

Denis Cogneau.
 Communication à la journée des économistes de l'ORSTOM.
 15 septembre 1992.

FMI vs UNESCO?

"...il en sera de même de la valeur artistique du clip de 1980 comme de la valeur artistique de l'affiche de 1880: elle variera en fonction de sa signature et augmentera au fur et à mesure que son rapport à l'objet mercantile diminuera. On mettra au musée une affiche Dubonnet comme on y a mis une statue d'Apollon: du jour où on ne croira plus en Dubonnet."

Pascal ORY. L'aventure culturelle française - 1945-1989.

En définitive, si l'on en a tellement après le marché des théoriciens néo-classiques ou des politiciens libéraux c'est au nom d'une "plus haute" conception de l'homme que celle que caricature l'*homo oeconomicus*. A la limite, le débat scientifique pourrait ne porter que sur *le caractère opératoire de telle ou telle réduction*⁽¹⁾ de l'homme à telle ou telle espèce d'animal étrange: calculatrice et rationnelle, politique, symbolique, etc. Mais l'*homo academicus* est aussi animal politique, et les discours sur le Marché n'auraient pas la virulence qu'on leur connaît si adversaires et zéloteurs n'avaient pas "quelque chose derrière la tête": une vision plus ou moins floue de l'homme et de la société. Les adversaires du marché ont sans doute dans leurs bagages la tradition kantienne où l'homme est défini comme producteur de formes symboliques, de "culture"⁽²⁾. Au regard de cette tradition, l'homme marchand a quelque chose de "sordide", et le marché pour le marché est parmi les plus "médiocres" Fins de l'Histoire.

L'homme marchand fait en effet pâle figure à côté de l'homme de culture. Sur ce plan, toute la classe intellectuelle occidentale est forcément d'accord et il n'y pas de religion du marché. Aucun "économiste distingué" même libéral n'ira présenter le marché comme une fin en soi, mais bien comme le moyen de libérer l'homme et de l'élever vers la "Culture". De Marshall à Marx, on fait toujours entrevoir le même objectif ultime de l'Economie Politique: faire accéder le plus grand nombre d'individus aux "manifestations les plus hautes de l'esprit". Bien sûr, les moyens d'arriver à ce résultat diffèrent sensiblement, et en pratique ce sont ceux-là qui importent (car l'horizon de l'utopie est toujours un peu trop éloigné). Aussi, il est hors de mon intention et de mes capacités de discuter les utopies culturelles des économistes.

En revanche, il me semble qu'au sein du désarroi idéologique qui caractérise cette fin de siècle, la résistance au Grand Marché et au libéralisme est tentée de récupérer le thème de la culture et de ce qu'on appelle couramment les politiques culturelles, d'autant plus qu'on s'alarme du progrès d'une "culture du marché" diffusée largement au monde par les média américains, avec la publicité pour fer de lance. La recherche d'une "autre politique" doit cependant être consciente des échecs passés et des dilemmes qu'elle affronte. Or, les illusions universalistes des défenseurs du "désintéressement" sont parfois aussi tenaces que celles des promoteurs du "tout Marché". Il s'agit aussi de savoir à quelles conditions cette politique serait

(1): Les sciences sociales ne sont pas préoccupées de définir la "Nature Humaine", ce qui est l'une des tâches traditionnelles des philosophes. D'autre part, comme toute science, elles opèrent des réductions des phénomènes à quelques éléments simples.

(2): : Langage, Art, Science, Religion. Cf. CASSIRER, Ernst, *Essai sur l'Homme*, Ed. de Minuit. Tous les religieux en ont d'ailleurs contre le "Marché" à cause de Dieu. Les intellectuels à cause de l'Art ou de la Culture.

vraiment "autre". La question qui lance mon exposé est donc la suivante: le marché détruit-il la culture ou ces deux monstres font-ils bon ménage⁽³⁾?

Cultures, fin de siècle.

Je ne parlerai que de l'exemple européen et particulièrement français depuis l'Après-Guerre. Toutes les évolutions ne sont pas transposables aux pays du Tiers-Monde; ou bien certaines sont plus rapides, d'autres plus lentes selon le point de départ et la force des inerties rencontrées. D'autre part, il ne sera question que de la production intellectuelle ou artistique "d'oeuvres" (qu'on peut définir juridiquement comme tout ce qui touche des droits d'auteur), et non de la *Kultur* au sens large qui comprendrait la langue, les manières, les moeurs, autrement dit l'ensemble des formes symboliques propres à une civilisation. Les cultures évoquées seront donc définies comme des segments de la consommation et de la production "d'oeuvres" ou biens culturels.

Au cours des "trente glorieuses", la France a connu la croissance dite fordiste tirée par la section des biens de consommation, caractérisée notamment par une modernisation technologique accélérée, et la fin du mouvement séculaire d'urbanisation. Des transformations des modes de vie ont résulté de ces phénomènes. Cependant, la continuité des comportements et des structures sociales, à travers le lignage familial, le fonctionnement de l'Ecole, l'organisation du travail, nous semblent interdire une description des changements en termes de révolution radicale⁽⁴⁾.

L'effacement des cultures traditionnelles.

Les cultures populaires traditionnelles et rurales ont été les premières victimes des changements, qu'il s'agisse des cultures paysannes ou artisanales. La "fin des terroirs" et des "paysans" ont réduit une grande partie de la culture rurale au folklore. La culture ouvrière urbaine s'est trouvée plus consommatrice que productrice de biens culturels propres. Enfin la désindustrialisation des grandes villes, la croissance des revenus et la personnalisation des tâches dans les grandes industries ont achevé une "familialisation" (que certains qualifieraient un peu vite "d'embourgeoisement") des hommes ouvriers, qui s'exprime notamment dans la désaffection croissante que connaissent les cafés et les stades, et dans "l'accession à tous prix" à la propriété privée. Les ménages ouvriers manifestent aujourd'hui la sociabilité la plus en retrait, et l'importance du chômage fait peser sur eux une régression dans la consommation de tous les biens en forte croissance dans les budgets des autres ménages: transports, communication, loisirs, culture. En tout état de cause, les modes de vie des agriculteurs et des ouvriers ne manifestent plus la même originalité qu'avant. L'effacement des cultures traditionnelles suit le déclin numérique des catégories qui les produisaient. La marche du capitalisme a donc tué les productions des cultures traditionnelles; elle s'est dans le même temps accompagnée du développement à grande échelle de la production d'oeuvres et d'un élargissement de leur marché.

La permanence de la culture de consommation.

Dans les quarante dernières années, deux phénomènes essentiels ont marqué les ménages européens du point de vue culturel: la scolarisation de masse et la consommation de masse, de manière relativement parallèle.

(3): Comme le jazz et la java, finalement? Dans les termes plus sérieux et plus à la page de l'*Economie des Conventions*, le "compromis" n'est-il pas fréquent entre les "cités" marchandes et industrielles et celle dite de "l'inspiration"? Cf. BOLTANSKI, Luc, THEVENOT, Laurent, *Les Economies de la Grandeur*.

(4): Il s'agit donc de "Cultures, fin de siècle" par analogie avec le livre des régulationnistes "Capitalismes, fin de siècle", qui tente d'analyser les changements et la reproduction des formes du Capitalisme.

La vague d'équipement massive des ménages en automobile, réfrigérateur, machine à laver, puis téléphone, radio et téléviseur témoigne des bouleversements technologiques intervenus dans la consommation de culture. Au cours des années soixante-dix, on a vu continuer la diffusion du téléphone puis commencer celle du téléviseur couleur, et avec un caractère moins massif celle du magnétophone à cassette, puis de la chaîne hi-fi. Dans le contexte morose des années quatre-vingt, la dernière vague d'équipement des ménages a été presque complètement importée et plus sophistiquée: second poste TV, magnétoscope, platine laser, walk-man. On voit donc apparaître une profusion de moyens de diffusion culturels⁽⁵⁾.

Cependant, la "culture de consommation" comme l'appelle l'historien Pascal ORY, et dont la logique de production est essentiellement marchande, n'est troublée par la médiatisation qu'en surface. Selon lui, les deux constantes de cette culture peuvent être suivies depuis plusieurs siècles: un "effet de réel" (réalisme sans le recours aux métalangages de l'esthétique ou de l'idéologie), et un "effet d'évasion" avec le triptyque "Grands Sentiments-Dépayement-Défoulement" (le défoulement regroupant lui-même trois ingrédients: Action, Désir, Rire). "L'hégémonie" de la télévision n'y a rien changé⁽⁶⁾.

Le marché de ce type de biens culturels s'est élargi mais cet élargissement n'en a pas changé les formes. Dans le livre, le théâtre, le cinéma ou la télévision, les filons sont toujours les mêmes, même si les modes qui passent en modifient superficiellement le dosage. Les effets de série prédominent: dans les carrières des producteurs, dans les thèmes abordés et les genres (constitués pour être reconnaissables par les consommateurs au premier coup d'oeil). L'élargissement du marché s'est simplement accompagné d'une segmentation plus fine des consommateurs, permise par toutes les techniques de la publicité et du marketing, permettant la recherche d'une plus grande efficacité des mêmes formes séculaires.

Du côté de la production, cet élargissement du marché a conduit à des changements d'échelle et à une concentration oligopolistiques de ce qu'on appelle depuis les "industries culturelles". Enfin, le marché s'est internationalisé et les producteurs dominants sont devenus les américains. Finalement, la consommation de culture de masse, économiquement dominante, culturellement dominée, ne montre pas des caractéristiques tellement différentes des autres productions du capitalisme.⁽⁷⁾

Quand on déplore la médiatisation et la marchandisation des biens culturels, de quoi parle-t-on alors? S'il y a un grand coupable, il est séculaire et ce n'est pas le marché libéral, c'est le capitalisme. Pour la France comme pour les PED, l'invasion des produits culturels américains (pas encore japonais: dessins animés) ne reflète pas un impérialisme de plus ajouté par le libéralisme (les biens étaient déjà marchands), mais toujours la même internationalisation et concentration du capitalisme, identifiée par BRAUDEL comme une caractéristique originelle. La différence entre les chaînes publiques "populaires" et les chaînes privées n'est pas suffisamment grande pour que la privatisation libérale soit incriminée, tant que leur objectif est de répondre à une demande spontanée.

La reproduction (non-marchande) de la culture savante.⁽⁸⁾

Il est bien des productions culturelles que le libéralisme menace directement. Non rentables dans leur forme actuelle, elles doivent être subventionnées ou disparaître. Il en est ainsi en France de l'opéra et des concerts classiques, d'une partie du théâtre, du cinéma, de l'édition, de la télévision "culturelle", etc. Comme par exemple pour la recherche en sciences

(5): Et l'éloignement du créateur et de son public, en comparaison des cultures traditionnelles, est une tendance qui prévaut depuis Gutenberg.

(6): Et les rêves d'ascension sociale ont à peine changé de forme. On rêve toujours d'être chanteur ou acteur, comme les apprentis romanciers rêvent d'être un jour dans les salons littéraires télévisés.

(7): Une bonne partie des évolutions de la consommation de biens culturels peut d'ailleurs s'expliquer par les élasticités-prix et revenus et les mouvements de prix de chaque bien: livre, enregistrements musicaux, spectacles, vidéo, etc.

(8): Une bonne partie des idées de ce paragraphe trouvent leur source dans les thèses de Pierre BOURDIEU.

humaines, il en est ainsi de toutes les formes de culture savante. Cependant, le fait que ces productions soient consommées principalement par les classes supérieures pose un cruel dilemme à une politique culturelle de gauche, puisque leur soutien constitue une subvention indirecte aux catégories les plus favorisées de la population. En réponse à cette contradiction, les politiques culturelles se dotent donc d'un volet de "développement culturel", appelé autrefois en France "éducation populaire"⁽⁹⁾. Le maintien dans la sphère publique du système éducatif constitue l'élément crucial du dispositif censé corriger les inégalités devant la culture savante.

Mais la baisse de l'inégalité des chances devant l'école et la culture scolaire, le quasi-doublement du nombre de bacheliers dans la population française n'ont pas entraîné plus de français des jeunes générations vers des pratiques "cultivées" régulières. Pourtant, le niveau exigé dans les études secondaires ou supérieures n'a pas baissé. Deuxièmement la culture savante n'est pas devenue "ringarde". En effet, la "respectabilisation" d'arts et de genres inférieurs (cinéma, photo, BD, chanson, rock, mode), à travers leur intellectualisation vient à renouveler en permanence⁽¹⁰⁾; de même, la création d'avant-garde intègre rapidement les innovations technologiques⁽¹¹⁾.

Tout se passe plutôt comme si les barrières d'accès à la culture savante n'étaient pas fondées sur un niveau d'instruction (aussi élevé soit-il) et qu'elles se transmetaient au cours du temps, restant toujours distinctives. La "haute culture" reste une propriété des classes supérieures, et, produite et consommée d'abord dans le cercle étroit de leurs fractions intellectuelles, se renouvelant sans cesse par l'invention de nouveaux styles et genres opposés par principe aux goûts communs. La grande masse des consommateurs est tenue symboliquement à distance. Dès lors qu'ils sont éloignés du centre géographique de la production, privés de la compétence nécessaire: connaissance familière des auteurs et des oeuvres qui nécessite une éducation familiale "cultivée", ou dépourvus de l'intérêt symbolique à se l'approprier comme instrument d'ascension sociale, ces consommateurs mal avertis et symboliquement agressés se mettent d'eux même en retrait, ou bien répondent au racisme de classe par un autre: l'anti-intellectualisme.

Cette reproduction de la culture savante me semble s'être étendue à une partie du monde non-européen. Les intellectuels et les créateurs du Tiers-Monde se retrouvent à jouer le même jeu, une fois qu'ils sont parvenus à se débarrasser de leurs complexes. Il y a donc peu de chances que les progrès des systèmes scolaires publics et les politiques de développement culturel obtiennent des résultats différents à ceux de la France. A la limite, plus l'accès aux positions de pouvoir sera réglé par l'école sur le modèle occidental, plus le jeu de la culture tendra à se renforcer. Ainsi la production culturelle savante n'est pas menacée directement par les productions culturelles marchandes mais sans doute beaucoup plus par le désengagement de l'Etat. Un tel désengagement la forcerait à se recroqueviller sur des productions de plus en plus "réservées" et onéreuses, destinées à un public restreint; il nuirait aux faibles chances de quelques promus de l'école ou de quelques créateurs non-héritiers de passer au travers des mailles du filet symbolique pour accéder à la culture savante. Il renforcerait un peu plus les inégalités.

(9): En France, il est difficile de considérer que l'on s'est donné les moyens d'une telle politique. Les montants budgétaires consacrés à ce type d'action ont toujours occupé une part très faible des dépenses du Ministère de la Culture. La Suède est sans doute le pays qui y a consacré le plus d'efforts, avec des résultats décevants.

(10): Ce que l'on reproche le plus à la télévision ce n'est peut-être pas de détourner les gens de la culture cultivée mais plutôt de n'avoir pas su inventer la "télévision d'auteur".

(11): Comme le dit Pascal ORY, la Révolution Industrielle a tué l'artisan mais consacré savants et artistes; il poursuit: "Bref, la déploration récurrente, depuis un siècle ou deux, sur les menaces que la technique ferait subir à la création ne signifie nullement que le danger a grandi, mais que les prétentions du créateur ont augmenté".

Conclusion.

En Europe, le développement de la production culturelle a manifestement accompagné celui du capitalisme. La contradiction entre le Capital et la Culture n'apparaît pas tellement grande, et les bourgeois mécènes se sont toujours assez bien accommodés de leurs enfants turbulents devenus artistes. La fameuse "contre-culture" des années soixante est aujourd'hui fort bien intégrée dans les pratiques culturelles de la bourgeoisie branchée. Par ailleurs, les formes de la production de masse de biens culturels épousent les formes plus générales du capitalisme de cette fin de siècle: internationale, concentrée, technologique. Et en définitive, quand on incrimine le Marché n'est-ce pas plutôt certaines formes du capitalisme?

L'Etat agit comme conservateur des activités et des oeuvres qui ne trouvent plus leur place sur le marché national ou mondial (à travers la défense de produits "français"). A côté de ce soutien de la tradition et de la production de la culture savante et légitime, ses tentatives de "démocratisation" n'ont pas de succès⁽¹²⁾. Les politiques culturelles ont toutes les peines à promouvoir la consommation de biens dont les clefs d'accès sont symboliques et non économiques. Le soutien des prix ne suffit pas. De même, l'école s'affronte à la difficulté de proposer à la fois des connaissances "utiles" (des qualifications) en même temps que des connaissances au premier abord "futiles" pour la plupart des élèves. "L'ingénierie sociale" nécessaire à des politiques de réduction des inégalités qui ne passent pas par les moyens classiques de l'économie fait encore cruellement défaut.

Denis COGNEAU.

(12): Il y a quelque absurdité (socio)-logique à parler de démocratisation de la "Culture"; une culture savante répandue n'a pas de sens. Aujourd'hui n'est pas savant celui qui sait que la Terre tourne autour du Soleil, n'est pas cultivé celui qui connaît Victor Hugo. Pour les sciences, on parle d'ailleurs de "vulgarisation".

Cogneau Denis (1992) FMI versus UNESCO ?

In : Journées des économistes de l'ORSTOM sur le thème du marché

Dakar : ORSTOM, 5 p. multigr.

Journées des Economistes de l'ORSTOM sur le Thème du Marché, Bondy (FRA), 1992/09/15