la sphère de production et de consommation des œuvres.

Il y a dans cette perspective de véritables élargissements possibles pour la réflexion, qui peuvent tirer parti de cette idée de sérialité et des transformations actuelles du discours sur l'esthétique en philosophie. On voit ainsi se développer des approches esthétiques qui ne partent plus de l'œuvre, mais du public (c'est la perspective de Gérard Genette, dans *L'Œuvre de l'art*, ou de Jean-Marie Schaeffer, dans *L'Expérience esthétique* [2]), ou qui proposent une réflexion esthétique prise dans le quotidien, ce qu'on appelle le mouvement de l'*everyday aesthetics*. Je pense enfin au courant qui

1 Voir Jean Baudrillard, *Le Système des objets*, Paris : Gallimard, 1968.

2 Jean-Marie Schaeffer, *L'Expérience esthétique*, Paris : Gallimard, 2015.

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.

envisage une esthétique des atmosphères, comme chez Gernot Böhme[3]. Ces approches font du rapport esthétique une expérience plus banale, plus courante, prise dans le monde. À mon avis, ce sont de bons outils pour penser les productions sérielles telles que nous les expérimentons tous les jours, avec une sorte de désinvolture, alors que nous manquons encore d'outils pour étudier ces objets et le plaisir qu'ils nous procurent dans leur banalité.

Yasmina Foehr-Janssens et Simone Ventura — Dans votre livre en collaboration avec Loïc Artiaga, *Aux origines de la pop culture. Le Fleuve Noir et les Presses de la Cité au cœur du transmédia à la française, 1945-1990* [4], vous reprenez le terme proposé dans *Fictions à la chaîne* de « littérature délégitimée ». Pouvez-vous revenir sur la genèse de ce choix et sur l'intérêt de son emploi ?

Matthieu Letourneux — C'est une bonne question, parce que les choix que l'on fait, en parlant de « littérature populaire », de « paralittérature », de « littérature de masse », etc., sont révélateurs de représentations inconscientes. Je crois qu'un des problèmes du discours sur la littérature populaire, ou sur la sérialité, c'est qu'on est confronté à une tension entre la nécessité de décrire un certain nombre d'objets qu'on identifie intuitivement et le fait que l'usage des mots objective une sorte de scission au sein des productions culturelles et artistiques. On a tendance à dire : « Bon, il y a la littérature populaire d'un côté, et ce qu'on appelle la littérature savante ou la grande littérature, de l'autre. » Mais c'est à la fois un propos juste (la plupart des gens établissent des hiérarchies de manière plus ou moins intuitive) et un incroyable raccourci. À mon avis, on manque beaucoup d'enjeux si on se contente d'une telle dichotomie. La réalité des pratiques et des représentations est beaucoup plus complexe, variant suivant les contextes.

Bien sûr, la question de la légitimité est fondamentale pour penser la culture au xx^{e} siècle. Même si c'est un peu caricatural, disons que du côté de la critique d'art, des figures comme Clement Greenberg, dans un essai comme « Avant-Garde and Kitsch » (1939), ou des gens comme Dwight Macdonald, ont défendu la thèse selon laquelle la modernité au xx^{e} siècle dans l'art et la littérature avait pour vocation de résister à la massification et à la sérialisation, et donc à la marchandisation et à la médiatisation de la culture[5]. Cela a contribué à objectiver un terme comme « paralittérature ».

3 Voir Gernot Böhme, *Critique of Aesthetic Capitalism*, Sesto San Giovanni : Mimesis International, coll. « Atmospheric spaces », 2017 et Gernot Böhme, *Aisthétique. Pour une esthétique de l'expérience sensible* (1995), Dijon : Les Presses du réel, 2020.

4 Loïc Artiaga et Matthieu Letourneux, *Aux origines de la pop culture. Le Fleuve Noir et les Presses de la Cité au cœur du transmédia à la française, 1945-1990*, Paris : La Découverte, 2022.

5 Voir Clement Greenberg, « Avant-Garde and Kitsch », *Partisan Review*, vol. 6, no 5, 1939, p. 34-49, et Dwight Macdonald, « A theory of mass culture », *Diogenes*, no 3, 1953, p. 1-17.

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.

Matériellement, à partir des années 1920, cette vision des choses a été renforcée, dans le domaine de la littérature, par l'émergence d'une littérature de gare, c'est-à-dire une littérature vendue hors du réseau des librairies des centres-villes, mais distribuée massivement dans les kiosques à journaux, dans ce qu'on appelait à l'époque les « réseaux non-libraires ». Pour ces livres, il y avait des éditeurs, des collections, qui n'étaient pas présents en librairie de centre-ville et vice versa. Cette structuration du marché objectivait l'opposition entre une production massifiée et une production de littérature au sens général, même si en réalité ce qu'on appelait littérature dans les librairies ne représentait qu'une portion du total des livres vendus. La manière dont était structuré le champ éditorial, dont il favorisait des types d'œuvres et des postures auctoriales différentes, la façon enfin dont tous ces aspects s'articulaient autour de discours et de représentations, sont autant de traits dont la convergence produit du réel, au sens où ces représentations ont favorisé l'émergence d'œuvres différentes, aux esthétiques différentes, mais aussi des hiérarchies et une représentation du monde.

Ce que je veux dire, c'est que l'opposition symbolique entre haute culture et culture de masse est un mythe structurant au xx^{e} siècle. Tellement structurant que même dans les médias de masse, les présentateurs et leurs invités critiquaient les médias de masse sans voir ce qu'il y avait de contradictoire dans cette posture. Or, dans le domaine de la culture, les mythes produisent du réel : ils déterminent des choix et des pratiques, qui à leur tour affectent la manière de produire des œuvres et leur nature.

Parler de « littérature délégitimée », c'est une façon de réhistoriciser tout cela et de reproblématiser le phénomène. Penser l'incidence des questions de légitimité sur la nature des œuvres permet par exemple de comprendre comment, au gré des transformations sociohistoriques, la littérature de genre devient de moins en moins délégitimée à partir des années 1970, comment ce qu'on appelait la littérature populaire va occuper au xxi^{e} siècle une place très différente de celle qu'elle occupait au xx^{e} siècle. La question de la légitimité, dès lors qu'on la pense en relation avec les logiques de production et de réception, est un formidable outil pour comprendre l'histoire de la culture médiatique. C'est ce sur quoi nous avons insisté avec Loïc Artiaga dans notre dernier livre sur *La Culture de masse en France*, pour en expliquer les transformations au fil du temps : comment le système éditorial se modifie, et comment les représentations évoluent avec la disparition de cette littérature populaire au sens strict, c'est-à-dire cette littérature de gare, pour laisser la place à des formes et des pratiques beaucoup plus variées (littératures de genre politique, contre-culturelle, expérimentale, etc.).

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.

Yasmina Foehr-Janssens et Simone Ventura — Dans *Fictions à la chaîne*, vous proposez la notion d'auctorialité éditoriale, en montrant que la culture de masse défait l'autorité de l'auteur tout-puissant, la figure démiurgique qui structure le champ littéraire et la production culturelle lorsque ceux-ci revendiquent leur prestige. À l'heure d'Internet, ce principe organisateur reste-t-il d'actualité ?

Matthieu Letourneux — Il y a des domaines où ça existe encore. Un exemple récent sur lequel j'ai travaillé, c'est l'apparition de l'auctorialité de marque : Disney ou Marvel, par exemple, favorisent un attachement du public à une marque qu'il associe à une fonction-auteur. Cela doit nous conduire à nous interroger sur la rencontre entre des stratégies de marque et des stratégies d'auctorialité ou de garantie de la valeur d'une œuvre. Quand on va voir un film Marvel, on va apprécier quelque chose associé à une instance auctoriale (Marvel) qui apparaît à la fois comme l'origine d'un monde et d'un récit (proche d'un auteur, donc) et l'élément d'une marque qui se décline en une multitude d'objets commercialisés. Or ce constat pose des questions fondamentales. Quand les responsables qui sont aux commandes de Marvel conçoivent le développement de leur univers, ils réfléchissent dans un même mouvement à des stratégies de *storytelling* et de *storyworld* de marque, et les reformulent, dans leurs récits, en termes narratifs ou diégétiques. Le développement de l'image de marque est au cœur des choix présidant à l'enrichissement du monde fictionnel. Les responsables de Marvel vont par exemple chercher à savoir s'il y a un intérêt à investir le terrain de la télévision, s'il faut faire des séries télévisées à destination de publics différents, et quels personnages choisir dans ce but — par exemple, un personnage mineur des *comics*, aux caractéristiques atypiques, qui n'a pas été tellement utilisé, mais qu'il ne faut pas gâcher pour le cinéma, et qu'on pourra développer pour un public plus restreint. Cela soulève donc toute une série de questions qui sont complètement étrangères aux standards de la littérature et qui néanmoins déterminent les propriétés de l'univers transmédiatique et transfictionnel de Marvel. D'ailleurs ce caractère transfictionnel et interconnecté de l'ensemble des récits est lié aussi à des stratégies de marque et de développement industriel. Ces constats sont passionnants pour interroger la notion d'auctorialité. Et on peut les reconduire pour penser des objets culturels plus anciens aussi. Dans le domaine des imaginaires de marque, l'auctorialité est plus que jamais une notion pertinente.

Yasmina Foehr-Janssens et Simone Ventura — En vous écoutant, je pensais au film *Barbie* (Greta Gerwig, 2023). Ce que vous dites résonne assez fort, parce que dans ce cas la question remonte au-delà des sociétés de production puisqu'on doit tenir compte de l'auctorialité que peut exercer un fabricant de jouets.

Matthieu Letourneux — *Barbie* pose non seulement la question de l'auctorialité, mais aussi celle des différentes autorités qui décident de la nature d'une œuvre. Je

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.

pense qu'il faut les distinguer. L'auctorialité, c'est ce qu'on va chercher pour déterminer la signification de l'objet (texte ou autre) ; c'est la « fonction-auteur ». Cela peut être un réalisateur, mais aussi un studio (aimer les films Disney ou Marvel, c'est penser l'auctorialité au niveau du studio) ou un acteur (on peut aimer les films de Jean-Claude Van Damme) : dans tous ces exemples, c'est cette fonction-auteur qui détermine la signification. Dans *Barbie*, on voit bien qu'il y a toute une série d'autorités qui ont joué un rôle dans la conception de l'œuvre : Mattel, la société de production, qui a indiqué les limites de ce qu'il était possible de faire, a mis en avant comme une figure d'auctorialité Greta Gerwig, parce qu'elle était déjà connue. C'était une façon de dire : ce film n'est pas un produit Mattel, comme on fait des produits Transformers et des œuvres tirées de gammes de jouets, mais une création plus ambitieuse. Ce qui est intéressant, c'est de voir à quel point la critique a été sensible à l'affichage de cette auctorialité classique, et malgré tout aussi aux effets d'autorité qui sont de nature différente (on a ainsi salué la façon dont Mattel avait accepté qu'on joue dans une certaine mesure avec l'image de Barbie).

Pour ce qui est du cinéma hollywoodien, on peut compter parmi ces autorités les producteurs qui disent : « là, vous pouvez dépenser tant ; là, vous ne pouvez pas » ou « puisque vous dépensez tant, vous devez vous adresser à un public plus large ». Ces critères font par exemple que, suivant le budget, les réalisateurs et scénaristes renonceront aux scènes de sexe ou aux allusions trop explicites à des sujets clivants. Cela fait bien apparaître la différence entre autorité et auctorialité : ces injonctions sont des faits d'autorité qui influent sur la facture du film, mais dont l'action est invisible pour le public. Pour celui-ci, les figures d'auctorialité sont du côté de la réalisation du film… mais pas toujours, comme on l'a vu avec Marvel.

Yasmina Foehr-Janssens et Simone Ventura — En effet, et on en revient à la question de l'autorité éditoriale. Ce que vous dites est vraiment très éclairant. On voit bien effectivement avec *Barbie* apparaître une tension entre le rôle de la production, à qui on peut adresser un certain nombre de critiques, et puis une autorité culturelle.

Matthieu Letourneux — Exactement : on voit bien pour le coup comment le lien entre marque et œuvre transforme l'ensemble de la conception d'une œuvre. Et la manière dont Mattel a su reconfigurer son identité dans une perspective féministe, c'est fort bien joué. Mais cela avait déjà été mis en place avec l'exposition au Musée des arts décoratifs en 2016. On y avait fait une grande exposition Barbie, et il était évident que, pour obtenir les documents de Mattel, il avait fallu accepter de se plier à la vision du monde de Mattel. Et, du même coup, l'exposition n'avait aucune dimension critique : déjà dans ce grand lieu muséal, par la muséification française, Barbie était essentiellement présentée comme source d'émancipation féminine.

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.

Yasmina Foehr-Janssens et Simone Ventura — La recherche sur la sérialité narrative fait apparaître, à toutes les époques, l'importance particulière des interactions entre les milieux de production et leur public. Votre chapitre sur la mutation du public, dans *Aux origines de la pop culture*, évoque une translation vers un public plus cultivé. Pouvez-vous revenir sur ce phénomène, ses causes et ses effets ? Qu'en est-il du public aujourd'hui ?

Matthieu Letourneux — Je pense que là on est vraiment face à des questionnements qui nous imposent de ressaisir la littérature dans le champ beaucoup plus large des pratiques culturelles. La littérature sérielle obéissant à un modèle de production rationalisé qui a caractérisé le xx^{e} siècle jusqu'aux années 1970 et 1980 a quasiment disparu aujourd'hui. Ses formats éditoriaux (collections standardisées à fort pacte de lecture éditorial) ont disparu parce qu'ils n'intéressaient plus tellement les gens : le public populaire s'était déporté vers la télévision, et la petite bourgeoisie cherchait des lectures plus distinctives. La même chose pourrait être dite pour la bande dessinée, par exemple. De même, à partir des années 1990, les séries télévisées sont devenues plus singularisées et ont visé des publics plus différenciés. Il me semble qu'il faut replacer toutes ces transformations dans le cadre beaucoup plus large des mutations des pratiques de consommation aussi bien que de production.

C'est ce qu'on peut définir comme la bascule post-fordiste de la culture : c'est-à-dire le moment où on commence à viser, dans tous les domaines (le tabac, la nourriture, l'automobile), des logiques de consommation singularisée. C'est une bascule culturelle qui découle, en amont, d'une mutation économique et industrielle. Elle conduit en partie à certains phénomènes qu'on a associés à la postmodernité. Mais cette culture postmoderne est préconstruite par des changements industriels et marchands, de nouveaux protocoles de fabrication, d'occupation d'un terrain de plus en plus large, d'une consommation esthétisée, etc. Et ce qui me paraît intéressant, c'est que cela se traduit aussi par une mutation des productions sérialisées (qui se fragmentent en un très grand nombre de produits de niche), et que cela finit par altérer la représentation globale de la culture, jusqu'à provoquer l'effondrement du grand mythe structurant de la culture de masse opposée à la culture d'élite. C'est une opposition qui aujourd'hui ne fonctionne plus. Cela ne veut pas dire qu'il n'y a plus de distinction, mais elle ne repose plus sur cette opposition simple qu'Andreas Huyssen avait décrite comme le « *great divide* » moderniste[6]. Et à cette opposition se substitue alors un ensemble de stratégies de distinction qui traversent le champ des pratiques culturelles, et qui accompagnent et favorisent l'émergence d'objets davantage singularisés au sein des cultures sérialisées. À cet

6 Voir Andreas Huyssen, *After the Great Divide*, Bloomington : Indiana University Press, 1986.

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.

égard, je trouve fascinant le développement d'Internet et du numérique, avec des algorithmes qui font que tout est singularisé, coupé sur mesure, tout en maintenant des protocoles standardisés.

Les premiers théoriciens de la postmodernité, y compris des gens comme Christopher Lasch, Mike Featherstone ou Jean Baudrillard[7], parlaient déjà, bien avant la culture des algorithmes, de processus de singularisation par la mode et la consommation. Et je trouve fascinant de voir que le développement des systèmes médiatiques numériques a accéléré des pratiques culturelles antérieures : on s'empare de nouveaux médias et on les adapte à ce qui est déjà le mouvement culturel collectif. Ici, par exemple, Internet et les réseaux sociaux ont donné une expression médiatique à un processus de singularisation qui leur préexistait. Dans ce cadre, l'algorithme ne fait que favoriser quelque chose qui était antérieur.

Donc, pour revenir au public : je pense que les processus de singularisation modifient profondément la question de la sérialité posée dans *Fictions à la chaîne*. La « chaîne » décrit une culture sérielle du xx^{e} siècle ; en réalité, cette dynamique remonte même au xix^{e} siècle. *Aux origines de la pop culture* nous a permis de raconter l'histoire du moment fordiste de la culturelle sérielle, son plein régime, son déclin et sa mort — c'est-à-dire de souligner que ce qu'on appelle encore à l'Université la littérature populaire est déjà, essentiellement, un objet d'histoire. Et cela nous a beaucoup intéressés de le faire.

Aujourd'hui, la production et la consommation ne fonctionnent plus sur la base d'une standardisation extrême. Et quand on mobilise dans nos enseignements le concept de littérature populaire, nos étudiants ne comprennent quasiment plus à quoi on fait allusion, parce que cela ne renvoie plus à une réalité pour eux. Tout au plus peut-on parler de *pop culture*, formule qui est moins stigmatisante, parce qu'éloignée des oppositions qui ont structuré le xx^{e} siècle. Mais le concept de *pop culture* illustre aussi une bascule du système de représentations, des hiérarchies différentes, des stratégies distinctives propres : c'est un tout autre système que celui sur lequel reposait au xx^{e} siècle l'opposition entre haute culture et culture de masse. Il est assez incroyable de se dire que les transformations des pratiques culturelles font que quelque chose qui nous semblait tellement évident il y a quarante ans est devenu presque illisible aujourd'hui.

7 Voir Christopher Lasch, *La Culture du narcissisme* (1979), Paris : Flammarion, 2006 et Mike Featherstone, *Consumer Culture and Postmodernism*, Londres : Sage, 1991.

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.

PLAN

AUTEURS

Yasmina Foehr-Janssens
Voir ses autres contributions
Université de Genève

Courriel : yasmina.foehr@unige.ch

Simone Ventura
Voir ses autres contributions
Universitat Pompeu Fabra

Courriel : simone.ventura@upf.edu

Matthieu Letourneux
Voir ses autres contributions
Université Paris Nanterre

Courriel : matthieu.letourneux@parisnanterre.fr

© Tous les textes et documents disponibles sur ce site, sont, sauf mention contraire, protégés par une licence Creative Common.