

Introduction

La culture est au cœur de nos sociétés postindustrielles, mais le terme fait débat. De quelle culture parle-t-on ? Pour qui ? « Pour tous » ? « Pour chacun » ? Dans quelles conditions ? Au service de qui, de quoi ? La culture est-elle un droit ? À quel prix ? En quoi peut-elle être un enjeu de société ?

Ce concept de culture est effectivement ambigu et se prête à plusieurs acceptions, de la plus large si l'on se réfère à une acception anthropologique à la plus étroite si on l'assimile aux « beaux-arts ».

Un survol rapide des débats qui se sont développés au cours de l'histoire nous incite, dans un premier temps, à partir de l'opposition entre le concept de culture-civilisation développé en France au XVIII^e siècle avec les philosophes et qui est marqué par l'idée d'unité du genre humain, et le concept allemand de *Kultur*. Ainsi, la notion de culture « à la française » fait d'abord référence au développement intellectuel de l'individu pour prendre une dimension plus collective au XIX^e siècle, voire universaliste et déboucher sur la « culture de l'humanité », alors que le concept allemand de *Kultur*, développé dans un premier temps par les milieux intellectuels qui prônent les valeurs « spirituelles » (science, art, philosophie, religion) en opposition aux valeurs « courtoises » de l'aristocratie va au XIX^e siècle prendre une dimension nationaliste. Cette dichotomie a été dépassée avec le développement de l'anthropologie comme discipline scientifique et l'on considère que l'anthropologue britannique Edward Burnett

(Greffé, 2010, p. 6) et par ailleurs il a été montré que certains gestionnaires culturels pouvaient se livrer à une surenchère en matière de qualité, elle-même génératrice d'augmentation des coûts de production. Ce phénomène peut conduire, mais pas exclusivement, à ce que l'on décrit aujourd'hui comme « l'économie des superstars » (Benhamou, 2004). La loi de Baumol ne constitue qu'une entrée dans les analyses du secteur culturel, et voit d'ailleurs son impact se réduire aujourd'hui parallèlement avec la montée en puissance de nouvelles pratiques culturelles et de nouveaux enjeux de la culture.

En effet, la montée en puissance des industries culturelles dans un premier temps, et plus récemment l'essor du numérique, ont entraîné le développement de nouveaux modes de consommation, de nouveaux modèles économiques de production, et la culture cultivée, ou légitime, tend à ne devenir aujourd'hui que la petite partie visible de l'iceberg, et ne peut être assimilée à l'ensemble du champ culturel : « *Certains biens culturels sont consommés de manière collective, d'autres de manière individuelle. Certains utilisent des moyens de transmission collectifs, et donc partagés en commun, alors que d'autres donnent lieu à des achats directs. Certains sont consommés via des programmes où le choix peut se faire et se défaire en permanence, alors que d'autres achats répondent à une décision irrévocable* » (Greffé, Pflieger, 2009, p. 256). Ces nouveaux espaces de consommation et de production, induits en grande partie par ce que l'on appelle la révolution numérique, remettent en question l'appréhension traditionnelle du champ culturel, en l'élargissant, dans son contenu bien sûr, mais aussi dans son rayonnement qui ne connaît plus les frontières géographiques, en cassant la verticalité des différents secteurs le composant au profit d'une horizontalité, en intro-

Tylor a donné en 1871 la première définition anthropologique du mot culture « [...] *tout complexe qui comprend la connaissance, les croyances, l'art, la morale, le droit, les coutumes et les autres capacités ou habitudes acquises par l'homme en tant que membre de la société* » (Cuche, 2004, p. 16). On est alors face à une définition très extensive de la culture, qui est inhérente à l'homme, insérée dans les rapports sociaux.

Tout autre est l'appréhension de la culture lors de la création en France du ministère des Affaires culturelles, dont les missions sont fixées dans le décret du 24 juillet 1959 : « [...] *rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de Français ; assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel, et favoriser la création des œuvres de l'art et de l'esprit qui l'enrichissent* ». Cette conception a pu être qualifiée d'élitiste, en réduisant le champ de la culture à celui des « Beaux-Arts », et en introduisant une vision hiérarchique dans les modes de transmission d'une culture légitime ainsi que le souligne Antoine Compagnon lors d'un colloque célébrant le cinquantième du ministère de la Culture et de la Communication : « *Une conception élevée de la culture se tenait derrière ces mots, celle de la culture cultivée, non pas toutes les œuvres mais les œuvres essentielles. Et l'on insistait avec force sur la qualité nationale, française, des œuvres en question, dont il s'agissait d'assurer la diffusion ou de soutenir la création.* » (Barnavide Saint-Pulgent, 2010, p. 27). Cependant tout en restant sur le terrain de la politique culturelle, force est de constater que cette conception de la « culture cultivée » a évolué au cours du temps, le ministère en charge de la culture élargissant peu à peu son champ d'action. Ainsi, les enquêtes réalisées au sein du ministère de la Culture sur « Les pratiques culturelles des

Français » ont, dès leur origine en 1973, dépassé la sphère de la « culture cultivée ».

Sous l'influence notamment de Joffre Dumazedier, l'un des pionniers des études sur les loisirs, le choix d'Augustin Girard et de son équipe au Service des Études du ministère a été « *l'élargissement du champ culturel à nombre d'activités de loisir (bricolage, sorties, consommation de la nature, pratiques de sociabilité, etc.) jusque-là dissociées des pratiques culturelles traditionnelles comme s'il s'agissait de deux univers étanches...* » afin de mettre en évidence les interrelations qui unissent ces différentes pratiques (Barbier-Bouvet, 1978). Avec les innovations technologiques qui ont touché ces dernières décennies un grand nombre de pratiques culturelles, et en particulier avec « la révolution numérique », le champ de la culture pris en compte par les pratiques culturelles de Français de 2008 s'est encore élargi, « [...] *pour se rapprocher de plus en plus de l'entertainment dont la culture, en France notamment, aime à se départir... Pour l'essentiel des nouvelles générations, l'accès à la culture légitime ne se dissocie pas de la possession des appareils numériques leur permettant d'accéder à tout type de contenus* » (Donnat, 2010, p. 11).

Cette analyse des pratiques culturelles en ce début du XXI^e siècle ne constitue en réalité qu'une étape dans l'évolution du concept au cours des 50 dernières années, évolution déjà pressentie par Jack Lang au début des années 1980 lorsqu'il annonçait à l'Assemblée nationale : « Tout est culturel », depuis la fréquentation des musées jusqu'aux arts de la table ou la mode, en passant par les arts de la rue, ou par Augustin Girard lorsqu'en 1978 il évoquait le rôle des industries culturelles : « *Sans qu'en aucune façon la voie*

ouverte par l'« action culturelle » des quinze dernières années soit reniée ou fermée, il serait intéressant qu'elle s'articule davantage avec le jeu des médias et des industries culturelles. La difficulté est certes grande de jouer avec des techniques de masse, qui ont leurs fatalités anti-culturelles, mais il n'y a probablement pas d'alternative si ceux qui ont vocation à être les gardiens de la culture veulent élargir leurs contacts avec la grande part de la population. Des formules nouvelles sont à inventer, appuyées sur des techniques nouvelles... » (Girard, 1978, p. 603).

Il semblerait cependant que l'on arrive aujourd'hui à un tournant dans cette évolution du champ culturel. En effet, s'il paraît inévitable de dépasser les limites de la culture légitime et de donner toute leur place aux nouveaux outils permettant d'accéder plus facilement, plus rapidement, et à moindre coût aux produits culturels, il ne faudrait pas non plus tomber dans l'excès inverse et considérer que tout ce qui transite par Internet est culture, la culture étant alors définie, en référence à une approche sociologique des arts fondée sur le concept d'action collective (Becker, 1988, Péquignot, 2009) comme *« quelque chose de fondamentalement social. Cela concerne la mise en relation avec d'autres personnes... Lorsque les gens consomment de la culture... Ils consomment en partie de la culture. Mais majoritairement, ils consomment cette idée de mise en relation, et c'est cela principalement qui excite les gens à propos des œuvres de la créativité »* (Cowen, 2008, p. 263). En effet, le fait d'assister à un spectacle ou d'aller voir une exposition est à même de créer une communion entre les spectateurs, de favoriser les échanges, mais cette mise en relation porte sur un contenu bien défini. Le fait en soi d'utiliser Internet ou de se connecter sur Facebook ne peut être

considéré pour lui-même comme culturel sous le seul prétexte qu'il y a mise en relation entre plusieurs personnes, encore faut-il qu'il s'agisse d'un vecteur facilitant l'accès aux œuvres ou libérant une nouvelle créativité : « *Une des caractéristiques les plus importantes de ce phénomène [les contenus auto-édités numériques (CAEN)] et qui rend l'appréhension parfois malaisée et source d'illusions, est justement son caractère multiforme. Quels contenus sont des contenus auto-édités numériques ? Un article sur saint Augustin dans Wikipédia, comme une vidéo de beuverie sur Dailymotion ?...* » (Le Diberder, 2009, p. 49). Il ne faut pas mettre sur un même pied d'égalité contenus et tuyaux.

Entre ces deux extrêmes que sont la culture légitime ou cultivée et le « Tout est culture », et en restant en prise avec la société et ses évolutions, notamment technologiques, la démarche de l'économiste se veut beaucoup plus empirique, pragmatique, au risque de manquer d'envergure ou de panache. Son objet d'étude, le champ culturel, s'est construit étape par étape, et n'a pas prétention à l'universalité mais à être compatible avec une démarche et des instruments de la science économique. Il convient d'ailleurs de souligner que la science économique ne s'est intéressée que relativement tardivement au champ de la culture. En effet, lorsque l'économie s'est constituée en tant que discipline scientifique à la fin du XVIII^e siècle, avec le courant classique, son objet était d'étudier la relation entre l'Homme et les marchandises fabriquées par l'homme. C'est ainsi que pour Adam Smith, considéré souvent comme le père fondateur de la science économique, la culture devait être considérée comme « bien public » et renvoyait à la morale, ou à la politique, étant source d'humanisation des comportements des individus, pouvant

avoir des vertus en termes d'éducation, voire en termes de divertissement au sens noble du terme, c'est-à-dire comme valeur contribuant à apporter un mieux-être psychologique et une ouverture aux autres.

Un siècle plus tard, Alfred Marshall soutient que « *la demande de biens artistiques reste à part car celui qui consomme de plus en plus de musique l'apprécie de plus en plus, et en demandera donc de plus en plus* » (Greffé, 2010, p. 3), ce qui est contraire au principe de l'utilité marginale décroissante. On est davantage sur le terrain de la passion, et quelques années plus tard, Gary Becker évoquera le concept d'« addiction positive ».

Keynes, quant à lui, très proche des milieux artistiques et intellectuels, aborde le secteur artistique de manière pragmatique en intervenant directement ou indirectement dans les modalités de financement public du spectacle vivant, ou d'achats d'œuvres d'art, mais sans élaborer de théories économiques relatives à ce secteur.

Au même moment, Schumpeter mène une véritable réflexion sur le secteur artistique, qui est probablement aujourd'hui la plus porteuse, à partir des concepts d'innovation et de créativité. Pour lui, la véritable création est celle qui peut être définie comme le passage d'une norme à une autre norme, et il distingue la créativité économique de la créativité artistique : « *Là où la créativité économique passe souvent par une modification des distributions de probabilité existantes, la créativité artistique rend obsolète toute distribution de probabilité préexistante* » (Greffé, 2010, p. 3).

Il faudra attendre les années 1960 pour que le secteur des arts et de la culture fasse l'objet d'une véritable analyse écono-

mique avec l'ouvrage de Baumol et Bowen mettant en lumière la quasi-impossibilité pour les secteurs artistiques d'être soumis aux seules lois du marché (Baumol, Bowen, 1966). Cette analyse, érigée ensuite au statut de loi, « la loi de Baumol », est souvent considérée comme le point de départ de l'économie de la culture, et a orienté pendant longtemps les débats sur le financement des biens culturels. On peut d'ores et déjà souligner que ces réflexions portaient sur un champ restreint de la culture, assimilée aux beaux-arts, qui constituaient à cette époque, le cœur de la culture dite « légitime ».

À la demande de la Fondation Ford qui s'étonnait des difficultés financières croissantes rencontrées par les grands orchestres américains et compagnies de comédies musicales de Broadway qui étaient proches de la faillite, les deux auteurs vont appliquer au secteur du spectacle vivant l'analyse du modèle de croissance à deux secteurs, le secteur « productif » à forts gains de productivité et le secteur « improductif » ne bénéficiant pas de tels gains de productivité, et ranger le spectacle vivant dans cette seconde catégorie. Ainsi l'exécution d'un quatuor à cordes demande autant de musiciens et de temps qu'au XIX^e siècle par exemple, ce qui implique, pour les secteurs artistiques, et plus particulièrement le spectacle vivant, une croissance incompressible de leurs coûts relatifs dans le temps, alors que les autres secteurs de l'économie connaissent des gains de productivité leur permettant de réduire leurs prix, augmenter les salaires et les profits. Comme cette montée des coûts relatifs du spectacle vivant peut difficilement se répercuter sur le prix des billets, au risque d'entraîner une désaffection des spectateurs, et donc une baisse des recettes, il ne reste que la possibilité de réduire les charges de ces entreprises. Mais si cette réduction des charges passe par la