

State of the arts

Cultural policies: Mapping a field in reinvention Par Frédéric Martel*

Résumé – Abstract

Cet article tente de décrire la situation de la «politique culturelle» à un moment de réinvention fondamentale. La transition numérique a métamorphosé la culture, mais les politiques de la culture tardent à s'adapter à cette nouvelle donne. A partir d'une recension des principaux ouvrages et études publiés ces dernières années, l'article décrit cette mutation fondamentale de la politique culturelle du fait de la transition digitale, mais s'intéresse aussi aux autres mutations en cours, depuis la montée en puissance des industries culturelles jusqu'à la question de la diversité culturelle, sans oublier la transition écologique. En fin de compte, l'article constate un élargissement de la notion de «politique culturelle» et décrit ses différentes – et nouvelles – composantes actuelles: la politique artistique, l'économie de la culture et les industries culturelles bien sûr, mais aussi la politique digitale et la régulation des plateformes; la nouvelle philanthropie; l'éducation artistique; l'algorithmie; les villes créatives; les réseaux sociaux; les start-ups culturelles; la diplomatie culturelle; la classe créative; le soft power etc. Ce faisant, cette approche élargie de la «politique culturelle» peut contribuer à une nouvelle réflexion sur le rôle des acteurs publics et privés et la place des artistes dans une société digitale. (Janvier 2020)

Mots clés – Keywords

politique culturelle; art; créativité; innovation; régulation; industries culturelles; numérique; politique numérique

* Frédéric Martel est professeur (économies créatives) à l'Université des arts de Zurich, ZHdK. Il est le directeur du Zurich Center for Creative Economies (ZCCE) de l'université ZHdK. Il est l'auteur d'une dizaine de livres, dont *De la Culture en Amérique*, *Mainstream* et *Smart*. Il anime chaque semaine sur France Culture l'émission «Soft Power», magazine des industries créatives et du numérique (Radio France).

Abstract

This article attempts to describe the state of “cultural policy” at a time of fundamental reinvention. While the digital transition has transformed culture, cultural policies have adapted only slowly to this new reality. Reviewing the main work and studies published in recent years, the article describes this fundamental shift in cultural policy as a result of the digital transition. It also looks at other ongoing changes, from the rise of the cultural industries to cultural diversity, not forgetting the ecological transition. Ultimately, the article observes a broadening of the notion of “cultural policy” and describes its different — and new — components: arts policy, the economy of culture and of course the cultural industries, digital policy and platform regulation; new philanthropy; arts education; algorithmics; creative cities; social networks; cultural start-ups; cultural diplomacy; the creative class; soft power, etc. This widened approach to “cultural policy” contributes to reconsidering the role of public and private actors and the place of artists in a digital society. (January 2020)

Keywords

cultural policy; art; creativity; innovation; regulation; cultural industries; digital policy

* Frédéric Martel is professor of creative economies at Zurich University of Arts (ZHdK) and the director of the Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) at ZHdK. He is the author of ten books, including *De la Culture en Amérique*, *Mainstream* and *Smart*. He hosts the weekly radio programme "Soft Power", devoted to the creative and digital industries, on France Culture (Radio France Group).

Introduction

La « politique culturelle » a longtemps été définie comme la politique publique en faveur de l'art. Selon les mots célèbres d'André Malraux, écrivain et premier ministre de la Culture français, la politique culturelle et le ministère qui lui était dédié devaient avoir pour mission « de rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de Français, d'assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel, et de favoriser la création des œuvres de l'art et de l'esprit qui l'enrichissent » (Malraux, 1959). Peu après, en 1965, le gouvernement américain choisit, lui aussi, de créer une agence culturelle fédérale, le National Endowment for the Arts qui vise également à protéger « l'art qui est le plus précieux héritage de la nation [car] c'est dans nos œuvres d'arts que nous révélons à nous mêmes, et aux autres, la vision intérieure qui nous guide en tant que nation. Et quand il n'y a pas de vision, le peuple périt » (Loi NEA, voir: Martel, 2006)¹.

Dans les deux cas, comme ce fut vrai également dans d'autres pays à la même période (Durrer/Miller/O'Brien, 2019), le gouvernement intervient directement ou indirectement pour financer les arts avec ce double souci de « rendre accessible » ou de « protéger » la culture, et de le faire au service de l'intérêt national (Feder/Katz-Gero, 2015). Cette dimension nationale, sinon patriotique, fut au cœur même des politiques culturelles: c'est encore le cas aujourd'hui, par exemple à travers les débats récurrents sur « l'identité nationale » ou l'« exception culturelle » (Martigny, 2016).

Pour « publiques » et « nationales » qu'elles fussent, les politiques culturelles ont connu toutefois, alors même qu'elles commençaient à se développer, des inflexions majeures dans ces deux termes (Rosenstein, 2019). D'une part, la politique culturelle a été élargie précocement aux activités conduites, au-delà des seuls gouvernements et des États centraux, par les collectivités locales, à tous les niveaux administratifs existants (länder en Allemagne; États, counties et villes aux États-Unis; régions, départements, agglomérations et villes en France etc.). Bientôt, elle a été pensée plus largement encore jusque dans ses interactions avec l'éducation, la diplomatie et la politique de la ville ou même à travers les actions menées par les philanthropes et les mécènes, voire par les entreprises.

Si le caractère de politique « publique » ne reflète plus qu'imparfaitement l'ampleur et l'ambition des politiques culturelles, leur dimension « nationale » non plus. C'est au niveau européen, sinon international (G7, G20, OCDE, OMC), que sont imaginées aujourd'hui les régulations des géants de l'Internet par exemple.

Introduction

“Cultural policy” has long been defined as public policy for the benefit of art. In the famous words of André Malraux, the French writer and prime minister of French culture, the mission of cultural policy and the ministry dedicated to it was “to make the principal works of humanity, and first and foremost those of France, accessible to the greatest possible number of French people, to ensure the widest possible audience for our cultural heritage, and to encourage the creation of the works of art and the spirit which enrich it” (Malraux, 1959). Soon afterwards, in 1965, the US government also founded a federal cultural agency, the National Endowment for the Arts, which also sought to protect art, “a nation’s most precious heritage. For it is in our works of art that we reveal to ourselves, and to others, the inner vision which guides us as a nation. And where there is no vision, the people perish” (NEA Act, see: Martel, 2006).

In both cases, as was the case in other countries at the same time (Durrer, Miller & O'Brien, 2019), a government intervened directly or indirectly to fund the arts with the twofold concern to “make accessible” or “protect” culture, and to do so in the national interest (Feder & Katz-Gero, 2015). This national, if not patriotic, dimension stood at the heart of cultural policies: it remains central, for instance, through the recurrent debates on “national identity” or “cultural exception” (Martigny, 2016).

Although “public” and “national,” and even as they began to develop, cultural policies underwent major inflections (Rosenstein, 2019). On the one hand, cultural policy was extended early on to activities pursued, beyond governments and central states, by local authorities at all existing administrative levels (Länder in Germany; states, counties and cities in the United States; regions, departments, agglomerations and cities in France, etc.). Soon, cultural policy was conceived of even more broadly, in its interactions with education, diplomacy and city policy, or through the actions of philanthropists and patrons of the arts, or even those of businesses

If “public” policy now only imperfectly reflects the scope and ambition of cultural policies, neither does their “national” dimension. It is at the European, if not the international level (G7, G20, OECD, WTO) that the measures for regulating the internet giants are conceived of today, for instance.

À cela, il faut bien sûr ajouter la prise en compte de l'économie de marché par les politiques culturelles. Historiquement réticentes à considérer les industries culturelles dans leur dimension artistique, les acteurs des politiques publiques de la culture se les sont appropriées, initialement pour les réguler, ensuite pour favoriser l'économie, l'emploi, l'attractivité ou le tourisme, enfin pour tenter de bénéficier de leur « soft power ». Peu à peu, les industries de contenus sont donc apparues comme une dimension centrale des politiques culturelles.

Par ailleurs, le numérique est venu, depuis la fin des années 1990, transformer radicalement sinon les politiques culturelles, du moins la culture. Les acteurs publics et privés ont dû s'adapter à cette nouvelle donne. Une part importante des travaux des chercheurs se situent désormais dans ce domaine.

Cet élargissement du concept de politique culturelle (Bennett, 2019), la prise en compte des industries culturelles, la formidable transition numérique en cours et la globalisation de la culture (Durrer, 2019b) ont donc contribué à l'extension des champs académiques de cette discipline qui, ancrée originellement dans les sciences sociales, se nourrit également ou s'étend désormais à la science politique, l'économie, le droit, les « media studies », l'anthropologie ou même le management (Durrer/Miller/O'Brien, 2019). Peu à peu, et alors même que le monde de l'art et des artistes était en train de changer radicalement, la politique culturelle est devenue, tout en empruntant ses références aux autres sciences sociales, une discipline à part entière.

Si le caractère de politique « publique » ne reflète plus qu'imparfaitement l'ampleur et l'ambition des politiques culturelles, leur dimension « nationale » non plus. C'est au niveau européen, sinon international (G7, G20, OCDE, OMC), que sont imaginées aujourd'hui les régulations des géants de l'Internet par exemple.

To this must of course be added the consideration given to the market economy by cultural policies. Historically reluctant to consider the artistic dimension of the cultural industries, public cultural policy actors have appropriated these industries, first to regulate them, later to promote the economy, employment, attractiveness or tourism, and finally in an attempt to benefit from their "soft power." Thus, the content industries have gradually emerged as a central dimension of cultural policies.

Moreover, since the end of the 1990s, digital technology has radically transformed, if not cultural policies, then at least culture. Both public and private actors have had to adapt to this new situation. Much important research is now situated in this field.

This widening of the concept of cultural policy (Bennett, 2019), the attention given to the cultural industries, the formidable digital transition underway and the globalisation of culture (Durrer, 2019b) have thus helped expand the academic fields within this discipline which, originally rooted in the social sciences, is now also being nurtured or extended to political science, economics, law, media studies, anthropology or even management (Durrer, Miller & O'Brien, 2019). Gradually, while the world of art and artists was undergoing radical change, cultural policy, drawing on other social sciences, has become a discipline in its own right.

I – Des politiques culturelles nationales en mutation.

À peine était-elle imaginée comme champ d'intervention, définie comme discipline ou rattachée à un secteur d'activité économique à part entière, la politique culturelle s'est donc trouvée affectée par des transformations aussi majeures que rapides. Avant même la grande « disruption » du numérique et d'Internet dans le secteur culturel, à partir de la fin des années 1990 (Martel, 2014), la culture a été transfigurée par le développement des industries culturelles et créatives, la mondialisation des contenus, le « soft power », alors même que de nombreuses études suggéraient déjà les « ratés » de ces jeunes politiques culturelles en terme de pratiques, de participation et d'éducation artistique.

L'articulation entre l'État, le secteur à but non lucratif et le marché fut – et demeure – un thème central de la réflexion sur la politique culturelle, parfois nourri par les travaux majeurs des philosophes (Nussbaum, 2010; Sandel, 2012). Le « bon » niveau d'intervention publique (Fédéral, État, Régions, Départements, Counties, Villes etc.) fait l'objet de nombreux travaux (Rosenstein, 2018), de même que la définition des missions précises de l'État: financement et subventions, fiscalité et déduction fiscale, régulation et certification, ou simple évaluation.

L'avènement d'une dimension « industrielle » dans le champ culturel est ancien (Starr, 2004) et il a fait l'objet de critiques dès ses origines. L'École de Francfort, par exemple, qui a défini l'expression « industrie culturelle » (*kulturindustrie*), qu'ils préféraient à celle de « culture de masse », en a proposé une critique radicale (Adorno/Horkheimer, 1947; Adorno/Horkheimer, 1972; Benjamin, 1935; Throsby, 2001). En étant produite à grande échelle, et de manière industrielle, la culture aurait perdu son « aura » – cette argumentation forte a contribué à séparer durablement le monde de l'art de celui de l'économie, du moins en Europe où cette distinction a fait école, notamment face à l'industrie américaine du divertissement. Ce débat complexe est venu se superposer à celui opposant la politique culturelle publique du marché, celle-ci étant assimilée abusivement à l'entertainment ou à la culture de masse, celle-là à l'art (Pratt, 2009). Cette manière de penser n'est plus pertinente aujourd'hui quand les dimensions économiques des domaines de l'art, y compris les arts visuels et le spectacle vivant, sont mieux connues, alors que les dimensions artistiques des industries culturelles sont valorisées – et, ce faisant, les deux domaines se rejoignent. Et forment un secteur culturel à part entière.

I – National cultural policies in transformation.

Barely ever imagined as a field of intervention, defined as a discipline or affiliated with a sector of economic activity in its own right, cultural policy has therefore been affected by both major and rapid transformation. Even before the great “disruption” of the cultural sector following the rise of digital technology and the internet from the late 1990s (Martel, 2014), culture had been transformed by the developing cultural and creative industries, by the globalisation of content and by “soft power,” despite many studies already suggesting that these fledgling cultural policies had “failed” in terms of practices, participation and artistic education.

The articulation between the state, the non-profit sector and the market has been — and remains — a key issue in cultural policy thinking, at times informed by major philosophical works (Nussbaum, 2010; Sandel, 2012). The “right” level of public intervention (federal, state, regions, départements, counties, cities, etc.) is the subject of much work (Rosenstein, 2018), as is defining the exact mission of the state: funding and subsidising, taxation and tax deduction, regulation and certification, or mere evaluation.

The advent of an “industrial” dimension in the cultural field is a long-established (Starr, 2004) and has been criticised since its beginnings. The Frankfurt School, for instance, which defined the term “cultural industry” (*Kulturindustrie*), and preferring it to “mass culture,” proposed a radical critique (Adorno & Horkheimer, 1947; Adorno & Horkheimer, 1972; Benjamin, 1935; Throsby, 2004). Large-scale, industrial production, so the Frankfurt School, meant that culture lost its “aura” — this powerful argument has contributed to permanently separating art and economics, at least in Europe where this distinction has become a school of thought, particularly in the face of the American entertainment industry. This complex debate has superimposed itself on that opposing public cultural policy and the market, the former being falsely assimilated to entertainment, the latter to art (Pratt, 2009). This way of thinking is no longer relevant now that the economic dimensions of the fields of art, including the visual and performing arts, are better known and greater value is attached to the artistic dimensions of the cultural industries — the two fields thus coming together to form a cultural sector in its own right.

Relues à l'aune de l'histoire de la culture de masse depuis la guerre, de l'influence du cinéma américain et des réalités économiques et culturelles contemporaines, ces analyses post-marxistes, ancrées dans les débats anti-totalitaires des années 1940 et 1950, frappent aujourd'hui autant « par la force de leurs intuitions que par leur myopie » (Traverso, 2012). Si elles demeurent intéressantes pour l'époque, elles témoignent d'un aveuglement idéologique et, en fin de compte, d'un conservatisme, par exemple sur le jazz (Adorno, 1932; Adorno, 1936), la photographie (Pratt, 2009) ou le cinéma (De Baeque/Chevallier, 2012).

Les critiques d'Adorno, Horkheimer ou Benjamin furent en tout cas prémonitoires. Depuis les années 1970, les travaux sur les industries créatives et culturelles se sont multipliés: ils attestent de la montée en puissance des conglomerats médias et d'entertainment et, dans le cas américain, de leur tendance hégémonique. De nombreux chercheurs ont su analyser les nouvelles caractéristiques de ces industries de contenus, d'une manière globale (Auletta, 1997; Caves, 2000; Throsby, 2001) ou selon les secteurs concernés: dans le cinéma (Balio, 1986; Epstein, 2005; Stewart, 2005; Price, 2008; Epstein, 2010), la musique (Dannen, 1991; Rossman, 2012), la télévision (Blumenthal/Goodenough, 2006; Edgerton/Jones, 2008), comme dans l'édition (Epstein, 2001; Borsuk, 2018) et même le spectacle vivant et le théâtre commercial (Baumol/Bowen, 1966; Rich, 1998).

Avant même l'arrivée d'Internet, ces chercheurs ont tenté de décrire des industries qui n'avaient plus rien à voir avec l'âge d'or des « studios » ou des « majors » du disque. Ainsi de la globalisation de la culture (Miller/Govil/McMurria/Maxwell, 2001), de l'importance de l'innovation (Pratt, 2009), du rôle du « prototype » qui distingue les industries de contenus des autres industries (Peters, 2016), de la centralité du « content » et de la valeur que représente le copyright (Caves, 2000), de l'impératif de régulation (Einstein, 2004; Rosenstein, 2019), de la montée en puissance du phénomène des blockbusters (Shone, 2004; Stewart, 2005) ou encore de l'atténuation du « star system » classique avec le rôle accru des agences de talent (Epstein, 2010). En s'intéressant au fonctionnement des « majors » de la musique, des « studios » de cinéma ou de jeux vidéo, des groupes éditoriaux et plus généralement des conglomerats médias, ces chercheurs ont décrit la nouvelle organisation des industries de contenus entre structures capitalistes dominantes et structures satellites – « imprints », « labels » ou « specialized units » – très autonomisées voire indépendantes (Balio, 1986; Auletta, 1997; Biskind, 1998; Pratt, 2009; Martel, 2010). Pour une large part, les détenteurs des moyens de production, ces géants qui possèdent ces industries de contenu, n'ont aujourd'hui qu'une influence limitée sur les

Reread in light of the post-war history of mass culture, the influence of American cinema and contemporary economic and cultural realities, these post-Marxist analyses, rooted in the anti-totalitarian debates of the 1940s and 1950s, strike us today as much “by the strength of their intuitions as by their short-sightedness” (Traverso, 2012). They remain interesting despite — and even thanks to — their ideological blindness and ultimately their conservatism, for instance, about jazz (Adorno, 1932; Adorno, 1936), photography (Pratt, 2009) or cinema (De Baeque/Chevallier, 2012).

The critiques of Adorno, Horkheimer or Benjamin, whatever their substantive relevance, were premonitory. Since the 1970s, studies on the creative and cultural industries have proliferated: they attest to the rise of media and entertainment conglomerates and, in the American case, to their hegemonic tendency. Many researchers have analysed the new characteristics of these content industries, either globally (Auletta, 1997; Caves, 2000; Throsby, 2004) or by sector: cinema (Balio, 1986; Epstein, 2005; Stewart, 2005; Price, 2008; Epstein, 2010), music (Dannen, 1991; Rossman, 2012), television (Blumenthal & Goodenough, 2006; Edgerton & Jones, 2008), publishing (Epstein, 2001; Borsuk, 2018) and even live performance and commercial theatre (Baumol & Bowen, 1966; Rich, 1998).

Even before the rise of the internet, this research tried to describe industries no longer having anything to do with the golden age of “studios” or “majors” in the record industry. It also explored the globalisation of culture (Miller, Govil, McMurria & Maxwell, 2001), the importance of innovation (Pratt, 2009), the role of the “prototype,” which distinguishes content industries from others (Peters, 2016), the centrality of “content” and the value represented by copyright (Caves, 2000), the imperative of regulation (Einstein, 2004; Rosenstein, 2019), the growing power of blockbusters (Shone, 2004; Stewart, 2005) and the attenuation of the classic “star system” with the increased role of talent agencies (Epstein, 2010). By investigating the functioning of music “majors,” film or video game “studios,” publishing groups and, more generally, of media conglomerates, this research has described the new organisation of the content industries between dominant capitalist structures and satellite structures — “imprints,” “labels” or “specialised units” — which have become very autonomous or even independent (Balio, 1986; Auletta, 1997; Biskind, 1998; Pratt, 2009; Martel, 2010). To a large extent, the owners of the means of production, the giants owning these content industries, now exercise only limited influence on the content produced. They have become banks and as such more interested in financial results than in “content.” The “studios,” no longer centralised (as in Hollywood's golden age), are decentralised and operated as “projects.” One

contenus produits. Ils sont devenus des banques qui s'intéressent aux résultats financiers plus qu'au « content ». Les « studios » ne sont plus centralisés (comme à l'âge d'or d'Hollywood) mais battis sur un « mode projet », décentralisés, comme le confirment par exemple les relations entre le japonais Sony et son studio Sony Pictures ou le français Universal et sa branche musicale américaine – une « déliaison » qui vient contredire une partie des postulats de l'École de Francfort (Pratt, 2009; Martel, 2010). Enfin, dans la lignée de la « nouvelle vague » et des Cahiers du cinéma en France dès les années 1950, de nombreux chercheurs, à rebours des jugements pessimistes des auteurs de l'École de Francfort et d'une partie importante de l'élite européenne, ont montré l'indéniable créativité, la spectaculaire innovation et le projet artistique de ces industries de contenus contemporaines (Johnson, 2005; Martel, 2010). Et, ce faisant, ils ont également montré le rapport original que ces industries entretiennent avec le secteur à but non lucratif américain, et notamment l'écosystème universitaire (UCLA, USC, Tisch School/NYU, CalArts etc).

Ces travaux sont particulièrement nombreux sur les industries de contenus aux États-Unis, mais ils existent également dans de nombreux pays, comme par exemple en Inde (Bose, 2007; Grimaud, 2003), au Japon (Iwabuchi, 2002), en Chine (Durrer/Miller/O'Brien, 2019), en Corée (Hong, 2014), au Royaume-Uni et en Australie (Durrer/Miller/O'Brien, 2019), aux Pays-Bas (Compendium of Cultural Policies & Trends) ou encore en Suisse (Gerig/Sondermann/Weckerle, 2008) ce qui pourrait confirmer des tendances globales. En définitive, les critiques d'Adorno et Horkheimer portaient sur un modèle d' « industrie culturelle » qui n'existe plus aujourd'hui, ni aux États-Unis, ni dans la plupart des pays européens.

Parallèlement à cette montée en puissance des industries culturelles et créatives, de nouveaux travaux se sont attachés à étudier l'impact de ce secteur dans l'économie générale et son influence internationale. Pour discutables qu'ils puissent être – et ils furent d'ailleurs critiqués –, les ouvrages de Richard Florida sur la « creative class » ont eu le mérite de montrer l'importance de la « culture » et des industries créatives dans le développement économique et la vitalité des villes américaines (Florida, 2002) ou au niveau européen (Taylor/Davies/Wells/Gilbertson/Tayleur, 2015) ou international (Florida, 2005; Glaeser, 2012). Aujourd'hui, les maires des grandes villes globalisées et les gouvernements de nombreux pays (et jusqu'à Xi Jinping en Chine) pensent la culture en terme d'attractivité, de tourisme et d'influence, c'est à dire en termes de diplomatie culturelle et donc de « soft power ». À l'âge numérique, ces travaux seront approfondis par toute une génération de chercheurs sur les « smart cities » et les « villes créatives ».

example is the relationship between the Japanese company Sony and its studio Sony Pictures or the French company Universal and its American music branch — the resulting “delinking” contradicts some of the postulates of the Frankfurt School (Pratt, 2009; Martel, 2010). Finally, in line with the “new wave” and the Cahiers du cinéma in France since the 1950s, much research, contrary to the pessimistic judgments of the Frankfurt School and a large part of the European elite, has indicated the undeniable creativity, spectacular innovation and artistic project of today's content industries (Johnson, 2005; Martel, 2010). It has thus also revealed the original articulation that these industries maintain with the American non-profit sector, most of all with the university ecosystem (UCLA, USC, Tisch School/NYU, CalArts etc).

While the US content industries have attracted much research, many other countries have also been studied, including India (Bose, 2007; Grimaud, 2003), Japan (Iwabuchi, 2002), China (Durrer, Miller & O'Brien, 2019), Korea (Hong, 2014), the United Kingdom and Australia (Durrer, Miller & O'Brien, 2019), the Netherlands (Compendium of Cultural Policies & Trends) or Switzerland (Gerig, Sondermann & Weckerle, 2008) — potentially confirming global trends. Ultimately, Adorno's and Horkheimer's critiques focused on a model of the “cultural industry” no longer existing today, neither in the United States nor in most European countries.

In parallel with the growing significance of the cultural and creative industries, recent studies have examined the impact of this sector on the wider economy and its international influence. However questionable — and criticism has abounded — Richard Florida's work on the “creative class” deserves credit for demonstrating the importance of “culture” and the creative industries for the economic development and vitality of American cities (Florida, 2002), as well as at the European (Taylor, Davies, Wells, Gilbertson & Tayleur, 2015) or international level (Florida, 2005; Glaeser, 2012). Today, the mayors of major globalised cities and the governments of many countries (including Xi Jinping in China) think of culture in terms of attractiveness, tourism and influence, i.e. in terms of cultural diplomacy and hence “soft power.” In the digital age, this work will be further pursued by a whole generation of researchers studying “smart cities” and “creative cities.”

On doit à l'universitaire et ancien ministre américain Joseph Nye d'avoir imaginé le concept de «soft power», appelé à un bel avenir (Nye, 2004). Cette idée néo-gramscienne sera élargie par la suite autour du «smart power», à la fois pour tenir compte de la question d'Internet, et pour affiner une analyse qui compte à la fois des éléments d'influence «soft» mais aussi, parfois, et entremêlés, certaines dimensions de contrainte «hard» (Nye, 2011). Dans la lignée de ces travaux, certains auteurs ont pu prolonger la réflexion dans une perspective de diplomatie culturelle (Weckerle, 1999; Henze/Wolfram, 2014; Ang/Raj Isar, 2016; Fregonese, 2019) ou de diplomatie tout court (Zakaria, 2008; Khanna, 2008; Power, 2019). En fin de compte, qu'elle soit infra-locale ou globale, la politique culturelle existe à toutes les échelles.

L'investissement massif dans la culture depuis les années 1980, tant par les gouvernements (comme par exemple en France) ou par les philanthropes et le secteur à but non lucratif grâce à des déductions fiscales consenties par l'État (par exemple aux États-Unis), ne s'est toutefois pas traduit par une amélioration décisive des pratiques culturelles sur la même période. Dès les années 1960, des travaux majeurs avaient montré les difficultés de la tâche (Bourdieu, 1964; Bourdieu, 1979), lesquels ont été confirmés depuis par les études sur les pratiques culturelles tant en France (Donnat, 2009), en Europe (Weckerle, 1994; Falk/Katz-Gero, 2016; Katz-Gero, 2017; KEA, 2019) qu'aux États-Unis (Martel, 2006; Novak-Leonard/Reynolds/English/Bradburn, 2015; Rosenstein, 2019). Certains auteurs, qui se sont nourris des discussions plus générales sur l'efficacité des politiques publiques (Osborne/Gaebler, 1992), ont pu analyser à cette aune le secteur culturel (Urfalino, 1996; Grand, 2016).

Par conséquent, après ce constat d'échec, une partie des réflexions sur les politiques culturelles se sont finalement attachées à repenser la question au point de départ: l'éducation. Les travaux sont nombreux dans ce domaine de l'éducation artistique et de la «participation», que ce soit en fonction de l'âge ou des milieux sociaux, ou en termes de pratiques amateurs ou d'«outreach». Un important défi pour le futur sera le développement de formations et de curriculum universitaires pour former les professionnels de l'éducation artistique et pour repenser les modèles d'enseignement de la culture en interaction avec les évolutions du secteur culturel, ses politiques et les modèles économiques des artistes. Un autre défi sera celui des pratiques amateurs et de ce qu'on appelle aux États-Unis «social practices» et ailleurs «art participatif», «art collaboratif» ou «collective art practices» (Bourriaud, 1998; Kester 2011; Jackson, 2011; Bishop, 2012). Un aggiornamento paraît ici inévitable surtout depuis l'avènement d'Internet.

We owe the concept of “soft power,” whose future is bright, to Joseph Nye, the American political scientist and former foreign policy adviser (Nye, 2004). This neo-Gramscian idea was later extended to “smart power,” to account for the internet and to refine an analysis including not only elements of “soft” influence but also, sometimes, and intertwined, certain dimensions of “hard” constraint (Nye, 2011). In line with this work, some authors have further reflected on these concepts from a cultural diplomacy (Weckerle, 1999; Henze & Wolfram, 2014; Ang & Raj Isar, 2016; Fregonese, 2019) or from a purely diplomatic perspective (Zakaria, 2008; Khanna, 2008; Power, 2019). Ultimately, whether sub-locally or globally, cultural policy exists at all levels

The massive investment in culture since the 1980s, both by governments (e.g. France) and by philanthropists and the non-profit sector thanks to state tax deductions (e.g. the United States), has not, however, decisively improved cultural practices over the same period. From the 1960s, major studies have highlighted the difficulties of the task at hand (Bourdieu, 1964; Bourdieu, 1979). Their findings have since been confirmed by studies on cultural practices in France (Donnat, 2009), Europe (Weckerle, 1994; Falk & Katz-Gero, 2016; Katz-Gero, 2017; KEA, 2019) and the United States (Martel, 2006; Novak-Leonard, Reynolds, English & Bradburn, 2015; Rosenstein, 2019). Some authors, drawing on the broader discussions on public policy effectiveness (Osborne & Gaebler, 1992), have analysed the cultural sector in this light (Urfalino, 1996; Grand, 2016).

Consequently, after observing this failure, part of the research on cultural policies eventually began rethinking the issue from its origins: education. This area of arts education and participation has attracted much work, whether it explores age or social background, amateur practices or “outreach.” One important challenge for the future will be to develop university training and curricula in order to train arts education professionals and to rethink the models of cultural education in terms of their interaction with the evolving cultural sector, its policies and the economic models of artists. Another challenge will be amateur practices and what, in the United States, are called “social practices” and elsewhere “participatory art”, “collaborative art” or “collective art practices.” (Bourriaud, 1998; Kester 2011; Jackson, 2011; Bishop, 2012). Modernisation seems inevitable, especially since the advent of the internet.

II – Les politiques culturelles à l'âge numérique

Dire que la culture a connu une importante « disruption » du fait du numérique depuis les années 2000 serait un euphémisme. Tous les secteurs de la culture ont été, à des degrés divers, transformés par l'arrivée d'Internet. Cette mutation fondamentale concerne tant les modes de production que les modes de diffusion, de communication et de marketing de la culture, mais aussi les pratiques du public, sa capacité d'attention et la concurrence sur son temps de loisir disponible, ou encore le jugement des critiques – et jusqu'au futur des institutions artistiques qui semblaient les moins susceptibles d'être affectées par la transition numérique comme les musées ou les ballets (Giridharadas, 2014; Lohr, 2014). Il s'agit d'une transformation radicale, sans doute la plus importante qu'ait connue l'art et la culture depuis leur « reproductibilité technique » (Negroponte, 1995; Bauman, 2002; Schmidt/Cohen, 2013). Ce qui est nouveau: l'obsolescence d'une approche nationale ou seulement publique de la culture d'une part; la multiplication des liens qu'entretient la culture avec les pratiques économiques et le marché d'autre part; et enfin le renforcement des deux phénomènes précédents par la transition numérique (Martel, 2014). Voici le monde dans lequel nous entrons.

Depuis les années 2000, la politique culturelle connaît donc dans la plupart des pays occidentaux une métamorphose, bien que ses acteurs aient durablement hésité à se remettre en cause ou que les chercheurs aient tardé à proposer des modèles alternatifs. Pourquoi ? Pour une large part, l'idée qui a longtemps prévalu chez les responsables des politiques culturelles publiques, dans les fondations ou même dans le secteur des industries culturelles et les médias, était une méfiance, sinon un rejet, du numérique. On a d'abord voulu croire que ce serait une mutation passagère, ou qui ne serait pour la culture qu'un épiphénomène. Puis, à mesure que la transition numérique s'affirmait et s'installait dans la durée, l'enjeu fut de contrôler ou de réguler Internet pour « protéger » la culture. Et ainsi, certaines industries – en tout premier lieu la musique – ont perdu de précieuses années.

Si ces attitudes de méfiance ou de rejet restent encore prégnantes aujourd'hui, des pans entiers de la culture ont fait leur mue numérique et de nombreux acteurs, souvent plus jeunes, ont défendu des positions positives vis-à-vis d'Internet. Le web a été pensé en termes d'opportunités, non plus seulement en terme de menaces. On assiste même depuis à des tentatives de « refondation » de la politique publique pour tenir compte du numérique (Lescure, 2013; Davies, 2016c) même si, pour l'heure, les nouveaux modèles stables tardent à émerger et à être définis.

II – Cultural policies in the digital age

Saying that culture has experienced significant “disruption” due to digital technology since the 2000s would be an understatement. All cultural sectors have, to varying degrees, been transformed by the arrival of the internet. This fundamental transformation concerns both the modes of production and the modes of dissemination, the communication and marketing of culture, but also the practices of the public, its attention span and competition for available leisure time, or the judgment of critics — and even the future of those arts institutions which seemed least likely to be affected by the digital transition, such as museums or ballets (Giridharadas, 2014; Lohr, 2014). This transformation is radical, perhaps the most important which art and culture have undergone since their “technical reproducibility” (Negroponte, 1995; Bauman, 2002; Schmidt & Cohen, 2013). What is new: the obsolescence of a national or solely public approach to culture on the one hand; the multiplication of the links between culture and economic practices and the market on the other; and finally the strengthening of the two previous phenomena by the digital transition (Martel, 2014). This is the world we are entering.

Since the 2000s, cultural policy in most western countries has thus metamorphosed, despite its actors hesitating to question themselves or researchers being slow to propose alternative models. Why is this so? To a large extent, the prevailing idea among those responsible for public cultural policies, in foundations or even in the cultural industries and media, was a mistrust, if not a rejection, of digital technology. The transformation was initially believed to be temporary, no more than an epiphenomenon of culture. Then, as the digital transition became more assertive and long-term, the challenge was to control or regulate the internet, in order to “protect” culture. As a result, some industries — first and foremost music — lost precious years.

While this mistrust or rejection still prevails today, entire sections of culture have gone digital and many actors, often younger ones, have maintained a positive stance towards the internet. The web has been thought of in terms of opportunities, not just threats. Since then, there have even been attempts to “refund” public policy, in order to take account of the digital environment (Lescure, 2013; Davies, 2016c) — even if, for the time being, new stable models are slow to emerge and be defined.

It is therefore interesting to review the principal studies on digital technology, as they relate to cultural policies, and, in this very broad and evolving field, to attempt to provide some guidelines

Il est donc intéressant de passer ici en revue les principaux travaux publiés sur la question numérique, dès lors qu'ils ont un rapport avec les politiques culturelles, et, dans ce champ très vaste en transformation, de tenter d'en faire apparaître des lignes directrices.

Aux origines d'Internet

Dès le départ, il est intéressant de signaler que plusieurs travaux qui s'inscrivent dans une perspective historique et retracent la naissance d'Internet, ou de ses acteurs, ont insisté sur l'importance et l'influence de l'art et de la culture dans cette innovation majeure. Cette dimension peut être étudiée sous deux angles : en retraçant les innovations digitales qui ont été portées par des figures contre-culturelles, par exemple les hippies dans la Silicon Valley et en décrivant celles qui ont été faites par des « créatifs » autant que par des scientifiques (Levy, 1984; Himanen, 2001; Turner, 2006; Blais/Ippolito, 2006; Martel, 2014).

Dans la même veine, plusieurs travaux ont montré le rôle de la politique publique dans la genèse de la révolution numérique, que ce soit par le biais de financements directs ou indirects, via les universités de recherche (Brand, 1987; Etkowitz, 2002; Moss, 2011; Mazzucato, 2013; Martel, 2014). L'imbrication avec les télécommunications a également été étudiée (Blum, 2012). Enfin, l'éthique hacker, qui s'est construite en opposition à « l'éthique protestante du capitalisme », a fait l'objet de travaux intéressants (Himanen, 2001; Lallement, 2015).

Plus largement, certains chercheurs ont mis en évidence le fait que l'innovation et la créativité étaient au cœur du processus numérique ou du développement des services digitaux, ce qui le rapprochait donc de la culture au sens large. Pour toutes ces raisons, le secteur du numérique et les acteurs de l'Internet ont été peu à peu assimilés au domaine des « industries culturelles et créatives » (ICC) et ses acteurs intégrés au cœur même de la « classe créative » (Florida, 2005; Blais/Ippolito, 2006). On comprend mieux de ce fait comment les termes du débat ont changé et sont passés, dans les discours et les politiques publiques depuis les années 1960, d'une discussion axée sur l'art à une discussion centrée sur les industries culturelles, avant de l'être dans les années 1990 sur « les industries créatives » et enfin, dans les années 2000, sur « l'économie créative » (Throsby, 2001; Pratt, 2009; Policy Research Group, 2013).

At the origins of the internet

It is worth noting, from the outset, that several works adopting a historical perspective and tracing the birth of the internet, or of its actors, have highlighted the importance and influence of art and culture within this major innovation. This dimension can be studied from two angles: by retracing the digital innovations introduced by counter-cultural figures, for instance, the hippies in Silicon Valley, and by describing those developed by “creative people” as much as by scientists (Levy, 1984; Himanen, 2001; Turner, 2006; Blais & Ippolito, 2006; Martel, 2014).

Along the same lines, several studies have illustrated the role of public policy in the genesis of the digital revolution, whether through direct funding or through indirect funding, via research universities (Brand, 1987; Etkowitz, 2002; Moss, 2011; Mazzucato, 2013; Martel, 2014). The overlap with telecommunications has also been studied (Blum, 2012). Finally, the hacker ethic, construed in opposition to the “Protestant ethic of capitalism,” has been the subject of interesting work (Himanen, 2001; Lallement, 2015).

More broadly, some researchers have highlighted that innovation and creativity lie at the heart of the digital process or the development of digital services, thus bringing it closer to culture in the broadest sense. Hence, the digital sector and internet actors have gradually been assimilated into the “cultural and creative industries” (CCI) and its actors integrated into the core of the “creative class” (Florida, 2005; Blais & Ippolito, 2006). As a result, we now better understand how the terms of the debate have changed and shifted in public discourse and policy since the 1960s, from a discussion centred on art to one centred on cultural industries, before moving in the 1990s on to « the creative industries » and finally, in the 2000s, the « creative economy » (Throsby, 2001; Pratt, 2009; Policy Research group, 2013).

Une partie intéressante des travaux publiés ces dernières années concerne l'analyse de la grande transformation de la production du « content » à l'âge numérique. Hier, les contenus culturels étaient des « produits culturels » (cultural goods); en l'espace de deux décennies, ils sont devenus des flux, des streams, des formats, des services, du « content ». Ce passage des produits physiques aux services immatériels est une mutation considérable (Epstein, 2010; Martel, 2014). Ce faisant, en passant des industries aux services, il a également imposé une évolution des concepts: des « industries créatives » à l' « économie créative ».

L'analyse des processus de production des industries culturelles et créatives, qui intègrent désormais le secteur numérique, s'en est trouvée fortement renouvelée. Réapparaissent dans ce processus de production des éléments propres aux industries créatives en général (expérimentation, R&D, prototype, prise de risque, importance du « content », articulation major/start-up, fonctionnement en projets, économie du copyright etc.). Mais de nouveaux aspects ont été agrégés, comme le mode d'organisation en start-up, le droit à l'échec, la socialité, la scalabilité, la participation, le crowdfunding, la customization, la sérendipité, la neutralité du web, l'open source, les pures-players etc. (Martel, 2014). Une importante littérature existe sur cette mutation décisive, bien qu'elle ait eu tendance, du fait de sa nouveauté, à se diffuser d'abord sous la forme d'études, de rapports officiels ou d'articles académiques plus que d'ouvrages (Jallet, 2017; Berger, 2018).

Bien sûr, les dynamiques de ce secteur capitaliste ont fait également l'objet de critiques, en particulier dans la dimension hégémonique des GAFA. Leur puissance reste d'ailleurs sous-estimée, comme le montre par exemple Amazon dont l'hégémonie se situe moins dans son réseau de distribution physique, pourtant déjà impressionnant, que dans son « cloud » dématérialisé – un mot que la société de Jeff Bezos a contribué à populariser en lançant, dès 2006, son Elastic Compute Cloud ou EC2. Aujourd'hui, Amazon Web Services, le service de stockage de données dans plus d'un million de serveurs connectés entre eux et en temps réel, constitue le premier cloud au monde (Gilder, 2006; Kakutani, 2013; Stone, 2013). Les particuliers ont accès gratuitement à Amazon Cloud Drive pour stocker leurs documents, images, sons et vidéos (le service est payant au-delà de 5 Go). Quant aux professionnels, ils utilisent des capacités de stockage illimitées, au point que Netflix et Dropbox, pourtant des concurrents, et même le jeu vidéo Fortnite ou la célèbre National Security Agency (NSA), ont recours aux serveurs d'Amazon Web Services. À cela, il faut bien sûr ajouter

An interesting part of the work published in recent years has analysed the major transformation of the production of “content” in the digital age. Cultural content once meant “cultural goods”; within two decades, it came to mean streams, flows, formats, services and “content.” This shift, from physical products to intangible services, marks a considerable change (Epstein, 2010; Martel, 2014). The shift from industries to services also imposed a conceptual shift: from the “creative industries” to the “creative economy”.

The analysis of production processes in the cultural and creative industries, which now include the digital sector, has experienced a strong revival. Elements specific to the creative industries in general (experimentation, R&D, prototyping, risk-taking, the importance of “content,” the major/start-up interface, project-based operation, copyright economics, etc.) have begun reappearing in this production process. But new aspects have been aggregated, including the start-up organisational mode, the right to fail, sociality, scalability, participation, crowdfunding, customisation, serendipity, the neutrality of the web, open source, pure players, etc. (Martel, 2014). While an important body of literature concerns this decisive shift, it has tended, due to its novelty, to first appear in form of studies, official reports or academic articles rather than books (Jallet, 2017; Berger, 2018).

Of course, the dynamics of this capital-intensive sector have also been criticised, particularly the hegemony of the GAFA. Their power is still underestimated, as the case of Amazon shows, for example, whose hegemony lies less in its already impressive physical distribution network than in its dematerialised “cloud” — a word that Jeff Bezos' company helped popularise by launching its Elastic Compute Cloud (EC2) in 2006. Today, Amazon Web Services (AWS), enabling real-time data storage in over a million interconnected servers, is the world's first cloud (Gilder, 2006; Kakutani, 2013; Stone, 2013). Private individuals have free access to Amazon Cloud Drive to store documents, images, sounds and videos (usage above 5 GB is subject to charge). Professional users have access to unlimited storage capacities, to the point that Netflix and Dropbox, although competitors, and even the video game Fortnite or the famous National Security Agency (NSA), use AWS servers. We must of course add digital cultural distribution activities (Amazon Prime, Amazon Music Unlimited, Kindle), “marketplace” activities bringing together millions of independent sellers (e.g. of second-hand books) and actual content production (self-publishing, TV series, etc.), all of which give Amazon an important competitive advantage in the cultural field. Such hegemony makes abusing a dominant position inevitable — and

les activités de distribution culturelle numérique (Amazon Prime, Amazon Music Unlimited, Kindle), celles de « market place » qui agrègent des millions de vendeurs indépendants (par exemple pour les livres de seconde main) et la production de contenus propres (auto-édition, séries télévisées etc.), toutes choses qui donnent à Amazon un avantage concurrentiel important dans le domaine culturel. Les abus de position dominante sont inévitables avec une telle hégémonie – et d’ailleurs actuellement scrutés ou déjà sanctionnés par des régulateurs américains ou européens. En fin de compte, ces infrastructures spectaculaires d’Amazon, combinées à celles de Google, Apple ou Microsoft, accompagnent l’avènement de la culture dématérialisée: non plus l’achat de « produits » culturels mais le seul usage de « services » par abonnement illimité via le cloud.

Certains auteurs ont tenté une critique d’ensemble des industries culturelles comme « marchandises », parfois avec une certaine artificialité (Boltanski/Chiapello, 1999; Boltanski/Esquerre, 2019): si ces ouvrages ont eu le mérite de tenter de saisir les « nouvelles formes du capitalisme » et d’en renouveler la critique, « critique artiste » et « critique sociale » mêlées, elles ne s’appuyaient pas nécessairement sur une connaissance fine des subtilités des secteurs créatifs étudiés.

Les pratiques

S’agissant des pratiques culturelles à l’âge numérique, celles-ci ont connu depuis le début des années 2000 une transformation profonde dont on peine, encore aujourd’hui, à mesurer tous les effets – et ce d’autant plus que nous sommes encore au cœur de cette longue disruption.

De nouvelles tendances ont émergé dans les pratiques de consommation culturelle, parmi lesquelles on peut signaler, sans chercher à être exhaustif, celles qui s’appuient sur de nouveaux usages (la participation, le collaboratif, le multitasking, les échanges peer to peer, le binge watching, la playlist, la viralité), celles qui bénéficient de nouvelles technologies (le streaming, l’OTT, le replay, le podcast et l’écoute à la demande), celles, enfin, qui s’élaborent à partir de nouveaux modèles économiques (l’abonnement illimité) – bien qu’il soit encore difficile de dire si ces tendances vont être transitoires ou plus pérennes. (Activate Technology & Media Outlook, 2020, prédit une forte progression du streaming et des abonnements illimités).

is being scrutinised or already sanctioned by US or European regulators. Ultimately, Amazon’s spectacular infrastructures, combined with those of Google, Apple or Microsoft, go hand in hand with the rise of dematerialised culture: no longer the purchase of cultural “products” matters, but the sole use of unlimited subscription-based cloud “services.”

Some authors have attempted to critique the cultural industries wholesale as “commodities,” at times somewhat artificially (Boltanski & Chiapello, 1999; Boltanski/Esquerre, 2019): while these works have attempted to grasp the “new forms of capitalism” and to renew its critique, blending “artist critique” and “social critique,” they have not necessarily relied on a detailed knowledge of the subtleties of the investigated creative sectors.

Practices

Since the early 2000s, cultural practices in the digital age have undergone profound transformation, whose effects are still difficult to measure today, especially since we still find ourselves amid this long disruption.

New trends have emerged in cultural consumption, including, without attempting to be exhaustive, practices involving new usages (participation, collaboration, multitasking, peer-to-peer exchanges, binge watching, playlist, virality), those benefiting from new technologies (streaming, OTT, replay, podcasting and on-demand listening) and those based on new business models (unlimited subscription) — it is, however, still difficult to determine whether these trends will be transitory or more enduring (Activate Technology & Media Outlook, 2020, predicts strong growth in streaming and unlimited subscriptions).

Ces évolutions affectent les artistes, le public mais également les établissements culturels qui se sont eux-mêmes lancés de leur côté, dans une transformation à l'heure digitale : par exemple la San Francisco Symphony a fait précocement du numérique sa priorité avec une plateforme dédiée, des podcasts, des concerts online, une chaîne YouTube, un MOOC, une web-radio, des jeux vidéo, un site expérimental à visée pédagogique (sorte de Khan Academy pour la musique classique) et, bien sûr, un chef d'orchestre, le communicatif Michael Tilson Thomas, qui est omniprésent sur les réseaux sociaux. De nombreux autres exemples existent, depuis la « timeline » active de l'histoire de l'art du MET jusqu'aux plateformes d'éducation artistique pour les écoles du Chicago Symphony Orchestra. Dans tous les cas, les institutions culturelles tentent d'engager une « conversation » avec leurs publics (Levere, 2015; Giridharadas, 2014).

D'une manière générale, les consommateurs traditionnellement passifs sont devenus plus actifs : ils « participent », réagissent et commentent sur les réseaux sociaux, aiment tel ou tel contenu – ou pas (Peters, 2016). Ils partagent même du « contenu » massivement, parfois en marge de la légalité (Peters, 2016). Le « multitasking » est un phénomène également bien étudié (Activate Technology & Media Outlook, 2020). On sait également que les plus gros consommateurs de culture en ligne, ceux que certaines sociétés de conseils appellent les « Super Users », et qui sont souvent les plus jeunes, les plus éduqués et qui appartiennent à des catégories sociales élevées, se révèlent être aussi ceux qui sortent le plus fréquemment à des événements « live » à l'extérieur ; particulièrement loyaux, ils sont encore les plus susceptibles de faire des dons aux artistes qu'ils aiment (Activate Technology & Media Outlook, 2020).

Le streaming, qui a été rendu possible par la connexion permanente des ordinateurs, des tablettes et des smart-phones, par le développement de « clouds » de plus en plus puissants, rapides et de moins en moins chers, et par l'augmentation des débits avec l'avènement de la 3G, la 4G et bientôt la 5G, semble appelé à s'inscrire dans la durée (Peters, 2016; Ruparelia, 2016). Son corollaire, l'abonnement payant illimité, popularisé dans la musique par Spotify (ainsi que par Deezer, Tidal, Apple Music, Amazon Music Unlimited, Qobuz et dans une moindre mesure Pandora), dans le secteur du cinéma et de la télévision par Netflix, et désormais dans le jeu vidéo (Twitch, Stadia, abonnements PlayStation ou Xbox, et maintenant Apple et Google) ou le livre (Amazon Prime, Scribd ou Oyster), constitue une mutation également majeure (Wu, 2013; Keating, 2013; Auletta, 2014). Face à Netflix, les principaux conglomérats de l'entertainment s'organisent et devraient disposer d'offres propres rapidement : Disney+ vient d'être lancé,

These evolutions affect artists, the public but also cultural institutions which have transformed themselves in the digital age: the San Francisco Symphony, for example, prioritised digital technology early on by launching a dedicated platform, podcasts, online concerts, a YouTube channel, a MOOC, a web-radio, video games, an experimental site serving an educational purpose (a sort of Khan Academy for classical music) and, of course, a conductor, the communicative Michael Tilson Thomas, who is omnipresent on social networks. Many other examples exist, from the MET's active art history "timeline" to the Chicago Symphony Orchestra's arts education platforms for schools. Throughout, cultural institutions are seeking to engage in a "conversation" with their audiences (Levere, 2015; Giridharadas, 2014).

Traditionally passive consumers have generally become more active: they "participate," react and comment on social networks, liking this or that content — or not (Peters, 2016). They even share "content" on a massive scale, sometimes on the fringes of legality (Peters, 2016). "Multitasking" is also a much-studied phenomenon (Activate Technology & Media Outlook, 2020). As is widely known, the largest consumers of online culture, those some consultancies call "super users," who are often the youngest, most educated users from higher social categories, also prove to most frequently attend live events outside the comfort of their homes; particularly loyal, they are most likely to donate to the artists they love (Activate Technology & Media Outlook, 2020).

Streaming, enabled by permanently connected computers, tablets and smartphones, by the development of increasingly powerful, fast and cheaper "clouds," and by increasing speeds with the advent of 3G, 4G and soon 5G, seems set to continue (Peters, 2016; Ruparelia, 2016). Its corollary, unlimited paid subscription, popularised in music by Spotify (as well as by Deezer, Tidal, Apple Music, Amazon Music Unlimited, Qobuz and, less so, Pandora), in the film and television sector by Netflix, and now in video games (Twitch, Stadia, PlayStation or Xbox subscriptions, and now Apple and Google) or books (Amazon Prime, Scribd or Oyster), also constitutes a major change (Wu, 2013; Keating, 2013; Auletta, 2014). Confronted with Netflix, the main entertainment conglomerates are getting organised and should soon have offerings of their own: Disney+ has just been launched, including certain programmes from the ABC network; an HBO Max platform will be launched (as an extension of HBO Now); another project exists within the Warner Media group (part of AT&T), which includes the CNN and CW networks, and thus HBO, as well as Warner Bros; a new platform is being planned at Paramount/CBS (as an extension of CBS All Access); similarly, a project known as Peacock is

incluant certains programmes du network ABC; une plateforme HBO Max sera lancée (en prolongement de HBO Now); un autre projet existe au sein du groupe Warner Media appartenant à AT&T, qui inclut les réseaux CNN, CW, et donc HBO, ainsi que le studio Warner Bros; une nouvelle plateforme est en projet chez Paramount/CBS (en prolongement de CBS All Access); de même, un projet connu sous le nom de Peacock est en finalisation chez NBC-Universal; enfin, il n'est pas à exclure, que le japonais Sony (Sony Pictures, Sony Music, Columbia etc.) développe son service, bien qu'il ne dispose pas de network télévisé aux États-Unis. En terme de pratiques, il demeure une interrogation sur la capacité des ménages à multiplier les abonnements à ces services «verticaux» si les contenus ne sont disponibles que sur une plateforme dédiée. Certains analystes prédisent que la SVoD se développera parallèlement à des services moins ambitieux et qui s'appuieront sur la publicité.

Dans la musique, l'offre reste au contraire «horizontale» (Spotify, Apple Music, Deezer), les majors n'ayant pas réussi à imposer leurs «verticales». On peut également noter, dans ce secteur, et contrairement au cinéma ou à la télévision, la place singulière des GAFA: Apple Music, Google Play Music, YouTube Premium et Amazon Music Unlimited ont une importante part de marché dans le secteur, mais le leader reste l'européen Spotify, alors que les «indépendants» n'arrivent pas à s'imposer (Pandora, Qobuz et Tidal sont en difficultés; SoundCloud est dynamique mais reste sur un marché de niche).

Dans tous les cas se pose la question des monopoles, bien qu'on puisse distinguer de «bons» ou de «mauvais» monopoles: Netflix ou Spotify ont le projet d'offrir tous les contenus, indépendamment des studios ou des majors qui les produisent; Disney veut créer un environnement fermé; les GAFA luttent contre toute concurrence pour des raisons liées, en partie, au retour d'investissement de leur actionariat

being finalised at NBC-Universal. Finally, it cannot be ruled out that Sony, the Japanese company (Sony Pictures, Sony Music, Columbia, etc.), may develop its own service, despite not owning a television network in the United States. Regarding practices, whether households will be able to multiply subscriptions to these “vertical” services if content is only available on a dedicated platform still needs to be investigated. Some analysts predict that SVoD will develop in parallel with services both less ambitious and less likely to attract a large number of subscribers, who will find their model via AVoD (i.e. “advertising video on demand”). Hulu and Peacock are already developing such a dual model.

In music, on the contrary, offerings remain “horizontal” (Spotify, Apple Music, Deezer), the majors having failed to impose their “verticals.” We can also note, in this sector, and contrary to cinema or television, the singular position of the GAFAs: Apple Music, Google Play Music, YouTube Premium and Amazon Music Unlimited hold a significant market share in the sector, whose leader remains Spotify's European playlist, while the “independents” are unable to impose themselves (Pandora, Qobuz and Tidal are struggling; SoundCloud is dynamic but remains in a niche market). Throughout, the question of monopolies arises, although we can distinguish “good” from “bad” monopolies: Netflix or Spotify are planning to offer all content, regardless of producer (studios or majors); Disney intends to create a closed environment; the GAFA are fighting all competition for reasons partly to do with their shareholders' return on investment.

L'écoute à la demande (délinéarisée) est un autre phénomène transversal, que ce soit pour la télévision ou la radio: le replay et le podcast s'imposent, sauf pour les grands événements « live » (sport, The Voice, Academy Awards, Arab Idol etc.) ou malgré quelques rares contre-exemples (plateforme Pluto.tv de Viacom). L'importance prise par les playlists dans le secteur de la musique illimitée, qui remplacent l'album et les LP/EP de l'époque, est également intéressante. En revanche, la sortie en une seule fois de la saison entière d'une série télévisée, modèle expérimenté par Netflix à ses débuts, et qui a favorisé le « binge watching », est contredit par d'autres stratégies. Ainsi, le phénomène Games of Thrones, avec une sortie différée de chaque épisode et un succès au long cours, apparaît comme un autre modèle économique pour fidéliser le public sur des offres d'abonnements illimitées en streaming.

En fin de compte, Internet et les réseaux sociaux contribuent à modifier la hiérarchie culturelle, parfois renversée upside-down par le numérique, ou, à tout le moins, fragmentée et individualisée – une sorte de « flexible individualization of taste » (Poprawski, 2015). De nombreux chercheurs ont montré l'atténuation de la distinction entre culture populaire et culture de l'élite – une rupture qui aurait eu lieu aux États-Unis entre les lois Johnson sur l'immigration, en 1965, et la décision « Bakke » de la Cour Suprême autour de la diversité culturelle, en 1978 (Dworkin, 1978; Wood, 2003; Schuck, 2003; Martel, 2006). Depuis, comme une riche bibliographie l'illustre, ce mouvement de fond majeur contribue à casser les hiérarchies (ou du moins à les fragmenter et les démultiplier) et, à rebours ici encore des idées de l'école de Francfort, à légitimer toutes les formes d'art en envisageant la dimension artistique d'Hollywood ou de Broadway, mais aussi de toutes les musiques – disco, électro ou rap inclus –, de la bande dessinée, le jeu vidéo, les mangas, les séries télévisées, le design (industriel et interactif), l'architecture et jusqu'aux graffitis et tatouages (Crossick/Kaszynska, 2016). Il en va de même pour tout le secteur de la publicité qui n'est plus cantonné dans le « pay » – le commerce et les régies – mais redécouvre sa part créative, avec le « own » et le « earn », et remet en son centre la création de contenus. Les frontières entre art et entertainment s'étiolent. Ce mouvement qui n'est plus guère contredit s'étend également aux cultures régionales, à certaines formes d'artisanat ou à la mode et contribue à élargir continuellement la notion de culture et sa définition.

On-demand (delinearised) listening is another transversal phenomenon, whether for television or radio: replay and podcasting are essential, except for major “live” events (sports, The Voice, Academy Awards, Arab Idol, etc.) or despite a few rare counter-examples (Viacom's Pluto.tv platform). The importance of playlists in the unlimited music sector, now replacing the time-honoured album and LP/EP, is also interesting. On the other hand, the one-off release of the entire season of a TV series, a model experimented with by Netflix in its early days and which favoured “binge watching,” is contradicted by other strategies. For example, Games of Thrones, involving delayed release of each episode and long-term success, appears to be another business model for building audience loyalty through unlimited streaming subscription offers.

Overall, the Internet and social networks contribute to modifying cultural hierarchy, at times turned upside down by digital technology, or at least fragmented and individualised — a kind of “flexible individualization of taste” (Poprawski, 2015). Much research has shown the blurring of the distinction between popular and elite culture — a break which is said to have occurred in the United States between President Johnson's immigration laws, enacted in 1965, and the Supreme Court's “Bakke” decision on cultural diversity in 1978 (Dworkin, 1978; Wood, 2003; Schuck, 2003; Martel, 2006). Ever since, as a comprehensive bibliography illustrates, this major groundswell is contributing to breaking down hierarchies (or at least to fragmenting and multiplying them) and, yet again at odds with the ideas of the Frankfurt School, to legitimising not only all forms of art, by considering the artistic dimension of Hollywood or Broadway, but also all kinds of music — including disco, electro or rap — as well as comics, video games, manga, TV series, design (industrial and interactive design), architecture and even graffiti and tattoos (Crossick/Kaszynska, 2016). The same applies to the entire advertising sector, no longer confined to “pay” — commerce and advertising agencies — but rediscovering its creative side, through “own” and “earn,” and once again focusing on creating content. The boundaries between art and entertainment are fading. This movement, now barely contradicted, also extends to regional cultures, certain crafts or fashion, and contributes to continuously expanding the notion of culture and its definition.

On peut également faire l'hypothèse que le numérique parachève cette tendance de fond, rebattant toutes les cartes et brouillant tous les codes. Ici, les frontières entre art et technique s'atténuent. Désormais, les ingénieurs du code, programmeurs de logiciels ou créateurs de jeux vidéo sont fréquemment considérés comme artistes (Blais/Ippolito, 2006). Ainsi, la « culture geek » et l'« éthique hacker » apparaissent comme le trait d'union décisif entre l'art et les industries créatives – à la fois indépendants et souvent indissociables de l'industrie digitale, et qui emportent avec eux les derniers résidus de la définition traditionnelle de l'« art » (Levy, 1984; Himanen, 2001; Turner, 2006; Bradbury/O'Hara, 2019).

Smart-phone, réseaux sociaux et apps

Au-delà même du numérique et d'Internet, une autre transformation majeure du secteur culturel a eu lieu avec l'apparition d'un « device » original – le smart-phone. C'est peu dire que les industries créatives et culturelles ont été bouleversées depuis dix ans et l'apparition de l'iPhone le 29 juin 2007. Dans la foulée, les réseaux sociaux se développent, les « apps » deviennent centrales et la culture apparaît de plus en plus mobile. Comme avec le walkman et l'iPod, mais avec une puissance décuplée, c'est toute sa vie culturelle que l'on transporte désormais avec soi dans son smart-phone.

Aujourd'hui, dans ce nouveau monde connecté, on accède à Internet principalement par un smart-phone (à plus de 60 %) et essentiellement via une « app » : chacun d'entre nous dispose en moyenne de 27 « apps » sur son téléphone mais passe en moyenne 80 % de son temps sur seulement cinq d'entre elles – dont au moins une appartenant à Google (Google, Google Maps, Google Play Music, Waze, YouTube) et une autre à Facebook (Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp). On constate donc à la fois la domination du smart-phone dans l'accès aux contenus Internet et une concentration accrue des acteurs (selon les données sur les consommateurs américaines du Wall Street Journal/Activate Technology & Media Outlook 2016 et 2020).

We can also hypothesise that digital technology completes this fundamental tendency, reshuffling all maps and scrambling all codes. Here, the boundaries between art and technology are blurring. From this point on, code engineers, software programmers or video game creators are frequently considered artists (Blais & Ippolito, 2006). Thus, “geek culture” and the “hacker ethic” appear to be the crucial link between art and the creative industries – both independent and often inseparable from the digital industry, taking with them the final residues of the traditional definition of “art” (Levy, 1984; Himanen, 2001; Turner, 2006; Bradbury & O'Hara, 2019).

Smartphones, social networks and apps

Beyond digital technology and the internet, another major transformation of the cultural sector has occurred with the appearance of an original “device” – the smartphone. Saying that the creative and cultural industries have been turned upside down in the last ten years by the iPhone launching on 29 June 2007 would be an understatement. In its wake, social networks are developing, “apps” are becoming central and culture is becoming increasingly mobile. Similar to the Walkman and iPod, its output tenfold, however, the smartphone allows us to carry our entire cultural life with us.

Today, in this new, connected world, we access the internet mainly through a smartphone (over 60%) and essentially via “apps”: on average we have 27 “apps” on our phones but spend an average of 80% of our time on merely five – of which at least one belongs to Google (Google, Google Maps, Google Play Music, Waze, YouTube) and another to Facebook (Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp). This attests both to the dominance of the smartphone in accessing internet content and to increased concentration of actors (see US consumer data from the Wall Street Journal/Activate Technology & Media Outlook 2016 and 2020).

Il s'agit là d'un monde entièrement nouveau à décrypter pour le chercheur. Ses conséquences sur la sphère culturelle sont tout aussi décisives: certains auteurs se sont concentrés sur la question de la popularité et du branding des artistes ou des contenus culturels, sur la communication artistique sur les réseaux sociaux ou sur la nécessité de bien utiliser les techniques de marketing et d'optimisation de visibilité comme le SEO (Marantz, 2015; Jenkins/Green/Ford, 2013). D'autres ont mis en lumière les nouvelles pratiques artistiques liées aux réseaux sociaux (Paumgarten, 2014; Newton, 2016), l'usage massif de la culture en mobilité (Activate Technology & Media Outlook, 2020) ou ont montré l'émergence des nouveaux modèles économiques qui en découlent (Abbing, 2002; Martel, 2015; Erricojan, 2016; Davies, 2016b; Weckerle, 2018; Martel, 2018); d'autres encore se sont intéressés au modèle de rémunération des artistes via le streaming illimité (Erricojan, 2016), à la question du payant et de la gratuité (Anderson, 2006; Anderson, 2009), à la transformation de la télévision par les réseaux sociaux (Proulx/Shepatin, 2012), ou encore aux nouvelles interactions qui en découlent (Christakis/Fowler, 2009).

La prescription et la « smart curation »

La prescription culturelle évolue également qu'elle s'adresse à des consommateurs encore passifs (audience « lean-back ») ou plus actifs. Si la fragilisation ou même la « mort » de la critique culturelle traditionnelle est bien documentée (Rosenbaum, 2011; Widmer/Kleesattel, 2018), les nouvelles prescriptions sont encore à décrypter. Les systèmes de « notation » et de « likes » prennent le relais, quoique très imparfaitement. Le fait que ces recommandations – et toute discussion critique sur la valeur d'une œuvre – soient désormais globales est une autre évolution aux conséquences significatives (Martel, 2014).

Dans une perspective critique, on peut noter la multiplication des travaux sur les algorithmes qui ne sont pas nécessairement agnostiques, contrairement à ce que leurs programmeurs peuvent parfois prétendre (Cardon, 2015; Peters, 2016; Gasser, 2019; Jean, 2019). L'algorithme de Spotify a été particulièrement étudié (Pasick, 2015; Finn, 2018), ainsi que celui de Netflix, avec ses 76 897 « micro-genres » (Madrigal, 2014). Certains auteurs ont également mis en lumière des phénomènes de « bulles » qui tendent à maintenir les consommateurs dans leur « zone de confort » culturelle (Pariser, 2011). Ce genre d'analyse, parfois simpliste, a néanmoins fait l'objet de remise en cause ou d'approfondissement (Gasser, 2019). L'importance des données dans la prescription sur les réseaux sociaux n'en représente pas moins un phénomène décisif.

This is an entirely new world for researchers to decipher. Its consequences for the cultural sphere are just as decisive: some authors have focused on the popularity and branding of artists or cultural content, on artistic communication via social networks or on the need to make good use of marketing and visibility optimisation techniques such as SEO (Marantz, 2015; Jenkins, Green & Ford, 2013). Others have highlighted the new artistic practices linked to social networks (Paumgarten, 2014; Newton, 2016), the massive use of culture in mobility (Activate Technology & Media Outlook, 2020) or the emerging new economic models (Abbing, 2002; Martel, 2015; Erricojan, 2016; Davies, 2016b; Weckerle, 2018; Martel, 2018); yet others have focused on the model of remunerating artists via unlimited streaming (Erricojan, 2016), the question of paying-for and for-free (Anderson, 2006; Anderson, 2009), the transformation of television by social networks (Proulx & Shepatin, 2012), or the new, ensuing interactions (Christakis & Fowler, 2009).

Prescription and “smart curation”

Cultural prescription is also changing whether still-passive consumers (“lean-back” audience) or more active ones are targeted. While the weakening or even “death” of traditional cultural criticism is well documented (Rosenbaum, 2011; Widmer & Kleesattel, 2018), the new prescriptions have yet to be deciphered. “Scoring” and “liking” systems are taking over, albeit very imperfectly. The fact that these recommendations — and any critical discussion of a work's value — are now global is another development with significant consequences (Martel, 2014).

From a critical perspective, we may note the proliferating number of studies on algorithms, which are not necessarily agnostic, contrary to what their programmers sometimes claim (Cardon, 2015; Peters, 2016; Gasser, 2019; Jean, 2019). Spotify's algorithm has been much studied (Pasick, 2015; Finn, 2018), as has Netflix's, with its 76,897 “micro-genres” (Madrigal, 2014). Some authors have also highlighted “bubble” phenomena, which tend to keep consumers in their cultural “comfort zone” (Pariser, 2011). This type of analysis, sometimes simplistic, has nevertheless been questioned or deepened (Gasser, 2019). The importance of data in social network prescription remains a crucial phenomenon.

Dans une perspective plus positive, et un registre prospectif, des auteurs ont montré la complexité des goûts musicaux (Gasser, 2019), le rôle du réseau amical et des connaissances sur les choix culturels individuels (par exemple pour Facebook: Christakis/Fowler, 2009; ou sur Twitter: Bilton, 2013), ou la transformation de la télévision à l'âge de la « Social TV » (Proulx/Shepatin, 2012). D'autres auteurs ont prédit les évolutions futures de l'algorithmie (Christian/Griffiths, 2016), l'importance des données dans la prescription sur les réseaux sociaux (Standage, 2013) ou exploré les possibles bénéfices de l'utilisation des big datas pour les industries de contenus (Mayer-Schönberger/Cukier, 2013). Certains auteurs tentent de comprendre comment la « machine » peut apprendre, notamment en ce qui concerne la curation et les recommandations au temps du « machine learning » (Alpaydin, 2016; Kelly, 2016; Finn, 2018; Kelleher, 2019).

Au carrefour de ces différentes approches, le concept de « smart curation » permet d'offrir une perspective à la fois algorithmique (le « smart ») et humaine (la « curation »). Développée à l'université ZHdK (Martel, 2015; Widmer/Kleesattel, 2018), cette approche a le mérite d'offrir aux hommes une reprise en main de leur vie numérique et de retrouver leur place au cœur du processus créatif et de prescription. De nombreux outils de recommandation mettent en œuvre aujourd'hui des systèmes de multiples filtres de type « smart curation », par exemple les playlists « Discovery's Weekly » de Spotify: elles sont toutes « customisées » et s'appuient sur un triple filtre de recommandations algorithmées, d'influenceurs et avec une personnalisation (Pasick, 2015; Peters, 2016). La machine *plus* l'humain.

En définitive, la « critique » culturelle est en train de vivre une transformation radicale du fait de la montée en puissance des algorithmes, des influenceurs et de la curation.

La régulation

Face à ces mutations de grande ampleur, de nombreux auteurs techno-sceptiques ou carrément critiques – qu'ils se situent dans une inspiration libertarienne, post-marxiste, illibérale ou simplement « biélorusse » – ont dénoncé les risques de dérives ou les excès d'Internet (Auletta, 2009; Morozov, 2011; Turkle, 2012; Lanier, 2013; Turkle, 2015; Bratton, 2016; Taplin, 2017). De nouvelles problématiques ont également émergé en terme de régulation et d'éducation au numérique.

In a more positive, forward-looking perspective, some authors have illustrated the complexity of musical tastes (Gasser, 2019), the role of friend-to-friend networks and knowledge of individual cultural choices (e.g. on Facebook, see Christakis & Fowler, 2009; on Twitter, see Bilton, 2013), or the transformation of television in the age of “social TV” (Proulx & Shepatin, 2012). Other authors have predicted the future evolution of algorithmics (Christian & Griffiths, 2016) and the importance of data in social network prescription (Standage, 2013) or have explored the possible benefits of big data for content industries (Mayer-Schönberger & Cukier, 2013). Some authors have attempted to understand how “machines” learn, particularly regarding curation and recommendations in a time of “machine learning” (Alpaydin, 2016; Kelly, 2016; Finn, 2018; Kelleher, 2019).

At the crossroads of these different approaches, the concept of “smart curation” provides both an algorithmic (the “smart”) and a human (the “curation”) perspective. Developed at Zurich University of the Arts (Martel, 2015; Widmer & Kleesattel, 2018), this approach needs to be credited for offering us an opportunity to regain control of our digital lives and to re-establish ourselves at the heart of the creative and prescriptive process. Today, many recommendation tools implement multiple “smart curation” filters, for example, Spotify’s “Discovery’s Weekly” playlists: these systems are all “customised” and based on triply filtered algorithmic recommendations, influencers and customisation (Pasick, 2015; Peters, 2016). The machine *plus* the human.

Cultural “criticism” is radically transforming due to the rise of algorithms, influencers and curation.

Regulation

Faced with these large-scale changes, many techno-sceptical or downright critical authors – whether libertarian, post-Marxist, illiberalist or simply “Belarusian” – have denounced the risks of derivatives or internet excesses (Auletta, 2009; Morozov, 2011; Turkle, 2012; Lanier, 2013; Turkle, 2015; Bratton, 2016; Taplin, 2017). New problems have also emerged in terms of regulation and digital education.

Ces questions ne sont pas neuves: aux États-Unis même, le président Franklin Roosevelt avait, dès les années 1930, mis en œuvre des formes de régulation et de « fair competition » dans l'économie de marché et créé les grandes agences qui, près d'un siècle plus tard, continuent à réguler le secteur de la communication, notamment la Federal Communications Commission et la Federal Trade Commission (Starr, 2004; Einstein, 2004). La « fairness doctrine » de la FCC, mise en œuvre essentiellement entre 1949 et 1987, continue à être étudiée (Einstein, 2004). La direction « antitrust » du Department of Justice (DoJ) et la National Telecommunications & Information Agency (NTIA), qui dépend du ministère du Commerce, contribuent également à réguler les télécommunications et le numérique. Enfin, c'est la Cour Suprême qui a un rôle central pour protéger la vie privée et les données des Américains (décision très protectrice *Katz v. United States* en 1967 et décision moins favorable *Smith v. Maryland* en 1979), comme elle fut déjà active pour réguler l'industrie du cinéma et Hollywood (décision *United States v. Paramount Pictures* en 1948).

Autour de cette tradition américaine de régulation, un important débat existe aujourd'hui sur la nécessité de réguler les GAFAs, de protéger les données des utilisateurs ou de défendre le copyright. De nombreux travaux intéressent ici la politique culturelle, qu'ils soient généralistes (Lescure, 2013; Martel, 2014) ou propres à des questions ou secteurs particuliers: la reterritorialisation des données (Colin/Colin, 2013; Mayer-Schonberger/Cukier, 2013), le fonctionnement des algorithmes (Cardon, 2015; Oremus, 2016; Christian/Griffiths, 2016; Jean, 2019), l'antitrust (Reback, 2009), l'économie de l'attention (Citton, 2014), la transformation de l'édition (Borsuk, 2018), le commerce des livres par Amazon (Packer, 2014), l'économie de la presse (Cagé, 2015), la rémunération des données ou même la décélération des réseaux sociaux (Lanier, 2018; Colin, 2018; Léger, 2018). Une partie du débat sur le copyright à l'âge numérique se situe également dans cette lignée avec de nouvelles approches de lutte contre le piratage après l'échec des sanctions disproportionnées: seule une offre légale large, à des prix raisonnables, semble être réellement efficace (Lessig, 2004; Palfrey, 2011; Durrer/Miller/O'Brien, 2019).

These questions are not new: in the United States, President Franklin Roosevelt introduced, as early as the 1930s, forms of regulation and “fair competition” in the market economy and created the major agencies which, almost a century later, continue to regulate the communications sector. Most notable among these are the Federal Communications Commission and the Federal Trade Commission (Starr, 2004; Einstein, 2004). The FCC’s “fairness doctrine,” implemented chiefly between 1949 and 1987, continues to be studied (Einstein, 2004). The Antitrust Division of the Department of Justice (DoJ) and the National Telecommunications & Information Agency (NTIA), which is part of the Department of Commerce, also help to regulate telecommunications and digital technology. Finally, the Supreme Court plays a key role in protecting the privacy and data of Americans (see the highly protective ruling in *Katz v. United States* in 1967 and the less favorable one in *Smith v. Maryland* in 1979). It does so just as it previously regulated the film industry and Hollywood (e.g. *United States v. Paramount Pictures* in 1948).

Around this American tradition of regulation, an important debate exists today on the need to regulate the GAFAs, to protect user data or to defend copyright. Many of these studies are of interest to cultural policy, be they generalist (Lescure, 2013; Martel, 2014) or specific to particular issues or sectors: the reterritorialisation of data (Colin & Colin, 2013; Mayer-Schonberger & Cukier, 2013), the functioning of algorithms (Cardon, 2015; Oremus, 2016; Christian & Griffiths, 2016; Jean, 2019), antitrust (Reback, 2009), the attention economy (Citton, 2014), the transformation of publishing (Borsuk, 2018), Amazon’s book trading (Packer, 2014), the economy of the press (Cagé, 2015), data remuneration or even the deceleration of social networks (Lanier, 2018; Colin, 2018; Léger, 2018). In part, the debate on copyright in the digital age also aligns with new approaches to fighting piracy after the failure of disproportionate sanctions: only wide-scale, reasonably priced lawful offers seem to be truly effective (Lessig, 2004; Palfrey, 2011; Durrer, Miller & O'Brien, 2019).

Parallèlement, la « digital literacy » et l'éducation au numérique sont devenues des priorités pour enseigner l'esprit critique aux jeunes générations (et même à l'ensemble de la société) quant aux usages des réseaux sociaux, aux fake news (McIntyre, 2018), au narcissisme, à la vaine notoriété (Lanier, 2013) ou au « déluge » d'informations (Gleick, 2011). Déjà, de nombreuses bibliothèques, notamment aux États-Unis, ont fait de la « digital literacy » l'une de leurs priorités, sinon leur cœur de métier. On parle d'ailleurs outre-Atlantique de « BiblioTechs », ces nouvelles bibliothèques sans livres, financées par le ministère du commerce américain (NTIA), telles la Bexar County Digital Library à San Antonio au Texas, qui propose à ses usagers des e-readers, des ordinateurs et 10 000 ebooks – mais plus aucun livre papier. La « digital literacy » peut devenir une vraie politique éducative et artistique, si on la conçoit dans toutes ses acceptions: apprendre à « lire » le web, se former aux outils, enseigner la protection de la vie privée, valoriser le droit d'auteur, s'alphabétiser digitalement, apprendre à créer sur internet sous la forme de mashup ou d'hackaton par exemple (Cardon, 2019). Le « re-training » et la formation continue seront de plus en plus essentiels pour les artistes comme pour l'ensemble de la classe créative (KEA, 2019).

L'art numérique

Enfin, les politiques culturelles sont nécessairement concernées par l'élargissement de l'art, sous toutes ses formes, au numérique et à ce qu'on appelait encore récemment « new-media art ». L'art contemporain étant aujourd'hui intrinsèquement digital – le numérique intervenant souvent à un niveau ou un autre de la production artistique –, l'expression « art numérique » est devenue une sorte de pléonasmе. De fait, la frontière entre l'art et la technologie s'est considérablement estompée, l'interdisciplinarité devient la norme alors qu'un art « post-digital », déjà, s'annonce (Bourriaud, 1998; Stallabrass, 2003; Colson, 2007; Wands, 2007; Paul, 2008; Couchot/Hillaire, 2009; Aziosmanoff, 2010; Bishop, 2017).

Concurrently, digital literacy and digital education have become priorities in teaching young generations (and even society as a whole) to think critically thinking about the uses of social networks, fake news (McIntyre, 2018), narcissism, notoriety (Lanier, 2013) or the information “deluge” (Gleick, 2011). Many libraries, particularly in the United States, have already made digital literacy one of their priorities, if not their core business. On the other side of the Atlantic, there is talk of “BiblioTechs,” the new book-free libraries funded by the US Department of Commerce (NTIA). One example is Bexar County Digital Library in San Antonio, Texas, which offers its users e-readers, computers and 10,000 ebooks — yet no more printed books. Digital literacy can become a real educational and artistic policy if we understand its full range of meanings: among others, learning to “read” the web, tools training, teaching the protection of privacy, promoting copyright, becoming digitally literate or learning to create on the internet in form of mashups or hackatons (Cardon, 2019). Retraining and continuing education will become increasingly essential for artists and the creative class as a whole (KEA, 2019).

Digital art

Cultural policies are necessarily affected by the expansion of art, in all its forms, to digital technology and to what was until recently called “new media art.” As contemporary art is now intrinsically digital — digital technology often intervening at one level or another of artistic production — the expression “digital art” has become somewhat pleonastic. In fact, the boundary between art and technology has become considerably blurred. Interdisciplinarity is becoming the norm, with “post-digital” art already looming on the horizon (Bourriaud, 1998; Stallabrass, 2003; Colson, 2007; Wands, 2007; Paul, 2008; Couchot & Hillaire, 2009; Aziosmanoff, 2010; Bishop, 2017).

Une véritable écriture « numérique » est apparue, dont la diversité de codes, de formes et de langages est évidente (youtubers, booktubers, instagrammers, auteurs de podcasts, de posts, de tweets, de tutos, de MOOCs ou de formats courts, et nouvelles esthétiques de narrations etc.). Les réseaux sociaux deviennent centraux dans la production de contenus artistiques (Davies 2016a; Davies 2017); l'interdisciplinarité prime; les formats se diversifient à l'infini; le code informatique devient art (Blais/Ippolito, 2006); le « mélange », le mix et le remix se croisent (Lessig, 2008); l'art par algorithme émerge (Finn, 2018) etc. Déjà, de nouveaux bouleversements se précisent qui affecteront nécessairement les arts, comme l'Intelligence Artificielle, la Réalité Virtuelle, la Réalité Augmentée, l'Internet des Objets, les enceintes connectées, les cryptomonnaies ou la blockchain (Engasser, 2017; Reyburn, 2018; Finn, 2018; Rothman, 2018; Hui, 2019; KEA, 2019; Davies, 2019). Certains se demandent même si la prochaine révolution artistique ne sera pas faite par un artiste-ordinateur quand, déjà, des symphonies ou des œuvres d'art visuel sont générées par l'Intelligence artificielle. L'art-Machine est en marche !

Le monde de l'art est donc en train de changer considérablement et de plus en plus radicalement. Il est important d'analyser ces « écritures », ce « style » et ces « formes » à la fois dans la lignée des grands critiques, tels que Roland Barthes, Serge Daney, Gilles Deleuze, Jacques Derrida, Jean-Luc Godard, Gérard Genette, Marshall McLuhan ou Susan Sontag, parmi d'autres, ainsi que dans un nécessaire renouvellement des outils conceptuels, lequel est encore en gestation (Bourriaud, 1998; Colson, 2007; Hanna, 2009; Cardon, 2019). En définitive, c'est une véritable « sémiologie » des internets et des réseaux sociaux qui est en train de naître, et même une « poétique », qui s'inscrit dans la dynamique de la formule célèbre de Jean-Luc Godard sur le cinéma : « Le cinéma est une pensée qui prend forme, une forme qui pense. » *Le numérique est une forme qui pense.*

A real “digital” writing has emerged, whose diversity of codes, forms and languages is evident (YouTubers, BookTubers, instagrammers, authors of podcasts, posts, tweets, tutos, MOOCs or short formats, and new aesthetics of narration, etc.). Social networks are becoming central in the production of artistic content (Davies 2016a; Davies 2017); interdisciplinarity is moving centre stage; formats are diversifying ad infinitum; computer code is becoming art (Blais & Ippolito, 2006); “mixtures,” mixing and remixing are intersecting (Lessig, 2008); art by algorithm is emerging (Finn, 2018), etc. New upheavals, already taking shape, will necessarily affect the arts: artificial intelligence, Virtual Reality, Augmented Reality, the Internet of Things, connected speakers, cryptomoney or blockchain (Engasser, 2017; Reyburn, 2018; Finn, 2018; Rothman, 2018; Hui, 2019; KEA, 2019; Davies, 2019). Some are even wondering if the next artistic revolution will not be made by a computer artist now that symphonies or visual artworks are already being generated by artificial intelligence. Machine art is advancing!

For these reasons, the art world is changing, not only considerably but also increasingly radically. It is important to analyse these “writings,” this “style” and these “forms,” both in the tradition of the great critics, such as Roland Barthes, Serge Daney, Gilles Deleuze, Jacques Derrida, Jean-Luc Godard, Gérard Genette, Marshall McLuhan or Susan Sontag, and through a necessary renewal of (still emerging) conceptual tools (Bourriaud, 1998; Colson, 2007; Hanna, 2009; Cardon, 2019). Ultimately, a real “semiology” of the internet and social networks is being born, indeed even a “poetics” is inscribing itself in the dynamics of Jean-Luc Godard’s famous formula about cinema: “Cinema is a thought that takes shape, a form that thinks.” *The digital is a form that thinks.*

III – Nouvelles politiques culturelles à l’âge de l’algorithme

La transition numérique engendre une transition artistique et, par conséquent, un changement de paradigme des politiques culturelles. Qui se renouvellent à tous les niveaux – villes, universités, Europe – et s’accompagnent d’un bouleversement des modèles de rémunération des artistes, ou des systèmes philanthropiques. Ainsi, la politique culturelle se trouve, directement ou indirectement, révolutionnée.

L’Europe

Depuis le traité de Maastricht, en 1992, l’Union européenne s’est vu confier des compétences dans le domaine culturel. Celles-ci ont été précisées par la suite ou complétées (directive SMA, droit d’auteur, Europe créative, défense de la copie privée, TTIP US/UE etc.), même si ce modèle singulier de financement de la culture demeure limité. Désormais, le secteur culturel et créatif fait certes l’objet d’une attention grandissante au sein des institutions européennes en raison de son poids économique, de son attractivité touristique ou de son « soft power » mais les politiques publiques dédiées font encore largement défaut. De plus, l’action est dispersé dans différents portefeuilles de différents commissaires (marché intérieur, concurrence, Service Européen d’Action Extérieure etc.). Ce modèle de politique culturelle européenne est-il efficace ? Est-il suffisamment visible dans un monde globalisé ? A-t-il réussi à s’adapter à la transition numérique ? Beaucoup s’interrogent (Henze/Wolfram, 2014; Durrer/Miller/O’Brien, 2019); d’autres multiplient les propositions pour sa modernisation à l’heure digitale afin qu’il réponde concrètement aux besoins du secteur culturel en Europe (KEA, 2019). L’idée de créer un Erasmus pour les artistes, qui serait réservé aux moins de 35 ans, est en train de faire son chemin pour favoriser une plus grande circulation des jeunes artistes.

III – New cultural policies in the age of algorithms

The digital transition is producing an artistic transition and thus a paradigm shift in cultural policies. This is occurring at all levels — cities, universities, Europe — and is accompanied by a shift in remuneration models for artists or in philanthropic systems. Thus, cultural policy is, directly or indirectly, being revolutionised.

Europe

Since the Maastricht Treaty of 1992, the European Union has been assigned competences in the cultural field. These have subsequently been clarified or supplemented (AVMS Directive, copyright, Creative Europe, defence of private copying, US/EU TTIP, etc.), even if this singular model of cultural funding remains limited. Although the cultural and creative sector is receiving increasing attention within the European institutions, due to its economic weight, attractiveness for tourists or “soft power,” dedicated public policies are still largely lacking. Moreover, action is dispersed across the portfolios of different commissioners (internal market, competition, European External Action Service, etc.). Is this model of European cultural policy effective? Is it sufficiently visible in a globalised world? Has it succeeded in adapting to the digital transition? Several authors have addressed these questions (Henze & Wolfram, 2014; Durrer, Miller & O’Brien, 2019); others are presenting ever more proposals to modernise this model in the digital age, to enable it to respond concretely to the needs of Europe’s cultural sector (KEA, 2019). The idea of creating an Erasmus for artists, which would be reserved for those under 35 years of age, is gaining ground in order to enhance mobility among young artists.

Il faut également dire que les enjeux de la question culturelle ont été souvent mêlés, au niveau européen, avec ceux de l'« exception culturelle » et de la « diversité culturelle ». Depuis au moins une décennie, la culture a même été intégrée, et parfois instrumentalisée, aux controverses sur l'« identité nationale » ; elle a pu être utilisée comme « lieu de mémoire » ou symbole « vivant » du récit national. La généalogie de cette obsession a été étudiée, par exemple pour la France (Vlassis, 2015 ; Martigny, 2016). Plus récemment, en 2019, la création d'un portefeuille de commissaire en charge de la « Protection du mode de vie européen » a suscité une vive polémique au sein de l'Union européenne (son nom a été changé par la suite) alors même que le poste de commissaire à la « culture » était supprimé – une polémique qui confirme à la fois ce souci et cette tension. Au lieu de défendre une improbable « identité » ou « mode de vie » européens uniques, peut-être faut-il penser l'Europe comme un territoire pluriel, avec sa diversité de langues et ses « identités multiples » (Sen, 2006 ; Judt, 2007).

La ville créative

Dans la lignée de certains travaux prémonitoires (Garreau, 1991 ; Castells, 1998 ; Mitchell, 1999), la ville créative et digitale est devenue un concept à la mode depuis les années 2000, notamment avec l'expression « smart city ». Force est de constater qu'une littérature très abondante existe dans ce domaine. De nombreux chercheurs en ont proposé des définitions, des typologies ou des approfondissements, avec des visions plus culturelles ou plus digitales (Etzkowitz, 2008 ; Townsend, 2013 ; Satyam/Calzada, 2017 ; Heller, 2017). Pourtant, nous manquons aujourd'hui d'une analyse comparative sérieuse sur la pertinence de ces concepts et sur leur efficacité tant économique que créative (Afonso, 2012 ; Glaeser, 2012 ; Karvonen/Cugurullo/Caprotti, 2018).

Further, the question of culture has often been confused, at the European level, with “cultural exception” and “cultural diversity.” For at least a decade, culture has even been integrated, and sometimes instrumentalised, in controversies over “national identity”; it has been used as a “place of memory” or as a “living” symbol of a national narrative. The genealogy of this obsession has been studied, for example, in the case of France (Vlassis, 2015; Martigny, 2016). More recently, in 2019, the establishment of a commissioner portfolio tasked with “Protecting the European way of life” (the name was later changed) sparked intense controversy within the European Union despite the post of commissioner for “culture” being abolished — the controversy affirmed both the concerns and the tensions about culture. Rather than defending an improbable single European “identity” or “way of life,” perhaps we should think of Europe as a plural territory, characterised by linguistic diversity and “multiple identities” (Sen, 2006; Judt, 2007).

The creative city

Consistent with certain prescient works (Garreau, 1991; Castells, 1998; Mitchell, 1999), the creative and digital city has become a fashionable concept since the 2000s, most notably the notion of the “smart city.” There is an abundance of literature in this field. Numerous researchers have proposed definitions, typologies or in-depth studies, advancing either more cultural or more digital visions (Etzkowitz, 2008; Townsend, 2013; Satyam & Calzada, 2017; Heller, 2017). Nevertheless, serious comparative analysis of the relevance of these concepts and their economic and creative effectiveness is still lacking (Afonso, 2012; Glaeser, 2012; Karvonen, Cugurullo & Caprotti, 2018).

Au-delà des débats sur les « smart cities », l'importance de l'économie culturelle dans le développement des villes a été également démontré. Des études générales le confirment (Clark/Bartlett, 2011; Crossick/Kaszynska, 2016; Kangas/Duxbury, 2018), ainsi que des études géographiques particulières, fort nombreuses, comme par exemple en Europe où le secteur compterait plus de 6,7 millions d'emplois (KEA, 2019), à New York (Currid, 2007), Seattle (Beyers/Bonds/Wenzl/Sommers, 2004), en Israël (Senor/Singer, 2009) ainsi qu'à Londres où la culture représenterait la troisième source d'emploi (Pratt, 2009). Miser sur la culture correspond donc à un « investissement solide » en terme de développement économique (Borrup, 2006; Goldbard, 2006; Henze/Wolfram, 2014; Crossick/Kaszynska, 2016). Cette unanimité des études économiques semble quelque peu étonnante, et plus encore l'enthousiasme des élus locaux pour ces idées, trop beau pour être entièrement juste, au point qu'on peut en discuter la pertinence.

À un niveau plus « micro », les villes ont également développé des « espaces » culturels qui ont fait l'objet de beaucoup d'attention. Qu'il s'agisse de « tiers lieux », d'espaces de « co-working », de makerspaces, hackerspaces, incubateurs, fablabs, accélérateurs, making labs, ou de simples « garages » – avec toutes les nuances précises qui distinguent ces expressions – des chercheurs ont tenté de comprendre ceux qui étaient les plus appropriés au développement de la création, ceux qui favorisent vraiment l'innovation, la collaboration, ou l'interaction avec les autres secteurs artistiques (Burret, 2015; Graves, 2016; McGrath, 2018; Bradbury/O'Hara, 2019). L'importance des « communautés » qui rendent possibles ces lieux mérite également d'être étudiée, tout comme le mouvement des résidences d'artistes.

En fin de compte, à travers ces débats, on constate que les artistes sont de moins en moins financés en tant qu'individus et de plus en plus souvent à travers des « lieux »; de même, les musées ont tendance à privilégier leur grandeur architecturale plutôt que leur programmation esthétique (Woronkowicz/et al, 2012). Des évolutions qui ont déjà de nombreuses conséquences et qui posent la question d'une créativité des espaces et des villes plutôt qu'une créativité des artistes (Florida, 2002; Glaeser, 2012).

Beyond the debates on “smart cities,” the importance of the cultural economy for urban development has also been demonstrated. This is confirmed by more general studies (Clark & Bartlett, 2011; Crossick & Kaszynska, 2016; Kangas & Duxbury, 2018), as well as by numerous specific geographical studies, for instance, in Europe, where the sector is estimated to account for more than 6.7 million jobs (KEA, 2019), in New York (Currid, 2007), Seattle (Beyers, Bonds, Wenzl & Sommers, 2004), Israel (Senor/Singer, 2009) and London, where culture is the third largest source of employment (Pratt, 2009). Investing in culture is therefore a “sound investment” in terms of economic development (Borrup, 2006; Goldbard, 2006; Henze & Wolfram, 2014; Crossick & Kaszynska, 2016). This unanimous consent among economic studies seems somewhat surprising, even more so the enthusiasm of elected local officials for these ideas, too good to be entirely accurate, to the point that their relevance is debatable.

At a more “micro” level, cities have also developed much-studied cultural “spaces.” Whether these are “third places,” “co-working” spaces, makerspaces, hackerspaces, incubators, fablabs, accelerators, making labs, or simply “garages” — including the precise nuances distinguishing these terms — researchers have sought to understand those best suited to developing creation, as well as those truly fostering innovation, collaboration, or interaction with other artistic sectors (Burret, 2015; Graves, 2016; McGrath, 2018; Bradbury & O'Hara, 2019). The importance of the “communities” making these places possible is also worth studying, as is the movement towards artist residencies.

On balance, these debates reveal that artists are less and less funded as individuals and more and more frequently through “places”; similarly, museums tend to privilege architectural grandeur over aesthetic programming (Woronkowicz et al., 2012). These developments, already momentous, foreground the creativity of spaces and cities rather than that of artists (Florida, 2002; Glaeser, 2012).

Les sciences sociales ont toujours été soucieuses de démontrer leur efficacité (Grawitz, 1964). Aujourd'hui, la pression des élus, des fondations, des philanthropes s'accroît pour imposer une efficacité à l'art et des évaluations. C'est vrai jusqu'aux secteurs artistiques subventionnés ou à but non lucratifs (les lois du marché exercent par nature cette pression sur les industries culturelles).

L'évaluation des politiques culturelles est donc un domaine en fort développement (Jackson/Kabwasa-Green/Herranz, 2006; Borrup, 2006; Goldbard, 2006; Pratt, 2009; Crossick/Kaszynska, 2016; Rosenstein, 2019). Le critère touristique apparaît de plus en plus central dans cette évaluation; de même que les index sinon les palmarès (Florida, 2002). Et comme l'investissement vise à améliorer la « communauté », plus que la vie des artistes, il arrive que l'on s'interroge s'il s'agit encore de politique culturelle ou simplement de politique de la ville (Glaeser, 2012; Grams/Farrell, 2008).

Les artistes et les organisations culturelles sont donc pressés de fournir des arguments tangibles en guise de réponse – et des chiffres ! Hélas, peu d'outils et de travaux scientifiques exigeants, ou simplement innovants, existent pour valider ces politiques, quand ces méthodes d'évaluation ne sont pas tout simplement bricolées ou artificielles. De nouveaux travaux existent cependant, en dépit des contrastes régionaux (Clark, 2014). Ainsi de l'approche par la « cultural value » (la valeur des arts et de la culture et leurs apports pour la société et pour les individus) qui est d'autant plus féconde qu'elle tente de s'appuyer sur une méthodologie scientifique nouvelle (Crossick/Kaszynska, 2016). Ainsi encore de l'idée, bien documentée, selon laquelle il est important de nourrir des communautés vivantes pour porter des projets culturels (Putnam, 2000; Borrup, 2006; Goldbard, 2006; Cornfield, 2018). Ou encore les tentatives du Conseil de l'Europe avec la fondation néerlandaise Boekman (Compendium of Cultural Policies & Trends et voir le site www.culturalpolicies.net/). Une autre piste intéressante pourrait être envisagée dans la lignée des méthodes d'évaluation quant à l'efficacité des politiques de développement, telles qu'elles ont été utilisées par Abhijit Banerjee et Esther Duflo: articulées à une analyse fine sur le terrain, ces chercheurs ont mis au point au J-PAL, leur laboratoire au MIT, des « Randomized Controlled Trials » (RCT) dont la politique culturelle pourrait chercher à s'inspirer (Duflo, 2019; Banerjee/Duflo, 2011).

The social sciences have always fretted over demonstrating their effectiveness (Grawitz, 1964). Today, elected officials, foundations and philanthropists are mounting increasing pressure to subject art to the principles of effectiveness and evaluation. This is true even of subsidised or not-for-profit arts sectors (the laws of the market inherently pressure the cultural industries).

Evaluating cultural policy is therefore a rapidly developing field (Jackson, Kabwasa-Green & Herranz, 2006; Borrup, 2006; Goldbard, 2006; Pratt, 2009; Crossick & Kaszynska, 2016; Rosenstein, 2019). Tourism is also central to evaluation, as are indexes and rankings (Florida, 2002). And since investment aims to improve the “community” rather than the lives of artists, the question sometimes arises whether it is still a matter of cultural policy or rather urban policy (Glaeser, 2012; Grams & Farrell, 2008).

Hence, artists and cultural organisations are hastening to provide tangible arguments in response — and figures! Alas, few tools and rigorous, or innovative, scientific studies for that matter, exist to validate these policies, that is, when these evaluation methods are not artificial or just cobbled together. New studies, however, have appeared, despite regional contrasts (Clark, 2014). Examples include the “cultural value” approach (i.e. the value of the arts and culture and their contributions to society and individuals). This is even more fruitful because it seeks to rely on new scientific methodology (Crossick & Kaszynska, 2016). Here, too, the well-documented idea, that it is important to nurture living communities if one is to pursue cultural projects, needs to be mentioned (Putnam, 2000; Borrup, 2006; Goldbard, 2006; Cornfield, 2018). As are the efforts undertaken by the Council of Europe in association with the Dutch Boekman Foundation (Compendium of Cultural Policies & Trends; see also www.culturalpolicies.net/). Another interesting avenue could be envisaged in terms of the evaluation methods devised to establish the effectiveness of development policies, as used by Abhijit Banerjee and Esther Duflo: in conjunction with fine-grained field analysis, these researchers have developed “Randomized Controlled Trials” (RCTs) at J-PAL, their MIT-based laboratory, from which cultural policy could draw inspiration (Duflo, 2019; Banerjee & Duflo, 2011).

Enfin, il faut citer ici les travaux innovants sur la qualité de vie et le « community well being » qui commencent à prendre en compte, quoiqu'encore timidement, la vie culturelle. Dans la lignée de travaux antérieurs (Stiglitz/Sen/Fitoussi, 2009; Nussbaum/Sen, 1993), la culture apparaît désormais dans les études et les indices sur le bien-être et la qualité de vie (Michalos, 2005).

Les nouveaux modèles économiques des artistes

Dans un environnement très changeant, la vie économique des artistes est, elle aussi, en grande transformation. On observe ici plusieurs évolutions majeures, parfois imbriquées les unes aux autres, parfois contradictoires.

D'abord, les métiers artistiques et créatifs semblent plus mobiles. La mobilité des artistes est grande, notamment d'une ville à l'autre ou d'un État à l'autre aux États-Unis où elle a été bien étudiée (Markusen, 2006; Markusen, 2018), mais cela semble également vrai en Europe (KEA, 2019).

On observe ensuite une grande flexibilité de travail chez les artistes. Ce phénomène n'est pas nouveau (Menger, 1983; Menger, 2003) mais il s'est accentué avec la généralisation d'une véritable « gig-economy » dans le secteur artistique. Des recherches récentes, et dans plusieurs pays, montrent que les artistes sont désormais fréquemment sous un statut d'« auto-entrepreneurs », de « start-uppers » ou de « free-lancers », ce qui s'explique par la nécessité de gérer de multiples contrats de travail, de bénéficier d'une certaine protection sociale ou est le résultat de considérations fiscales (Scherdin/Zander, 2011; Woronkowicz/Noonan, 2019). Cette généralisation du « self-employment » chez les artistes est bien documenté et elle apparaît de manière disproportionnée par rapport aux autres catégories professionnelles : 33% des artistes américains seraient auto-entrepreneurs, soit quatre fois plus que le reste de la population ; parmi eux : 65% des écrivains, 57% des artistes visuels, 41% des musiciens, 37% des acteurs, 36% des performing artists, 32% des designers, 28% des architectes (Markusen, 2020). Ainsi, les artistes – et les « slash artists », comme je les ai nommés dans un article parce qu'ils travaillent dans différents secteurs comme, par exemple, photographie/design/visual arts (Martel, 2018) – seraient le symbole de cette « gig economy » ou de l'« art entrepreneurship » (Woronkowicz/Noonan, 2018; Woronkowicz, 2020); ce qui s'accompagne, selon certains chercheurs, de leur paupérisation (Abbing, 2002), de la nécessité d'un succès rapide (avant la barre fatidique des trente ans, âge considéré ironiquement comme « the artist death by 30 ») ou au contraire leur fleurissement (Johnson, 2015).

Finally, we should mention innovative studies on quality of life and “community well-being,” which are beginning to take cultural life into account, albeit still timidly. In line with earlier work (Stiglitz, Sen & Fitoussi, 2009; Nussbaum/Sen, 1993), culture is now appearing in studies and indices on well-being and quality of life (Michalos, 2005).

Artists' new economic models

In a highly volatile environment, the economic life of artists is also undergoing great transformation. Several major developments, sometimes intertwined, sometimes contradictory, can be observed.

First, the artistic and creative professions seem to be more mobile. The mobility of artists is significant, especially from one city to another, or from one state to another in the United States, where this phenomenon has been well studied (Markusen, 2006; Markusen, 2018). But this also seems to be true in Europe (KEA, 2019).

There is also a great deal of flexible working among artists. This is not new (Menger, 1983; Menger, 2003) but has become more pronounced with the spreading of a real “gig-economy” across the artistic sector. Recent research, conducted in several countries, shows that artists are now frequently classed as “auto-entrepreneurs,” “start-uppers” or “freelancers.” This can be explained by the need to manage multiple employment contracts, in order to benefit from a certain social protection, or may also result from tax-related considerations (Scherdin & Zander, 2011; Woronkowicz & Noonan, 2019). This generalisation of “self-employment” among artists is well documented and seems disproportionately high compared to other professional categories: 33% of American artists are self-employed, four times more than the rest of the population; among them: 65% of writers, 57% of visual artists, 41% of musicians, 37% of actors, 36% of performing artists, 32% of designers, 28% of architects (Markusen, 2020). Thus, artists — and “slash artists”, as I call them in a paper because they work in several fields as photography/design/visual arts (Martel, 2018) — are said to symbolise this “gig economy” or “art entrepreneurship” (Woronkowicz & Noonan, 2018; Woronkowicz, 2020). According to some researchers, this is accompanied by impoverishment (Abbing, 2002), the need for rapid success (before the fateful age of 30, ironically considered “the artist's death by 30”) or, on the contrary, by flourishing (Johnson, 2015). Another trend in current research concerns this artistic, artisanal and “gig economy” mode of activity, and how, more generally, it prefigures the intermittent or flexible nature of the world of work (Menger, 2014). Thus, the artistic condition is not as atypical as it is said to be, since it heralds the future of work.

Une autre tendance de la recherche actuelle concerne la nature de cette activité artistique, artisanale et en mode «gig economy», et en quoi elle préfigure l’intermittence ou la flexibilité du monde du travail plus généralement (Menger, 2014). Ainsi, la condition artistique ne serait pas aussi atypique qu’on le dit puisqu’elle annoncerait les emplois à venir.

Ce faisant, et en lien avec la transition numérique, de nouveaux modèles économiques sont apparus, une véritable «économie positive» dont profitent pleinement les artistes (Johnson, 2015; Weckerle, 2018; Martel, 2018), quoique parfois inégalement (Erricojan, 2016).

S’ils se déplacent géographiquement, s’ils changent de statut professionnel et de modèles économiques, les artistes s’aventurent également au-delà de leur «zone de confort». Leurs compétences créatives seraient de plus en plus recherchées dans le monde du travail en général (interactive design, animation, IA, réseau, données, publicité etc.). Ce mouvement a plusieurs facettes et on parle parfois d’«embedded artist» pour définir le travail artistique hors de la sphère culturelle, les relations entre arts et entrepreneurs ou les compétences artistiques nécessaires dans d’autres secteurs non-culturels d’activité où l’innovation est importante – avec le débat sur la «transférabilité» de ces compétences artistiques (Wickert/Martel, 2020; Markusen, 2020; Woronkowicz, 2020). Avec ce processus, la «classe créative» s’élargit au-delà des frontières traditionnelles de l’art vers des terrains «non-artistiques» alors même que certains «non-artistes» travaillent de plus en plus fréquemment dans des domaines artistiques.

Les nouvelles philanthropies

Alors que les modèles économiques des artistes sont en mutation, d’autres pans des politiques culturelles se transforment également. Ainsi des subventions publiques pour la culture qui ont tendance à diminuer, comme aux États-Unis, mais aussi dans des pays où elles paraissaient plus solides, par exemple en Belgique, en Allemagne et même en France (Feder/Katz-Gero, 2015). De même, les politiques fiscales connaissent des évolutions (Rosenstein, 2019).

In so doing, and linked to the digital transition, new economic models have emerged, a real “positive economy,” from which artists fully benefit (Johnson, 2015; Weckerle, 2018; Martel, 2018), albeit unequally at times (Erricojan, 2016).

If artists relocate geographically, and if they change their professional status and business models, they also venture beyond their “comfort zone.” Their creative skills will be increasingly sought-after in the world of work (interactive design, animation, AI, networking, data, advertising, etc.). This movement is multi-faceted and sometimes referred to as the “embedded artist,” in order to define artistic work outside the cultural sphere, the relationship between arts and entrepreneurs or the artistic skills needed in other, non-cultural sectors where innovation is important — including the debate on the “transferability” of these artistic skills (Wickert & Martel, 2020; Markusen, 2020; Woronkowicz, 2020). Through this process, the “creative class” is expanding beyond the traditional boundaries of art into “non-artistic” fields, with “non-artists” increasingly working in artistic fields.

New philanthropies

While artists’ economic models are changing, so are other areas of cultural policy. For example, public subsidies for culture are tending to decrease, not only in the United States, but also in countries where they appeared to be more robust, such as Belgium, Germany and even France (Feder & Katz-Gero, 2015). Similarly, fiscal policies are also changing (Rosenstein, 2019).

De son côté, la philanthropie change, alors qu'elle constitue dans de nombreux pays la base du financement de la culture. Cette transformation n'est pas forcément négative comme l'atteste l'importance accrue de la philanthropie locale ou régionale aux États-Unis (fondation Irvine en Californie, William Penn à Philadelphie, Gilman à New York, les fondations Barr ou Cummings à Boston, Hewlett à San Francisco, Kresge à Détroit etc.). Mais, plus souvent, les fondations et les philanthropes américains ont tendance à changer de priorités, en mettant l'accent sur l'égalité raciale plus que sur les arts (fondation Ford, Carnegie, John D. and Catherine T. MacArthur, The Rockefeller Brothers Fund etc.). Et même quand les arts restent au cœur de leur agenda (Andrew Mellon, Luce, Doris Duke, Terra, Surdna, ArtBridges etc.), ces fondations ont tendance à concentrer leurs efforts sur le développement culturel dans les quartiers en difficultés ou les projets liés à la diversité. On observe donc une lente transformation: les aides qui visaient hier à promouvoir l'«excellence» artistique ont tendance à venir en support au développement économique, à la régénération urbaine ou à la diversité (Grodach/Silver, 2012; Crossick/Kaszynska, 2016).

For its part, philanthropy is changing, despite forming the basis of cultural funding in many countries. This transformation is not necessarily negative, as evidenced by the increased importance of local or regional philanthropy in the United States (Irvine Foundation in California, William Penn in Philadelphia, Gilman in New York, the Barr or Cummings foundations in Boston, Hewlett in San Francisco, Kresge in Detroit, etc.). More often, however, American foundations and philanthropists tend to change their priorities, focusing on racial equality rather than on the arts (Ford Foundation, Carnegie, John D. and Catherine T. MacArthur, The Rockefeller Brothers Fund, etc.). Even when the arts do remain at the heart of their agenda (Andrew Mellon, Luce, Doris Duke, Terra, Surdna, ArtBridges etc.), these foundations tend to focus on cultural development in troubled neighbourhoods or on diversity-related projects. Thus a slow transformation is occurring: grants once aimed at promoting artistic “excellence” now tend to support economic development, urban regeneration or diversity (Grodach & Silver, 2012; Crossick & Kaszynska, 2016).

Si en Europe la place des artistes à l'université reste fragile – et tout particulièrement en France et en Allemagne –, il n'en va pas ainsi dans d'autres pays. Aux États-Unis, l'université est au cœur du modèle culturel, non à sa marge: lieux de formation et de travail amateur d'une part, mais aussi lieux de présentation d'expositions et de spectacles professionnels, les universités américaines contribuent également à la recherche et au développement des studios dans le secteur du cinéma hollywoodien, à l'expérimentation et au «try out» dans le domaine du théâtre, à la diversité de la production éditoriale grâce aux presses universitaires, à la présentation de l'innovation dans les arts visuels ou encore à la persistance de formations de musique classique (Martel, 2006). Un grand nombre de ces activités sont des sources de financement majeures pour les artistes et ce d'autant plus que le Master of Fine Arts (MFA) s'impose désormais comme le diplôme de référence artistique généraliste dans la profession. À cela, il faut ajouter le développement intéressant de la «recherche-création» et des «artist-researchers», ces artistes salariés ou contractualisés par les universités dans lesquelles ils effectuent leurs recherches et expérimentent, l'objectif étant de créer des interactions entre la recherche scientifique et la création artistique – une véritable hybridation (Manning/Massumi, 2018; Citton, 2018; Delacourt, 2019).

Ce développement culturel dans les universités est important car, au-delà des sources de financement qu'il peut apporter aux artistes, il permet aussi de délimiter «l'art», avec ses financements propres, son expérimentation et sa prise de risque hors du marché et, d'autre part, les industries créatives qui appartiennent sans ambiguïtés à l'économie de marché. On a là une évolution intéressante qui permet, par exemple pour le cinéma, de rattacher sa partie la plus artistique à l'art contemporain et aux arts visuels – avec les objectifs d'audience limités et des financements adéquats – et de le distinguer de l'industrie ou du système des multiplexes. Cette séparation, qui ne peut pas être arbitraire ni rigide, pourrait permettre à une partie de la culture de retrouver des financements sans être sous la pression du marché.

While in Europe the place of artists in the university remains fragile — especially in France and Germany — this is not the case in other countries. In the United States, the university lies at the heart of the cultural model, rather than on its fringes: serving not only as places of training and for amateur work, but also as venues for professional exhibitions and performances, American universities also contribute to the research and development done at Hollywood studios, to experimentation and “try-outs” in the field of theatre, to the diversity of editorial production (thanks to university presses), to innovation in the visual arts or to the persistence of classical music training (Martel, 2006). Many of these activities are major sources of funding for artists, especially now that the Master of Fine Arts (MFA) is the most widely recognised artistic reference qualification in the profession. Here we must add the interesting development of “research-creation” and “artist-researchers,” i.e. artists employed or contracted by the universities where they pursue their research and experimentation, the aim being to create interactions between scientific research and artistic creation — a genuine hybridisation (Manning & Massumi, 2018; Citton, 2018; Delacourt, 2019).

This university-based cultural development is important because, besides providing artists with potential sources of funding, it also enables delimiting “art” — with its own funding, experimentation and risk-taking outside the market — from the creative industries, which doubtless belong to the market economy. In the case of cinema, for instance, this interesting development makes it possible to link its most artistic part to contemporary art and the visual arts — with limited audience objectives and adequate funding — and to distinguish it from the industry or the multiplex system. This separation, which ought to be neither arbitrary nor rigid, could allow a part of culture to regain funding without, however, facing market pressure.

IV – New futures: les questions qui viennent

Au-delà des évolutions économiques qui ont fait l'objet de nombreuses études par les chercheurs de la politique culturelle, on peut terminer cet article – largement bibliographique – par la mise en lumière de nouvelles problématiques qui pourraient contribuer fortement à changer les politiques culturelles. Deux questions – la diversité et l'environnement – me paraissent particulièrement significative pour les années à venir.

DEI (Diversity, Equity, Inclusion)

La première question, celle de la « diversité » au sens large, n'est guère nouvelle. Sa montée en puissance dans la politique américaine en général, et dans la politique culturelle aux États-Unis, date des années 1965-1978 (Martel, 2006) et elle est devenue centrale aujourd'hui. Les problématiques de parité hommes-femmes, d'égalité de genres ou de diversités sexuelles sont également de plus en plus prégnantes en Europe (KEA, 2019).

Que ce soit en terme de visibilité, d'esthétique ou de représentation, depuis les conseils d'administration des institutions culturelles jusqu'aux nominations des directeurs d'établissements culturels, la question de la diversité se pose partout. Parfois, ce combat peut apparaître quelque peu hypocrite lorsque des pays comme la France, la Belgique ou le Canada luttent activement en faveur de la diversité culturelle à l'international (c'est-à-dire le plus souvent contre les États-Unis pour défendre leur production culturelle nationale) alors même qu'ils abandonnent ce noble souci à domicile, par exemple pour les autochtones, les populations d'origines arabes ou les langues régionales. Quant aux États-Unis qui militent activement pour la diversité culturelle sur leur territoire, ils ont tendance à la nier à l'international pour imposer leurs productions culturelles. Deux mondes à fronts renversés – et la même hypocrisie. (Martel, 2006).

De fait, la question des migrants apparaît aujourd'hui comme une thématique centrale pour les artistes, ce dont témoigne la création de nombreux collectifs de créateurs en faveur des migrants ou encore la nature cosmopolite des artistes et leur propre mobilité (Katz-Gero, 2018).

Enfin, des débats plus récents, comme celui de la critique de l'« appropriation culturelle », contribuent également à l'émergence d'un discours plus radical, articulé à la question de la diversité.

IV – New futures: The questions ahead

Beyond the various economic developments studied by cultural policy researchers, this article – largely bibliographical – concludes by highlighting new problems capable of strongly impacting and hence changing cultural policies. Two issues – diversity and the environment – are likely to become particularly significant in the coming years.

DEI (Diversity, Equity, Inclusion)

The first issue, “diversity” in a broad sense, is hardly new. Its rise to prominence in American politics in general, and in American cultural policy in particular, dates from 1965–1978 (Martel, 2006) and occupies centre stage today. Equal opportunities, gender equality or sexual diversity are now also increasingly prominent in Europe (KEA, 2019).

Whether in terms of visibility, aesthetics or representation, from the boards of directors of cultural institutions to the appointments of the directors of cultural institutions, the issue of diversity is omnipresent. This struggle may at times appear somewhat hypocritical, when countries like France, Belgium or Canada actively fight for cultural diversity internationally (i.e. most often against the United States in defence of national cultural production) while abandoning this noble concern at home, for example, for aborigines, indigenous peoples, populations of Arab origin or regional languages. The United States, while actively promoting cultural diversity at home, tends to deny it internationally, in order to impose its cultural productions. Two worlds on opposite fronts – yet the same hypocrisy (Martel, 2006).

Today, migration is a central theme for artists, as evidenced by numerous creative collectives forming to advocate on behalf of migrants or the cosmopolitan nature of artists and their mobility (Katz-Gero, 2018).

Finally, more recent debates, such as the critique of “cultural appropriation,” are also helping a more radical discourse emerge, one articulating itself around the issue of diversity.

De même que la diversité apparaît désormais comme l'une des questions majeures des politiques culturelles, on peut également pronostiquer que celle de l'environnement devrait devenir à son tour de plus en plus centrale (KEA, 2019). Dans un ouvrage roboratif, Félix Guattari a défini précocement « trois registres écologiques : celui de l'environnement, celui des rapports sociaux et celui de la subjectivité humaine ». Il a ainsi appelé de ses vœux une triple et « authentique révolution politique, sociale et culturelle », insistant, pour cette dernière, sur la nécessité de « forger de nouveaux paradigmes [...] d'inspiration éthico-esthétiques ». Enfin, il fallait, selon lui, concevoir et opérer ces trois changements de paradigme « d'un même tenant » (Guattari, 1989).

Dans la même veine, ou en empruntant une autre lignée, différents auteurs ont défendu ou simplement montré la nécessité d'une articulation entre l'art et l'environnement. Celle-ci peut s'opérer à travers au moins trois modes : le premier, post Guattarien, est philosophique et il revient à créer de nouveaux paradigmes et de nouvelles théories artistiques afin que l'art puisse se développer en harmonie avec les environnements qu'il habite, y compris non-humains (Latour, 2015; Latour, 2017). Le deuxième est esthétique et il concerne le champ désormais très substantiel de l'art et des artistes qui prennent pour objet direct ou indirect l'environnement, depuis le Land Art jusqu'aux collectifs artistiques environnementaux (Parti poétique; Coal; Thanks for nothing etc.). Le troisième, enfin, plus politique, au croisement de l'art et de l'engagement, concerne la prise en compte de l'écologie par les artistes et les institutions culturelles, par exemple en refusant les décors temporaires, les catalogues d'exposition mis au pilon ou les cimaises jetables. Cette préoccupation environnementale se traduit déjà par une volonté affichée de privilégier les structures artistiques écologiques, de renouveler la réflexion sur la conservation des œuvres (Lerner, 2016) ou de nommer des « référents écologie » dans certaines institutions artistiques (par exemple à la Tate Modern de Londres qui s'auto-définit comme un « more environmentally friendly museum »). Ces débats atteignent également les arts numériques. La question du coût environnemental du numérique se pose de manière accrue du fait de la nature très énergivore du réseau et du cloud, ainsi que des centres de stockage, sans parler de l'utilisation de métaux rares ou de l'obsolescence programmée, même s'il existe sur ce sujet des études contradictoires (Flipo/Dobré/Michot, 2013). Ces exemples et ces évolutions de fond laissent penser que l'écologie est en train de devenir centrale dans la culture : une nouvelle articulation entre les transitions numériques, culturelles et écologiques s'annonce ; les industries et les politiques culturelles ne pourront plus l'ignorer (Portney, 2015; Vidalenc; 2019).

Just as diversity is emerging as one of the major issues in cultural policies, environmental diversity is also likely to become ever more crucial (KEA, 2019). In an early work on the subject, Felix Guattari defined “three ecological registers: that of the environment, that of social relations and that of human subjectivity.” He thus called for a triple and “authentic political, social and cultural revolution,” insisting on the need to “forge new paradigms [...] inspired by ethico-aesthetics.” Further, he maintained the need to conceive of and implement these three paradigm shifts “all in one” (Guattari, 1989).

In the same vein, yet enlisting another lineage, different authors have defended or highlighted the need for articulation between art and the environment, achievable through at least three modes: the first, post-Guattarian, is philosophical and involves creating new paradigms and new artistic theories, thus enabling art to develop in harmony with the environments it inhabits, including non-human ones (Latour, 2015; Latour, 2017). The second mode is aesthetic and concerns the now very substantial field of art and artists treating the environment as a direct or indirect object, from Land Art to environmental art collectives (Parti poétique; Coal; Thanks for nothing etc.). Finally, the third, more political mode, at the crossroads of art and engagement, involves the ecological considerations of artists and cultural institutions, for example, by refusing temporary decorations, piles of exhibition catalogues or disposable picture rails. This environmental preoccupation is already reflected in a willingness to favour ecological artistic structures, to renew reflection on the conservation of works (Lerner, 2016) or to name “ecological referents” in certain artistic institutions (e.g. London's Tate Modern, which defines itself as a “more environmentally friendly museum”). These debates also reach into the digital arts. The question of the environmental cost of digital technology is raised increasingly by energy-intensive networks and clouds, as well as storage centres, not to mention the use of rare metals or programmed obsolescence, despite the subject receiving contradictory treatment (Flipo, Dobré & Michot, 2013). These examples and background developments suggest that ecology is becoming central to culture: new articulations between digital, cultural and ecological transitions are emerging, one cultural industries and policies will no longer be able to ignore (Portney, 2015; Vidalenc; 2019).

Enfin, et pour plusieurs raisons évoquées dans cet article, on observe aujourd'hui l'émergence de nouvelles radicalités artistiques que ce soit dans le domaine de l'environnement, celui de la diversité culturelle, du numérique et même de la politique culturelle. Face à la domination des industries créatives et à l'hégémonie des GAFAs, ou pour dénoncer les ratés des politiques culturelles, un nouvel « activisme artistique » apparaît. Des collectifs artistiques radicaux se multiplient (Tactical Tech, Reclaim the Streets, Les Périphériques vous parlent, Ne Pas Plier, Gaz à tous les étages, collectifs artistiques autour des ZAD, « dispositifs poétiques » etc.; et voir Hanna, 2010). Tout un mouvement néo-bohémien, néo-forain, hacker, collaboratif, et parfois néo-hippie se développe – ce qu'illustre pour une part le festival Burning Man dans le désert du Nevada, où j'ai pu constater que les dimensions non lucratives, environnementales et artistiques se mêlaient (Himanen, 2001; Lloyd, 2005; Martel, 2016; Shister, 2019). D'autres expérimentations existent, comme les « alter économies culturelles », les collectifs de « contre-politique culturelle », le développement des formes « infra » ou « under-commons » dans les politiques de la culture (Harney/Moten, 2013) ou encore la réappropriation par certains groupes d'artistes de leurs moyens de production, par exemple les musiciens de country de Nashville (Cornfield, 2018). Pour une part, la notion d' « artiste entrepreneur », pour marchande qu'elle puisse être et en rupture avec le modèle bohémien classique, correspond aussi à un désir d'autonomie et d'émancipation de toute « tutelle », et parfois même, puisqu'elles apparaissent taries ou en diminution constante, de toutes subventions.

Finally, and for several reasons mentioned in this article, new artistic radicalities are emerging, whether in the environmental domains, cultural diversity, digital technology or even cultural policy. Faced with the domination of the creative industries and the hegemony of the GAFAs, or to denounce the failures of cultural policies, a new “artistic activism” is emerging. Radical artistic collectives are proliferating (Tactical Tech, Reclaim the Streets, Les Périphériques vous parlent, Ne Pas Plier, Gaz à tous les étages, artistic collectives around ZADs, “poetic dispositifs,” etc.; see also Hanna, 2010). A whole neo-bohemian, hacker, collaborative and at times neo-hippie movement is developing — as illustrated in part by the Burning Man festival in the Nevada desert, where I saw the non-profit, environmental and artistic dimensions mingle (Himanen, 2001; Lloyd, 2005; Martel, 2016; Shister, 2019). Other experiments exist, including “cultural alter-economies,” “cultural counter-policy” collectives, the development of “infra” or “under-commons” forms in cultural policies (Harney & Moten, 2013) or certain artist groups reappropriating their means of production (e.g. country musicians in Nashville) (Cornfield, 2018). The notion of the “entrepreneurial artist,” however marketable and however different from the classic bohemian model, also corresponds to a desire for autonomy and emancipation from any “guardianship,” and sometimes, since they appear to be drying up or constantly diminishing, even from subsidies.

Conclusion: la «nouvelle» politique culturelle

Alors que la «politique culturelle» était une discipline relativement récente et qu'elle cherchait encore sa légitimité dans le monde académique, elle a été contrainte de subir la transition numérique au début du «siècle digital». Et comme les questions de «diversité» et l'écologie devraient contribuer à redessiner la politique culturelle une fois encore, on peut tenter de définir ce secteur comme étant, par nature et intrinséquement, en constante mutation.

Pour la penser désormais, il faut donc à la fois la saisir dans cette transformation permanente et en élargir le champ constamment pour lui permettre d'appréhender les disciplines artistiques anciennes, trop longtemps négligées, et celles, nouvelles, qui émergent. Il convient également de l'appréhender au-delà de la seule sphère de la politique publique, afin de l'étendre à de nombreux acteurs décisifs, publics, à but non lucratifs et commerciaux. Il s'agit donc, au sens large, de penser une véritable «politique de la culture» (Martel, 2006).

Comme cet article nous y invite à partir d'une recension des principales études publiées ces dernières années, il faudrait donc élargir la notion de «politique culturelle» à ses différentes – et nouvelles – composantes actuelles, au-delà de la seule politique artistique: l'économie de la culture (et les nouvelles sources de financement); les industries culturelles qui doivent être au cœur des politiques culturelles et non plus à ses marges; la politique digitale et la régulation des plateformes numériques; les nouvelles philanthropies; l'éducation artistique; la connaissance des algorithmes; la ville créative, les lieux d'incubation et la revitalisation urbaine; les réseaux sociaux; les start-ups et l'entrepreneuriat culturel; la diplomatie culturelle; la classe créative; le soft power; la politique fiscale et ses déductions; la politique culturelle européenne; les télécoms et leur régulation; le droit des consommateurs et ce que j'ai appelé les «micropolitiques» de la culture.

Voilà pourquoi il est nécessaire d'enseigner désormais la politique de la culture dans les établissements artistiques et, au-delà, dans de multiples formations universitaires afin de permettre aux artistes de se former tout au long de leur carrière, et aux «non-artistes» d'approcher les codes de l'innovation et de la prise de risque artistique. En dépit de ses mutations récentes qui sont donc consubstantielles de sa jeune histoire, la politique de la culture est en train d'apparaître, en ce «siècle digital», comme une discipline à part entière (Bennett, 2019; Durrer/Miller/O'Brien, 2019).

Conclusion: The “new” cultural policy

While “cultural policy” was a relatively recent discipline still seeking legitimacy in the academic world, it was forced to undergo the digital transition at the beginning of the “digital century.” And with issues of “diversity” and ecology expected to once again help reshape cultural policy, we may tentatively define this sector as being, by nature and intrinsically, constantly evolving.

Hence, we need to grasp its ongoing transformation and constantly broaden its scope to include both the old, long-neglected artistic disciplines and the new, emerging ones. We must also understand this sector beyond public policy alone, in order to extend it to the many decisive public, non-profit and commercial actors. It is therefore a question, in the broadest sense, of thinking a “politics of culture” proper (Martel, 2006).

This article, based on a review of the main studies published in recent years, encourages widening the notion of “cultural policy” to include its various — and new — current components, beyond mere arts policy: the economy of culture (and new sources of funding); the cultural industries, which must lie at the heart of cultural policies, no longer at their edges; digital policy and the regulation of digital platforms; new philanthropies; arts education; knowledge of algorithms; the creative city, incubation sites and urban revitalisation; social networks; start-ups and cultural entrepreneurship; cultural diplomacy; the creative class; soft power; tax policy and tax deductions; European cultural policy; telecoms and their regulation; consumer rights — and what I have called the “micro-policies” of culture.

This explains why cultural policy needs to be taught in artistic institutions and, beyond that, across higher education, in order to enable artists to engage in career-long training, and “non-artists” to approach the codes of innovation and artistic risk-taking. Despite its recent changes, which are therefore consubstantial with its young history, cultural policy is emerging, in this “digital century,” as a discipline in its own right (Bennett, 2019; Durrer, Miller & O'Brien, 2019).

Translated from the french by Mark Kyburz

Bibliography

Hans ABBING, *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*, Amsterdam University Press, 2002.

Theodor W. ADORNO, Max HORKHEIMER, *La Dialectique de la raison*, 1947; Gallimard, 1974 (see the chapter on the culture industry).
– *The Culture industry, Enlightenment as mass deception, dialectics of enlightenment*, Herder and Herder, reed. 1972

Theodor W. ADORNO, « Mode intemporelle. À propos du jazz » (1936), in *Prismes*, Payot, 1986, p. 102-114. (see further Christian Béthune, *Adorno et le Jazz. Analyse d'un déni esthétique*, Klincksieck, 2003).
– *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*, Routledge, 1991
– *Essays on music*, University of California Press, 2002, édition de Richard Leppert (see the two acclaimed pieces on jazz [pp. 470-500]: « Farewell to Jazz », published in 1932 and especially « On Jazz », published in 1936; there is another text by Adorno on jazz, a book review: « Reviews », in *Studies in Philosophy and Social Science*, Vol IX, n°1, 1941, pp. 167-178).

Ricardo A. AFONSO, *Smart Cities: A Comprehensive Systematic Literature Review*, UFAL, 2012.

Chris ANDERSON, *The Long Tail, Why the future of business is selling less of more* Hyperion, 2006.
– *Free, The Future of a Radical Price*, Hyperion, 2009.

Ieng ANG, Yudhishtir RAJ ISAR, et al., *Cultural diplomacy: beyond the national interest?*, Routledge, 2016.

Ken AULETTA, *The Highwaymen, Warriors of the Information Superhighway*, Random House, 1997 (a collection of the journalist's main articles on the cultural industries published in *The New Yorker*)
– *Googled, The End of the World As We Know It*, Virgin Books, 2009.
– « Outside the Box », *The New Yorker*, February 3, 2014.

Florent AZIOSMANOFF, *Living Art, L'Art numérique*, CNRS Éditions, 2010.

Antoine de BAECQUE, Philippe CHEVALLIER, éd., *Dictionnaire de la pensée du cinéma*, Presses Universitaires de France, 2012.

Tino BALIO, *The American Film Industry*, University of Wisconsin Press, 1976, rev. 1986.

Abhijit BANERJEE, Esther DUFLO, *Repenser la pauvreté*, 2011, Seuil, 2012

Zygmunt BAUMAN, *Liquid Modernity*, Polity, 2000.
– *Liquid Life*, Polity, 2005.

William BAUMOL, William BOWEN, *Performing arts: The economic dilemma*, Twentieth Century Fund, 1966; The MIT Press, 1968.

Tony BENNETT, "The Political career of the culture concept", in Victoria DURRER, Toby MILLER, Dave O'BRIEN, ed., *The Routledge Handbook of Global Cultural Policy*, Routledge, 1st ed., 2019 (see chapter 38, pp. 607-621).

Walter BENJAMIN, « L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique » (1935), in *Œuvres*, t. III, Gallimard, 2000.

Alex BERGER, « Rapport sur la fiction sérielle », *Rapport officiel*, Centre National de la Cinématographie, 2018.

William BEYERS, Anne BONDS, Andrew WENZL, Paul SOMMERS, *The Economic Impact of Seattle's Music Industry*, Office of Economic Development, City of Seattle, 2004.

Nick BILTON, *Hatching Twitter, A True Story of Money, Power, Friendship and Betrayal*, Portfolio/Penguin, 2013

Claire BISHOP, *Artificial Hells, Participatory Art and the Politics of Spectatorship*, Verso, 2012.

Ryan BISHOP, Kristoffer GANSING, Jussi PARIKKA, Elvia WILK, *Across & Beyond: A Transmediale Reader on Post-digital Practices, Concepts and Institutions*, Sternberg Press, 2017.

Peter BISKIND, *Easy Riders, Raging Bulls, How the Sex-Drugs-and-Rock'n'Roll Generation Saved Hollywood*, Touchstone, 1998.

Joline BLAIS, Jon IPPOLITO, *At the edge of art*, Thames & Hudson, 2006.

Andrew BLUM, *Tubes, A Journey to the Center of the Internet*, Ecco, 2012.

Howard J. BLUMENTHAL, Oliver R. GOODENOUGH, *This Business of Television, The Standard Guide to the Television Industry*, Billboard, 3rd edition, 2006.

Luc BOLTANSKI, Ève CHIAPELLO, *Le Nouvel Esprit du capitalisme*, Gallimard, 1999.

- Luc BOLTANSKI, Arnaud ESQUERRE, *Enrichissement: Une critique de la marchandise*, Gallimard, 2017.
- Tom BORRUP, *The Creative Community Builder's Handbook: How to Transform Communities Using Local Assets, Art, and Culture*, Fieldstone Alliance, 2006.
- Amaranth BORSUK, *The Book*, The MIT Press, 2018.
- Mihir BOSE, *Bollywood, A History*, Tempus, 2007.
- Pierre BOURDIEU, *Les Héritiers: les étudiants et la culture*, éditions de Minuit, 1964
– *La Reproduction. Éléments d'une théorie du système d'enseignement*, éditions de Minuit, 1970
– *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Minuit, 1979.
- Nicolas BOURRIAUD, *Esthétique relationnelle*, Les Presses du réel, 1998.
- Victoria BRADBURY, Suzy O'HARA, eds., *Art Hack Practice: Critical Intersections of Art, Innovation and the Maker Movement*, CRC Press, 2019.
- Stewart BRAND, *The Media Lab, Inventing the Future at MIT*, Penguin, 1987.
- Benjamin BRATTON, *The Stack, On Software and Sovereignty*, MIT Press, 2016.
- Antoine BURRET, *Tiers-Lieux... et Plus si Affinités*, FYP, 2015.
- Julia CAGE, *Sauver les médias, Capitalisme, financement participatif et démocratie*, Le Seuil, 2015.
- Julia CAGE, Nicolas HERVE et Marie-Luce VIAUD, *L'information à tout prix*, INA, 2017.
- Dominique CARDON, *À quoi rêvent les algorithmes, Nos vies à l'heure des big data*, République des idées/Seuil, 2015.
– *Culture numérique*, Sciences Po, 2019.
- Manuel CASTELLS, *La Société en réseaux*, Fayard, 1998 (three volumes).
- Richard E. CAVES, *Creative Industries, Contracts between art and commerce*, Harvard University Press, 2000.
- Nicholas CHRISTAKIS, James FOWLER, *Connected, The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives*, Little, Brown and Company, 2009.
- Brian CHRISTIAN, Tom GRIFFITHS, *Algorithms to Live By, The Computer Science of Human Decisions*, William Collins, 2016.
- Vincenzo CICCHELLI, Sylvie OCTOBRE, Viviane RIEGEL, Tally KATZ-GERRO, Femida HANDY, "A tale of three cities: Aesthetico-cultural cosmopolitanism as a new capital among youth in Paris, Sao Paulo, and Seoul", *Journal of Consumer Culture* n°0, 2018.
- Yves CITTON, *Pour une écologie de l'attention*, Seuil, 2014
– « Post-scriptum sur les sociétés de recherche-création », AOC, 14 September 2018.
- Terry CLARK, Anne BARTLETT, et al., *The City as an Entertainment Machine*, Lexington Books, 2011.
- Terry CLARK, *Can Tocqueville Karaoke? Global contrasts of Citizen Participation, the Arts and Development*, Emerald, 2014.
- Nicolas COLIN, *Hedge: A Greater Safety Net for the Entrepreneurial Age*, CreatSpace, 2018.
- Pierre COLIN, Nicolas COLIN, *Rapport sur la fiscalité du secteur numérique*, Rapport au ministre du Redressement productif, January 2013 (available online at the ministry's website).
- Richard COLSON, *The Fundamentals of Digital Art*, Ava, 2007.
- Daniel CORNFIELD, *Beyond the Beat: Musicians Building Community in Nashville*, Princeton University Press, 2018.
- Edmond COUCHOT, Norbert HILLAIRE, *L'Art numérique*, Champs-Flammarion, 2009.
- Geoffrey CROSSICK, Patrycja KASZYNSKA, *Understanding the value of arts & culture, The AHRC Cultural Value Project*, Arts & Humanities Research Council (UK), 2016.
- Elizabeth CURRID, *The Warhol Economy: How Fashion, Art and Music Drive New York City*, Princeton University Press, 2007.
- Fredric DANNEN, *Hit Men*, Vintage, 1991.
- John DAVIES, "State of the art: Analysing where art meets technology using social network data", *Nesta*, May 2016a
– "Seven key findings from the new Creative Industry statistics", *Nesta*, June 2016b
– "A creative brief: The digital rise of the Department for Culture, Media and Sport (UK)", *Nesta*, Aout 2016c

- "Digital creative networks: Why social media is getting creative", *Nesta*, May 2017.
- "Visions and Reality - Can blockchain allow us to rethink the creative industries?", *Nesta*, June 2019.

Sandra DELACOURT, *L'artiste-chercheur, Un rêve américain au prisme de Donald Judd*, ed. B42-111, 2019.

Olivier DONNAT, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, La Découverte, 2009 (see also other studies by the DEPS/Ministry of Culture).

Esther DUFLO, *Le développement humain, Lutte contre la pauvreté I*, Seuil/République des idées, 2010

- *La politique de l'autonomie, Lutte contre la pauvreté II*, Seuil/République des idées, 2010

Victoria DURRER, Toby MILLER, Dave O'BRIEN, ed., *The Routledge Handbook of Global Cultural Policy*, Routledge, 1st ed., 2019.

Victoria DURRER, Toby MILLER, Dave O'BRIEN, "Towards global cultural policy studies", in Victoria DURRER, Toby MILLER, Dave O'BRIEN, ed., *The Routledge Handbook of Global Cultural Policy*, Routledge, 1st ed., 2019 (chapter 1, pp. 1-17) [Durrer, 2019b]

Ronald DWORKIN, "The Bakke decision: did it decide anything?", *New York Review of Books*, 17 August 1978.

Gary EDGERTON, Jeffrey JONES, ed., *The Essential HBO Reader*, The University Press of Kentucky, 2008.

Florence ENGASSER, "A new artistic approach to virtual reality", *Nesta*, 2017.

Edward Jay EPSTEIN, *The Big Picture, The New Logic of Money and Power in Hollywood*, Random House, 2005.

- *The Hollywood Economist, The Hidden Financial Reality Behind the Movies*, Melville House, 2010.

Jason EPSTEIN, *Book Business, Publishing Past Present and Future*, Norton, 2001.

Mike ERRICOJAN, "Touring Can't Save Musicians in the Age of Spotify", *New York Times*, 25 Janvier 2016.

Henry ETZKOWITZ, *MIT and the Rise of Entrepreneurial Science*, Routledge, 2002.
- *The Triple Helix, University-Industry-Government, Innovation in Action*, Routledge, 2008.

Martin FALK, Tally KATZ-GERRO, "Cultural participation in Europe: Can we identify common determinants?", *J Cult Econ*, 40, 2016.

Tal FEDER, Tally KATZ-GERRO, "Who benefits from public funding of the performing arts? Comparing the art provision and the hegemony-distinction approaches", *Poetics*, n°40, 2012.

- "The cultural hierarchy in funding: Government funding of the performing arts based on ethnic and geographic distinctions", *Poetics*, n°49, 2015.

Ed FINN, "Art by algorithm, From book critiques to music choices, computation is changing aesthetics. Does increasingly average perfection lie ahead?", *Aeon.co*, 27 September 2018.

Fabrice FLIPO, Michelle DOBRE, Marion MICHOT, *La Face cachée du numérique: l'impact environnemental des nouvelles technologies*, L'Échappée, 2013.

Richard FLORIDA, *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, 2002.

- *The Flight of the Creative Class*, Harper, 2005.

Pierre-William FREGONESE, *De la stratégie culturelle française au XXI^e siècle*, Garnier, 2019.

Beatriz GARCIA, *The Olympic games and Cultural Policy*, Routledge, 2012.

Joel GARREAU, *Edge City, Life on the New Frontier*, Anchor Books, 1991.

Nolan GASSER, *Why You Like It, The Science & Culture of Musical Taste*, Flatiron Books, 2019.

Manfred GERIG, Michael SONDERMANN, Christoph WECKERLE, *Creative Industries Switzerland: Facts, Models, Culture*, Birkhauser Verlag AG, 2008.

George GILDER, "The Information Factories", *Wired*, October 2006.

Anand GIRIDHARADAS, "Museums See Different Virtues in Virtual Worlds", *New York Times*, 7 August 2014.

Edward GLAESER, *Triumph of the City: How our Greatest Invention Makes us Richer, Smarter, Greener, Healthier and Happier*, Penguin, 2012.

James GLEICK, *The Information, A History, a Theory, a Flood*, Fourth Estate, 2011

Arlene GOLDBARD, *New Creative Community: the Art of Cultural Development*, New Village Press, 2006.

- Diane GRAMS, Betty FARRELL, eds., *Entering cultural communities, Diversity and Change in the Non Profit Arts*, Rutgers University Press, 2008.
- Simon GRAND, "What If? Strategy Design for Enacting Enterprise Performance", in Walter Brenner, Falk Uebernickel, eds., *Design Thinking for Innovation*, Springer, 2016.
- Colleen GRAVES, Aaron GRAVES, *The Big Book of Makerspace Projects*, McGraw-Hill, 2016.
- Madeleine GRAWITZ, *Méthodes des sciences sociales*, 1964; rééd., Dalloz, 2001.
- Emmanuel GRIMAUD, *Bollywood Film Studio ou comment les films se font à Bombay*, CNR Editions, 2003.
- Carl GRODACH, Daniel SILVER, *The Politics of Urban Cultural Policy: Global Perspectives*, Routledge, 2012.
- Félix GUATTARI, *Les Trois Écologies*, Galilée, 1989.
- Christophe HANNA, *Nos dispositifs poétiques, Questions théoriques*, 2010.
- Stefano HARNEY, Fred MOTEN, *The Undercommons, Fugitive planning & Black Study*, Minor Compositons, 2013.
- Nathan HELLER, "The digital republic, Has a tiny post-Soviet nation [Estonia] solved the problems of twenty-first-century America?", *The New Yorker*, December 18-25, 2017.
- Raphaela HENZE, Gernot WOLFRAM, éd., *Exporting Culture, Which role for Europe in a Global World?*, Springer, 2014.
- Pekka HIMANEN, *The Hacker Ethic and the Spirit of the New Economy*, Random House, 2001.
- Euny HONG, *The Birth of Korean Cool, How One Nation is Conquering the World Through Pop Culture*, Picador, 2014.
- Desmond HUI, ed., *AR Awakening: X-Realities of Honk Kong Layering*, MCCM Creations, 2019.
- Koichi IWABUCHI, *Recentering Globalization, Popular Culture and Japanese Transnationalism*, Duke University Press, 2002.
- Shannon JACKSON, *Social Works: Performing Art, Supporting Publics*, Routledge, 2011
- Fabrice JALLET, *Enquête Startups de la musique*, IRMA, 2017 (survey based on 144 start-ups and 146 French company founders).
- Aurélien JEAN, *De l'autre côté de la machine. Voyage d'une scientifique au pays des algorithmes*, L'observatoire, 2019.
- Henry JENKINS, Joshua GREEN, Sam FORD, *Spreadable Media, Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York University Press, 2013.
- Steven JOHNSON, *Everything Bad is Good for You*, Penguin Books, 2005.
– "The Creative Apocalypse that wasn't", *New York Times*, 19 August 2015 (based on the following data: Department of Labor and the Occupational Employment Statistics and Economic Census; the data are confirmed by studies by the National Endowment for the Arts.).
- Tony JUDT, *Après Guerre, Une histoire de l'Europe depuis 1945*, Armand Colin, 2007
- Michiko KAKUTANI, "Selling as Hard as He can", *The New York Times*, October 28, 2013
- Anita KANGAS, Nancy DUXBURY, et al., *Cultural Policies for Sustainable Development*, Routledge, 2018.
- Andrew KARVONEN, Federico CUGURULLO, Federico CAPROTTI, eds., *Inside Smart Cities: Place, Politics and Urban Innovation*, Routledge, 2018.
- Tally KATZ-GERRO, "Cross-National Differences in the Consumption of Non-National Culture in Europe", *Cultural Sociology*, Vol. 11(4), 2017.
- Gina KEATING, *Netflixed: The Epic battle for America's Eyeballs*, Portfolio Trade, 2013.
- John KELLEHER, *Deep Learning*, The MIT Press, 2019.
- Kevin KELLY, *The Inevitable, Viking*, 2016 (see the chapter on "Filtering").
- Grant KESTER, *The One and the Many: Contemporary Collaborative Art in a Global Context*, Duke University Press, 2011
- Parag KHANNA, *The Second World, How Emerging Powers Are Redefining Global Competition in the Twenty-First Century*, Random House, 2008.
- Michel LALLEMENT, *L'Âge du faire, Hacking, travail, anarchie*, Seuil, 2015.
- Charles LANDRY, *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, Earthscan, 2003.

- Jaron LANIER, *Who Owns the Future?*, Allen Lane, 2013.
– *Ten Arguments For Deleting Your Social Media Accounts Right Now*, Bodley Head, 2018.
- Bruno LATOUR, *Face à Gaïa, La Découverte*, 2015.
– *Où atterrir ?*, La Découverte, 2017.
- Lucas LEGER, ed., « Mes data sont à moi. Pour une patrimonialité des données personnelles », *Think tank Generation Libre*, 2018.
- Ben LERNER, "The Custodians, How the Whitney is transforming the art of museum conservation", *The New Yorker*, 11 January 2016.
- Pierre LESCURE, « Acte II de l'exception culturelle, Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique », *Rapport officiel*, Ministère de la Culture (France), 2013
- Lawrence LESSIG, *The Future of Ideas: the Fate of the Commons in a Connected World*, Random House, 2001
– *Free Culture: How Big Medias Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*, Penguin Press, 2004
– *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*, Penguin Press, 2008.
– "Off the Grid, The Superstar Law Professor is Marching across New Hampshire to Save Democracy. Are You with Him?", interview by Simon VAN ZUYLEN-WOOD, *The New Republic*, 5 February, 2014.
- Jane L. LEVERE, "If you can't make it to the lecture", *New York Times*, 19 March 2014.
- Steven LEVY, *L'Éthique des hackers*, 1984; Globe, 2013.
- Richard LLOYD, *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City*, Routledge, 2005.
- Steve LOHR, "Museums Morph Digitally", *The New York Times*, 23 October 2014.
- Alexis MADRIGAL, "How Netflix Reverse Engineered Hollywood", *The Atlantic*, 2 Janvier 2014.
- André MALRAUX, « Décret de création du Ministère des affaires culturelles », 24 July 1959, *Journal Officiel de la République française*, 26 July 1959.
- Erin MANNING, Brian MASSUMI, *Pensée en acte, Vingt propositions pour la recherche-crédation*, Les Presses du Réel, 2018 (with an afterword by Yves Citton).
- Andrew MARANTZ, "The Virologist", *The New Yorker*, 5 January 2015.
- Ann MARKUSEN, "Artists Embedded: Sector, Employment Status, Occupation, Industry, Employer Type, Place", 2020, in Hartmut WICKERT, Frédéric MARTEL, eds., *Embedded Artists, Artists Outside the Art World: The World in Quest of Artists*, op. cit.
– "Creative Placemaking: A Reflection on a 21st Century American Arts Policy Initiative" in *Courage Cara*, Anita McKeown, eds., *Creative Placemaking and Beyond*, Routledge, 2018
- Ann MARKUSEN, Anne GADWA NICODEMUS, "Creative Placemaking", Mayors' Institute on City Design, National Endowment for the Arts, October 2010.
- Ann MARKUSEN, Sam GILMORE, Amanda JOHNSON, Titus LEVI, Andrea MARTINEZ, "Crossover: How Artists Build Careers across Commercial, Nonprofit and Community Work. Minneapolis", Project on Regional and Industrial Economics, University of Minnesota, 2006
- Ann MARKUSEN, Greg SCHROCK, "The Artistic Dividend: Urban Artistic Specialization and Economic Development Implications", *Urban Studies* 43, n°10, 2006.
- Frédéric MARTEL, *De la Culture en Amérique*, Gallimard, 2006.
– *Mainstream, Enquête sur la guerre globale de la culture et des médias*, Flammarion, 2010.
– *Smart, Enquête sur les internets*, Stock, 2014.
– « L'écrivain social, la condition de l'écrivain à l'âge numérique », *Rapport officiel*, Centre National du Livre/Ministère de la Culture (France), 2015.
– "Smart Curation and the Role of Algorithms in Cultural Reception", in chapter 3, pp. 42-51 (three articles first published in *Slate* in 2015), réédition in: Ruedi Widmer, Ined Kleesattel, eds., *Scripted Culture, Digitalization and the Cultural Public Sphere*, op. cit.
– « Faut-il être fou pour installer sur un désert hostile l'un des plus grands festivals du monde ? », *Slate*, 11 September 2016.
– "Positive Economy, Towards New Business Models for Artists", pp. 5-25, in C. Weckerle, 3rd *Creative Economies Report*, 2018, art. cit.
- Vincent MARTIGNY, *Dire la France. Culture(s) et identités nationales (1981-1995)*, Presses de Sciences Po, 2016.
- Viktor MAYER-SCHÖNBERGER, Kenneth CUKIER, *Big Data, A Revolution That Will Transform How We Live, Work and Think*, John Murray ed., 2013 (paperback, 2014).

- Mariana MAZZUCATO, *The Entrepreneurial State*, Anthem Press, 2013.
- Pierre-Michel MENGER, *Paradoxe du musicien*, Flammarion, 1983
– *Portrait de l'artiste en travailleur: Métamorphoses du capitalisme*, La République des Idées/Le Seuil, 2003
– *Le Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, Gallimard/Seuil, 2014.
- Lee MCINTYRE, *Post-Truth*, The MIT Press, 2018.
- Alex MICHALOS, "Arts and the quality of life: an Exploratory study", *Social Indicators Research*, March 2005, Volume 71, Issue 1–3, pp 11–59.
- Toby MILLER, Nitin GOVIL, John MCMURRIA, Richard MAXWELL, *Global Hollywood*, BFI, 2001.
- William J. MITCHELL, *e-topia*, The MIT Press, 1999.
- Evgeny MOROZOV, *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*, Public Affairs, 2011.
- Frank MOSS, *The Sorcerers and Their Apprentices: How the Digital Magicians of the MIT Media Lab are Creating the Innovative Technologies That Will Transform Our Lives*. Crown Business, 2011.
- Nicholas NEGROPONTE, *Being Digital*, Vintage, 1995.
- Casey NEWTON, "How one of the best films at Sundance was shot using an iPhone 5S", *The Verge*, 28 February 2016.
- Jennifer NOVAK-LEONARD, Michael REYNOLDS, Ned ENGLISH, Norman BRADBURN, *The Cultural Lives of Californians, Insights from the California Survey of Arts & Cultural Participation*, Norc/University of Chicago, 2015.
- Martha NUSSBAUM, Amartya SEN, ed., *The Quality of Life*, Clarendon Press, 1993.
- Martha NUSSBAUM, *Not For Profit, Why Democracy Needs The Humanities*, Princeton University Press, 2010.
- Joseph S. NYE, Jr., *Soft Power, The Means to Success in World Politics*, Public Affairs, 2004.
– *The Future of Power*, Public Affairs, 2011.
- Will OREMUS, "Who Controls Your Facebook Feed? A small team of engineers in Menlo Park. A panel of anonymous power users around the world. And, increasingly, you", *Slate*, 3 January 2016.
- David OSBORNE, Ted GAEBLER, *Reinventing Government, How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector*, Basic Books, 1992.
- George PACKER, "Cheap Words, Amazon is good for customers. But is it good for books?", *The New Yorker*, 17 & 24 February 2014.
- John PALFREY, *Intellectual Property Strategy*, The MIT Press, 2011.
- Eli PARISER, *The Filter Bubble, What the Internet is Hiding from You*, Penguin Press, 2011.
- Adam PASICK, "The magic that makes Spotify's Discover Weekly playlists so damn good", *Quartz*, 21 December 2015.
- Christiane PAUL, *L'Art numérique*, Thames & Hudson, 2008.
- Nick PAUMGARTEN, "We Are a Camera. Experience and memory in the age of GoPro", *The New Yorker*, 22 September 2014.
- Benjamin PETERS, ed., *Digital Keywords, A Vocabulary of Information, Society & Culture*, Princeton University Press, 2016 (see esp.: "Introduction", "Algorithmn", "Cloud", "Participation", "Prototype", "Sharing" and "Personalization").
- POLICY RESEARCH GROUP, *The Creative Economy: Key Concepts and Literature, Review Highlights*, Canadian Heritage, May 2013
- Marcin POPRAWSKI, "Cultural education organizations and flexible individualization of taste", *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 28 No. 2, 2015.
- Kent E. PORTNEY, *Sustainability*, The MIT Press, 2015.
- Samantha POWER, *The Education of an idealist*, W. Collins, 2019.

- Andy PRATT, "The Challenge of Governance in the Creative and Cultural Industries", in Lange, Kalandides, Stober, Wellmann, eds., *Governance Der Kreativwirtschaft: Diagnosen Und Handlungsoptionen*, Verlag, 2009.
- "Music Rights: Towards a Material Geography of Musical Practices in the 'Digital Age'", in Hracs, Seman, Virani, eds., *The Production and Consumption of Music in the Digital Age*, Routledge, 2016.
- "Innovation and the Cultural Economy", in Harald Bathelt, Patrick Cohendet, Sebastian Henn, Laurent Simon, eds, *The Elgar Companion to Innovation and Knowledge Creation: A Multi-Disciplinary Approach*, Edward Elgar, 2017.
- "Cultural Industries and Public Policy: An Oxymoron?", *International Journal of Cultural Policy*, 11, pp. 31-44
- David PRICE, *The Pixar Touch, The Making of a Company*, Knopf, 2008.
- Mike PROULX, Stacey SHEPATIN, *Social TV*, John Wiley, 2012.
- Robert PUTNAM, *Bowling Alone, The Collapse and Revival of American Community*, Touchstone, 2000.
- Gary L. REBACK, *Free the Market! Why Only Government Can Keep the Marketplace Competitive*, Portfolio, 2009 (voir aussi sur Gary Reback et Susan Creighton: Steve LOHR, "Onetime Allies in Antitrust Part Ways Over Google", *New York Times*, December 16, 2012 et James TEMPLE, "Antitrust Bulldog Gary Reback Pushes Google Probe", *San Francisco Chronicle*, January 24, 2011).
- Scott REYBURN, "Why Cryptocurrencies be the art market's next big thing?", *New York Times*, 13 January 2018.
- Frank RICH, *Hot Seat, Theater Criticism for The New York Times, 1980-1993*, Random House, 1998.
- Steven ROSENBAUM, *Curation Nation, Why the Future of Content is Context, How to Win in a World Where Consumers are Creators*, McGraw Hill, 2011.
- Carole ROSENSTEIN, *Understanding Cultural Policy*, Routledge, 2018.
- Alex ROSS, "The Classical Cloud. The pleasures and frustrations of listening online", *The New Yorker*, 8 September 2014.
- "The Fate of the Critic in the Clickbait Age", *The New Yorker*, 13 March 2017.
- Gabriel ROSSMAN, *Climbing the Charts, What Radio Airplay Tells Us About the Diffusion of Innovation*, Princeton University Press, 2012.
- Joshua ROTHMAN, "In the Age of A.I., is seing still believing?", *The New Yorker*, 12 November 2018.
- Nayan RUPARELIA, *Cloud Computing*, The MIT Press, 2016.
- Michael SANDEL, *What Money Can't Buy, The Moral Limits of Markets*, Allen Lane, 2012.
- Amitabh SATYAM, Igor CALZADA, *The Smart City Transformations, The Revolution of the 21st Century*, Bloomsbury, 2017.
- Michael SCHERDIN, Ivo ZANDER, ed., *Art entrepreneurship*, Edward Elgar Publishing, 2011.
- Eric SCHMIDT, Jared COHEN, *The New Digital Age, Reshaping the Future of People, Nations and Business*, Knopf, 2013.
- Peter SCHUCK, *Diversity in America: keeping government at a safe distance*, Harvard University Press, 2003.
- Amartya SEN, *Identity & Violence, The Illusion of Destiny*; conférences, 2001-2002, Penguin Books, 2006.
- Dan SENOR, Saul SINGER, *Start-up Nation, The Story of Israel's Economic Miracle*, Twelve, 2009.
- Neil SHISTER, *Radical Ritual: How Burning Man Changed the World*, Counterpoint, 2019
- Tom SHONE, *Blockbuster, How Hollywood Learned to Stop Worrying and Love the Summer*, Simon and Schuster, 2004.
- Ben SISARIO, "New Way to Pay Songwriters and Musicians in the Streaming Age Advances", *New York Times*, 28 June 2018.
- Emmanuël SOUCHIER, Étienne CANDEL, Gustavo GOMEZ-MEJIA, *Le Numérique comme écriture*, Armand Colin, 2019.
- Julian STALLABRASS, *Internet Art: The Online Clash Between Culture and Commerce*, Tate Publishing, 2003.
- Tom STANDAGE, *Writing on the Wall, Social Media. The First 2,000 Years*, Bloomsbury, 2013.
- Paul STARR, *The Creation of the media, Political origins of Modern Communications*, Basic Books, 2004.
- James B. STEWART, *DisneyWar*, Simon & Schuster, 2005.

- Joseph STIGLITZ, Amartya SEN, Jean-Paul FITOUSSI, *Richesse des nations et bien-être des individus: performances économiques et progrès social*, Odile Jacob, 2009.
- Brad STONE, *The Everything Store, Jeff Bezos and the Age of Amazon*, Little, Brown and Company, 2013.
- Jonathan TAPLIN, *Move Fast and Break Things, How Facebook, Google and Amazon cornered culture and undermined democracy*, Little, Brown & Company, 2017.
- Peter TAYLOR, Larissa DAVIES, Peter WELLS, Jan GILBERTSON, William TAYLEUR, *A Review of the Social Impacts of Culture and Sports*, CASE Program, 2015.
- David THROSBY, *Economics and Culture*, Cambridge University Press, 2004.
- Anthony M. TOWNSEND, *Smart Cities, Big Data, Civic Hackers, and the Quest for a New Utopia*, Norton, 2013.
- Enzo TRAVERSO, «Adorno et les antinomies de l'industrie culturelle», *Communications*, 2012/2, n°91, pp. 51-63.
- Sherry TURKLE, *Alone Together, Why we expect from technology and less from each other*, Basic Books, 2012
– *Reclaiming Conversation, The Power of Talk in a Digital Age*, Penguin Press, 2015.
- Fred TURNER, *From Counterculture to Cyberculture, Stewart Brand, The Whole Earth Network and the Rise of Digital Utopianism*, University of Chicago Press, 2006.
- Philippe URFALINO, *L'invention de la politique culturelle*, Hachette, 1996.
- Sudhir Alladi VENKATESH, *American Project, The Rise and Fall of a Modern Ghetto*, Harvard University Press, 2000.
- Eric VIDALENC, *Pour une écologie numérique*, Les petits matins, 2019.
- Antonios VLASSIS, *Gouvernance mondiale et culture: De l'exception à la diversité*, Presses Universitaires de Liège, 2015.
- Bruce WANDS, *L'Art à l'ère numérique*, Thames & Hudson, 2007.
- Christoph WECKERLE, "Swiss Cultural Policy Profile in compendium database", *Cultural Policies*, 2014 (<https://www.culturalpolicies.net/>) – éd., "Entrepreneurial Strategies for a "Positive Economy"", *3rd Creative Economies Report*, Switzerland 2018, Creative Economies Research Venture, Zurich, 2018 (see Frédéric Martel, "Positive Economy, Towards New Business Models for Artists", pp. 5-25)
- Christoph WECKERLE, Andreas VOLK, "Die Rolle von Kultur und Kulturpolitik in den schweizerischen Aussenbeziehungen", *Synthesebericht*, Schweizerischer Nationalfonds/Swiss National Science Foundation, 1999.
- Hartmut WICKERT, Frédéric MARTEL, éd., *Embedded Artists, Artists Outside the Art World: The World in Quest of Artists*, ZHdK Publication, 2020.
- Ruedi WIDMER, Ined KLEESATTEL, éd., *Scripted Culture, Digitalization and the Cultural Public Sphere*, Diaphanes/Zurich, 2018.
- Peter WOOD, *Diversity, the invention of a concept*, Encounter Books, 2003.
- Joanna WORONKOWICZ, Douglas NOONAN, "Why Goes Freelance? The Determinants of Self-Employment for Artists", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol 43 (4), 2019.
- Joanna WORONKOWICZ, "The Embedded Artist Worker: Shifting Perspectives on Artists in the Labor Force", 2020, in Hartmut WICKERT, Frédéric MARTEL, éd., *Embedded Artists, Artists Outside the Art World: The World in Quest of Artists*, op. cit.
- Joanna WORONKOWICZ, Carroll JOYNES, Peter FRUMKIN, Anastasia KOLENDO, Bruce SEAMAN, Robert GERTNER, Norman BRADBURN, *Set in Stone: Building America's New Generation of Arts*, Cultural Policy Center at University of Chicago, 2012.
- Tim WU, "Niche is the New Mass", *The New Republic*, December 9, 2013.
- Fareed ZAKARIA, *The Post-American World and the Rise of the Rest*, Norton, 2008.

Statistics and data

- MEDIA AND DIGITAL DATA, US & GLOBAL: Wall Street Journal/Activate Technology & Media Outlook 2016 et 2020, see <https://activate.com/outlook/>; see also PriceWaterHouseCoopers: Global entertainment & media outlook 2017-2021, New York (a comprehensive five-year forecast focuses on trends across 17 segments and 54 countries; including Entertainment, Movie Industry, Music, Book, TV, Video Game, Media outlets, Internet). Overview/country data: The Economist, *World in Figure*, 2018
- WTO/OMC: World Trade Statistical Review 2017.
- FMI/IMF: Balance of Payments and International Investment Position Statistics, 2015 and World Economic Outlook, January 2018.
- EUROPE: Eurostat, Cultural Statistics, 2016 (Statistical Office of the European Communities); KEA & PPMI, *Research for CULT Committee, Culture and creative sectors in the European Union*, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, 2019.
- UNESCO: Creative Economy Report, 2013, Institute for Statistics (few data and little government self-reporting, therefore unreliable).
- UNCTAD (U.N. agency dealing with trade, investment and development issues): Creative Economy Outlook, Trends in international trade in creative industries, UNCTAD/DITC/TED, 2018.
- ARTIST EMPLOYMENT (US): US government's Population Census (the acclaimed "Census" has been replaced by a "sample"); American Community Survey 2010-2014; US Bureau of Labor Statistics, BLS, 2005; National Endowment for the Arts; McKinsey Global Institute Survey; JPMorgan Chase & Co Institute; National Bureau of Economic Research, NBER, 1995-2015 (for a discussion of these data as applicable to the arts, see Sunil Iyengar & Bonnie Nichols, "Taking Note: Measuring the Gig Economy through a New Data Source", *NEA*, Dec 2016; see also Markusen, 2020).
- NEA / National Endowment for the Arts (US): numerous studies available on the NEA site.
- NESTA (Royaume Uni): for studies and data on Europe and the United Kingdom (see NESTA's "Creative Economy & Culture" division).
- COMPENDIUM of Cultural Policies & Trends, Boekman Foundation (The Netherland).
- IDATE: *DigiWorld Yearbook* 2017.
- PIRACY: For piracy data in the music sector, see "The Media Piracy Report", The American Assembly at Columbia University, 2011; on cinema: MPAA. See also: The Department of Commerce, *Internet Policy Task Force, Copyright Policy, Creativity, and Innovation in the Digital Economy*, 2013.
- CINEMA: On the US box office, see MPAA; On US Box Office: Variety; Hollywood Reporter, BoxOfficeMojo and IMDb.
- MUSIC: Music sales (CD and streaming): Nielsen SoundScan and Billboard.
- PUBLISHING (sales in the US and Canada): Nielsen BookScan.
- RADIO: CMJ New Music Report; podcasts: magellan.ai