



Synergies Pays germanophones

Revue du GERFLINT

Groupe d'Études et de Recherches pour le Français Langue Internationale

Revue française et francophone en partenariat avec la Fondation Maison des Sciences de l'Homme de Paris

ISSN 1866-5268 / ISSN en ligne 2261-2750

<https://gerflint.fr/synergies-pays-germanophones>

Appel à contributions pour le n° 12 / 2019

Thème : *Regards croisés. Les pays germanophones et les pays francophones à travers un regard croisé sur leur culture de masse*

Coordinateurs : Hans W. Giessen (Université de Saarland)
et Virginie Viallon (Université de Genève)

Pour son douzième numéro, *Synergies Pays germanophones*, revue du Gerflint internationalement indexée (EbscoHost, ERIH Plus, DOAJ), recueille des contributions consacrées à la *culture de masse*.

Les études sur la société de masse ont une grande tradition en France, le pays de la révolution et du « soulèvement des masses ». On en trouve des exemples chez Gustave Le Bon ou Émile Durkheim. Il est remarquable qu'ils aient tous les deux suivi une formation d'ethnologue ; Le Bon, par exemple, a écrit ses travaux de sociologie après avoir fait de nombreux voyages dans différentes parties du monde. Il en ressort que ce qui est apparemment évident dans une culture ne l'est pas nécessairement pour les personnes issues de cette même culture, même lorsqu'elles se regardent dans leur propre miroir. C'est seulement lorsque deux personnes de culture différente discutent de la culture de l'autre que cette évidence a toutes les chances d'apparaître : la discussion sur les perceptions mutuelles, les stéréotypes nationaux et / ou auto-stéréotypes nationaux, les contraintes culturelles, les décisions et les déceptions politiques peuvent contribuer à une meilleure compréhension des deux cultures.

L'on conçoit aisément que la revue *Synergies pays germanophones* puissent utiliser activement sa position naturellement stratégique afin d'observer comment la population en France (ou dans les pays francophones), et inversement, la population des régions géographiques couvertes par la revue, se regardent l'une l'autre. Par conséquent, notre numéro portera sur les regards croisés culturels des pays germanophones sur les pays francophones, et vice versa.

Il existe déjà, bien évidemment, de nombreux « regards croisés » des deux côtés. Du côté germanophone, on peut mentionner des exemples tels que Ulrich Pfeil (2012) ou Nicole Colin, Corine Defrance, Ulrich Pfeil et Joachim Umlauf (2013). Bien sûr, nous pourrions facilement élargir cette liste par d'autres études approfondies. Dans l'ensemble, l'analyse académique de la culture de l'autre, de son caractère et de ses habitudes, de même que les changements politiques et les relations bilatérales, semblent être extrêmement représentés.

Ce qui est frappant, c'est la rareté des analyses relatives à la culture de masse. La recherche des perceptions de la culture populaire à l'égard de l'opinion dominante dans la culture voisine, de l'évolution de ces perceptions au cours des années, pourrait s'avérer fort intéressante. Si les regards croisés concernent un éventail de domaines assez large de la société, ils permettent une étude assez complète de phénomènes culturels sur de grands groupes de la population, sur leurs valeurs, leurs attitudes et leurs préférences. La culture de masse (la musique pop, le cinéma, la télévision, le football ou encore la cuisine) doit éveiller l'intérêt des acheteurs potentiels : les morceaux de musique doivent être téléchargés, les cinéphiles doivent acheter des billets pour regarder des films. A la télévision, c'est aujourd'hui plus que jamais que les taux d'audience sont comptabilisés, etc. Les politiciens, eux aussi, doivent se soumettre aux critères de la société de masse s'ils souhaitent être élus et doivent par conséquent correspondre au moins à une sous-population significative de la société. Dans ce contexte, les artefacts culturels populaires du pays voisin peuvent en dire beaucoup sur la perception de sa propre culture, sur les sujets qui semblent remarquables au voisin, les préférences et les valeurs du public vues de l'extérieur (et, pour cette raison, peut-être pas du tout évident pour la population locale). – Il est important dans ce contexte d'écouter les intermédiaires « non intentionnels » (comme les définissent Hüser et Pfeil 2015 ; Barmeyer 2012 les appelle, quant à lui, des « interfaces interculturelles ») et les non-experts (Milling 2010), ces voix qui s'adressent involontairement au public. En ce qui concerne la culture populaire, ce ne serait pas un « médiateur intentionnel » et connaisseur des deux cultures comme Patricia Kaas, par exemple, – qui porte un œil sur les deux marchés –, mais davantage la chanson « Aurélie » du groupe pop « Wir sind Helden ». Ce ne serait pas non plus le catalogue actuel de *l'exposition Shoah et la bande dessinée*, mais *Astérix et les Goths* (Gosciny / Uderzo 1961). Il s'agit, en d'autres termes, d'expressions qui ne sont pas principalement destinées à l'auditoire de l'autre groupe culturel, mais qui reflètent principalement la culture d'un groupe culturel et la manière dont elles sont perçues par la culture de l'autre.

La culture de masse est (bien entendu) très diversifiée et complexe (Giessen 1992). Un amalgame entre producteur et consommateur est interdit. On peut aimer la musique d'une chanson et ne pas partager l'opinion contenue dans le texte. Néanmoins, il est clair que les déclarations d'artefacts culturels de masse ne doivent pas contredire les convictions des utilisateurs. Les valeurs les plus importantes et les catégories esthétiques de l'acheteur / utilisateur doivent tout au moins être respectées.

Un autre problème concerne le public qui utilise des artefacts culturels de masse. Parfois, il représente la majorité (silencieuse ?) de la population (comme par exemple les chanteurs du « Schlager » (Hit) à succès en Allemagne), parfois (seulement) une minorité spécifique (comme les jeunes, les femmes, les hommes ...).

Malgré toute la prudence méthodologique, il est manifeste que les artefacts culturels de masse peuvent être utilisés sémiotiquement comme des indicateurs de convictions de leurs destinataires. Mais même sur le plan structurel, ils se prêtent à l'analyse scientifique. Par exemple, certains artefacts culturels sont purement commerciaux, tandis que d'autres (chansons de compositeurs, scénaristes de genre) sont davantage normatifs. Au niveau structurel par exemple, la fréquence avec laquelle les produits culturels normatifs sont consommés est révélatrice du besoin de changement d'une société. La combinaison souvent inconsciente de valeurs, de catégories esthétiques et de priorités politiques / sociétales est en mesure de fournir des témoignages qui peuvent ne pas avoir la rigueur quantitative d'une enquête démographique, mais qui sont susceptibles de produire en temps utile des résultats nouveaux et intéressants dans leur complexité.

Dans ce contexte, il serait intéressant de voir comment la France est perçue dans la culture de masse allemande (de la chanson au cinéma en passant par le sport, la publicité, la cuisine, etc.) et vice versa et d'étudier si ces deux pays se perçoivent réellement l'un l'autre à travers leur culture de masse.

Nous nous intéressons par conséquent aux études synchroniques, mais les études diachroniques sont également les bienvenues. Bien sûr, ce sont les différences qui frappent le plus, mais nous sommes aussi intéressés par les similitudes. Il existe évidemment des asymétries, comme le fait que la musique pop allemande est plus connue en France – voir pour exemple, très récemment, le succès des groupes comme « Rammstein » – que la musique pop française en Allemagne. Occasionnellement, la diffusion de thrillers allemands prend de l'importance sur les écrans français, tandis que « Navarro » ou « Julie Lescaut » sont des séries quasiment inconnues en Allemagne – alors que, au contraire, les comédies françaises sont populaires dans les cinémas allemands, tandis que les comédies allemandes sont pratiquement inexistantes en France. Notre « regard croisé » doit faire apparaître des expériences et des artéfacts de la culture de masse à travers lesquels nous apprenons davantage sur nous-mêmes, sur nos voisins, sur nos sensibilités communes, sur nos différences et ressemblances.

Par conséquent, nous recherchons des contributions dans les domaines suivants :

- la vie quotidienne
- des portraits (individus, mais aussi portraits de groupe spécifiques)
- des lieux communs
- des symboles
- des lieux de mémoire
- les comportements en situation de communication (peut-être aussi dans le traitement des médias)
- la culture populaire (musique, cinéma, littérature - mais aussi la "culture savante")
- les autres produits médiatiques

Cette liste n'est certainement pas exhaustive.

Références bibliographiques

- Barmeyer, Christoph (2012), „Interkulturelles Interface“. In: Barmeyer, Christoph, *Taschenlexikon Interkulturalität*. Göttingen: Vanderhoek und Rupprecht, Stichwort „Interkulturelles Interface“.
- Catalogue (2017), *Catalogue de l'exposition Shoah et bande dessinée*. Paris : Coédition Mémorial de la Shoah/Éditions Denoël Graphic.
- Colin, Nicole ; Defrance, Corinne ; Pfeil, Ulrich; Umlauf, Joachim (2013), *Lexikon der deutsch-französischen Kulturbeziehungen nach 1945*. Tübingen: Narr Francke (édition Lendemains)
- Giessen, Hans W. (1992), *Zeitgeist populär*. St. Ingbert: Röhrig.
- Gosciny, René, Uderzo, Albert (1961), *Astérix et les Goths*. Paris: Hachette.
- Hüser, Diemar; Pfeil, Ulrich (2015), *Populärkultur und deutsch-französische Mittler. Akteure, Medien, Ausdrucksformen / Culture de masse et médiateurs franco-allemands. Acteurs, médias, articulations*. Bielefeld: transcript.
- Milling, Hanna (2010), *Das Fremde im Spiegel des Selbst. Deutschland seit dem Mauerfall aus Sicht französischer, italienischer und spanischer Deutschlandexperten*. Berlin: Logos (Trenn - Striche / Binde - Striche: Beiträge zur Literatur- und Kulturwissenschaft, Bd. 4).
- Pfeil, Ulrich (Éd.) (2012), *Mythes et tabous des relations franco-allemandes au XXe siècle / Mythen und Tabus der deutsch-französischen Beziehungen im 20. Jahrhundert*. Berne: Lang.

Normes et fonctionnement de la revue

Les auteurs, avant tout engagement, sont priés de prendre connaissance de la politique éditoriale générale du GERFLINT, de la politique éditoriale de la revue et de se conformer, dès l'envoi des propositions (premier résumé) aux consignes et aux spécifications rédactionnelles. L'ensemble de ces informations est en ligne :

<https://gerflint.fr/politique-editoriale-generale>

<https://gerflint.fr/synergies-pays-germanophones/politique-editoriale>

<https://gerflint.fr/synergies-pays-germanophones/consignes-aux-auteurs>

- L'auteur de la proposition consultera également la politique de l'éditeur de la revue en matière d'accès libre et d'archivage :
<https://www.sherpa.ac.uk/romeo/issn/1866-5268/>
- Les articles proposés suivront la politique orthographique précisée dans la politique éditoriale générale de l'éditeur : <https://gerflint.fr/politique-editoriale-generale>
- L'article sera accompagné d'une brève notice résumant le profil professionnel et le parcours de recherche de l'auteur (deux auteurs maximum par article).
- Le nombre maximum d'articles dans une autre langue que le français est de 3 par numéro.
- *Synergies Pays germanophones* accueille des articles *Varia* s'ils sont rédigés en français par des auteurs francophones appartenant à l'étendue géographique de la revue suivant cette large couverture thématique :
 - Ensemble des Sciences Humaines et Sociales
 - Culture et communication internationales
 - Sciences du langage
 - Littératures francophones
 - Didactologie-didactique de la langue-culture française et des langues-cultures
 - Éthique et théorie de la complexité
- **Les propositions sont à envoyer à Florence Windmüller, Rédactrice en chef, à l'adresse suivante : spg.gerflint@gmail.com**

Dates à retenir

Jusqu'au 30 mai 2018 : remise et évaluation des propositions d'articles (résumés)

30 mai -15 octobre 2018 : remise des articles complets

15 octobre – 15 novembre 2018 : évaluation des articles

15 novembre – 31 décembre 2018 : Modification et correction des articles

31 décembre 2018 – 31 janvier 2019 : évaluation des articles modifiés et avis de la Rédaction.

Nous vous remercions de votre collaboration.

© GERFLINT - Pôle éditorial international - avril 2018 - Tous droits réservés –
Texte officiel inscrit sur la Liste des appels des revues du GERFLINT
<https://gerflint.fr/information>