



Photo : Arnaud Février © Flammarion

Frédéric Martel est chercheur et journaliste. Son dernier livre, *De la culture en Amérique* (Gallimard) a été traduit et discuté dans de nombreux pays. Il enseigne à HEC et anime le principal magazine d'information sur les industries créatives et les médias à Radio France.

*Mainstream* est le résultat d'une vaste enquête qu'il a conduite sur le terrain pendant cinq années dans 30 pays. Frédéric Martel a interviewé plus de 1 200 personnes dans toutes les capitales de l'« entertainment ». Il analyse le jeu des acteurs, les logiques des groupes et suit la circulation des contenus sur cinq continents. Il prouve ici que, si les produits mainstream ne sont pas nécessairement artistiques, les stratégies qui permettent leur création et leur diffusion sont, elles, fascinantes.

**MAINSTREAM** [ˈmeɪnstri:m] adj. – mot d'origine américaine : grand public, dominant, populaire. L'expression « *culture mainstream* » peut avoir une connotation positive, au sens de « culture pour tous », ou négative, au sens de « culture hégémonique ». *Un film mainstream* : qui vise un large public ; *un média mainstream* : média de masse ; *un produit mainstream* : qui se vend massivement ; « *il veut être mainstream* » : il veut plaire à tout le monde.

Prix France : 22,50 €  
ISBN : 978-2-0812-3617-2  
9 782081 236172  
editions.flammarion.com

Flammarion

10-III-P Création Studio Flammarion

Flammarion

MAINSTREAM

Frédéric Martel

Frédéric Martel

# MAINSTREAM

Enquête sur cette culture  
qui plaît à tout le monde

Flammarion

Comment fabrique-t-on un best-seller, un hit ou un blockbuster ? Pourquoi le pop-corn et le Coca-Cola jouent-ils un rôle majeur dans l'industrie du cinéma ? Après avoir échoué en Chine, Disney et Murdoch réussissent-ils à exporter leur production en Inde ? Comment Bollywood séduit-il les Africains et les telenovelas brésiliennes, les Russes ? Pourquoi les Wallons réclament-ils des films doublés alors que les Flamands préfèrent les versions sous-titrées ? Pourquoi ce triomphe du modèle américain de l'entertainment et ce déclin de l'Europe ? Et pourquoi, finalement, les valeurs défendues par la propagande chinoise et les médias musulmans ressemblent-elles si étrangement à celles des studios Disney ?

Pour répondre à ces questions, le journaliste et chercheur Frédéric Martel a mené une longue enquête de Hollywood à Bollywood, du Japon à l'Afrique subsaharienne, du quartier général d'Al Jazeera au Qatar jusqu'au siège du géant Televisa au Mexique. Ce qu'il nous rapporte est à la fois inédit, fascinant et inquiétant : la nouvelle guerre mondiale pour les contenus a commencé.

Au cœur de cette guerre : la culture « mainstream ». De nouveaux pays émergent avec leurs médias et leur divertissement de masse. Internet décuple leur puissance. Tout s'accélère. En Inde, au Brésil, en Arabie saoudite, on se bat pour dominer le Web et pour gagner la bataille du « soft power ». On veut contrôler les mots, les images et les rêves.

*Mainstream* raconte cette guerre globale des médias et de la culture. Et explique comment il faut faire pour plaire à tout le monde, partout dans le monde.

**MAINSTREAM**

**MAINSTREAM**

**MAINSTREAM**

# MAINSTREAM