



Minerva Access is the Institutional Repository of The University of Melbourne

**Author/s:**

De Beukelaer, C;Spence, K-M

**Title:**

Cinq Perspectives sur l'Économie Culturelle Mondiale

**Date:**

2018

**Citation:**

De Beukelaer, C. & Spence, K. -M. (2018). Cinq Perspectives sur l'Économie Culturelle Mondiale. Questions de communication, série actes 38 / 2018 : Financement participatif. Les nouveaux territoires du capitalisme, (38:), pp.81-95

**Persistent Link:**

<https://hdl.handle.net/11343/288198>

sous la direction de  
Loïc Ballarini, Stéphane Costantini  
Marc Kaiser, Jacob Matthews et Vincent Rouzé

# Financement participatif

## Les nouveaux territoires du capitalisme



série actes

38 • 2018

# Financement participatif

## Les nouveaux territoires du capitalisme

colloque international sous la direction de  
Loïc Ballarini, Stéphane Costantini, Marc Kaiser,  
Jacob Matthews et Vincent Rouzé

Centre de recherche sur les médiations (EA 3476)  
Centre d'études sur les médias, les technologies  
et l'internationalisation (EA 3388)

Université de Lorraine  
24-25 mai 2018

## > SOMMAIRE

### Présentation

- 7 *Loïc Ballarini, Stéphane Costantini, Marc Kaiser, Jacob Matthews, Vincent Rouzé*  
L'idéal de la participation à l'épreuve des logiques capitalistes
- 15 *Vincent Rouzé*  
Les plateformes de financement participatif culturel : l'avenir de la culture ?

### *Crowdfunding, communautés et expérience*

- 35 *D. E. Wittkower*  
For Love and Money: Community and the Ethics of Care in Crowdfunding
- 45 *Caterina Foà, Chiara Moltrasio*  
Crowdfunding and Networked Platforms  
Exploring Col-labor-ation and Mediation for Value-Creation  
in Portuguese Crowdfunding Ecosystem
- 59 *Sébastien Appiotti*  
Les usages du *crowdfunding* en contexte patrimonial (États-Unis/France)  
Vers une injonction transverse à la participation ?
- 81 *Christiaan De Beukelaer, Kim-Marie Spence*  
Cinq perspectives sur l'économie culturelle mondiale

### Économie politique du journalisme à l'heure du financement participatif

- 97 *Franck Rebillard*  
Le financement de la presse et de l'information en ligne en France  
Évolution et enjeux
- 107 *Loïc Ballarini, Emmanuel Marty, Nikos Smyrniaios*  
Médias français : le financement participatif au service du pluralisme ?
- 129 *Anne-Marie Brunelle, Michel Sénécal*  
Financement participatif : un apport significatif pour les médias associatifs  
et indépendants québécois ?

### Le financement participatif face aux territoires et au patrimoine

- 147 *Arnaud Anciaux, Philippe-Antoine Lupien*  
Au-delà du financement et du participatif  
Les jeux hors des objectifs assignés ou revendiqués par les plateformes

- 167 *Gaëlle Crenn*  
Les territoires du *crowdfunding* muséal  
Attachement patrimonial et rapports au territoire  
dans les opérations de *crowdfunding* muséal en France
- 179 *Éric George, Simon Claus*  
Le financement participatif au Canada  
Ce que nous enseigne l'analyse des pages d'accueil des plateformes

### ***Crowdfunding* : une alternative ?**

- 203 *Stéphane Costantini*  
Le financement participatif en Afrique subsaharienne  
Porteur d'alternatives aux modèles dominants  
ou vecteur de déploiement des plateformes occidentales ?
- 217 *David Z. Gehring*  
Industry, Values, and the Community Ethos of Crowdfunding  
within Neoliberal Capitalism  
The Economic and Cultural Negotiations of Crowdfunding Campaigns
- 229 *Jacob Matthews*  
*Crowdfunding* culturel : « *There is no alternative* »

### **Postface**

- 241 *David Pucheu*  
Le *crowdfunding* ou la glorification de la culture par projets
- 249 **Abstracts**

## > CROWDFUNDING, COMMUNAUTÉS ET EXPÉRIENCE

CHRISTIAAN DE BEUKELAER

University of Melbourne

AU-3010

christiaan.debeukelaer[at]unimelb.edu.au

KIM-MARIE SPENCE

Australian National University

AU-0200

kim-marie.spence[at]gmail.com

Traduit de l'anglais par Marc Rubio (Inist)

### CINQ PERSPECTIVES SUR L'ÉCONOMIE CULTURELLE MONDIALE

**Résumé.** — Depuis le début des années 2000, les *industries culturelles et créatives* sont devenues les termes clés de l'imaginaire économique, aux niveaux macro et micro. Elles fournissent des discours permettant respectivement d'expliquer comment stimuler la croissance économique et comment organiser la production des expressions culturelles. Malgré l'insistance sur le fait qu'il s'agit d'outils analytiques plutôt que de recettes prescriptives, la seconde approche l'a emportée. Dans cet article, nous explorons cette tension en proposant cinq prismes idéologiques à travers lesquels le discours multipolaire sur l'économie culturelle est communément défini : laudatif, ambitieux, dissident, agnostique, réflexif. Il s'agit d'idéaux-types idéologiques, qui n'apparaissent que rarement en pratique, la plupart des gens et des documents mêlant au moins deux approches. Mais ils sont utiles pour comprendre pourquoi et comment le discours sur les industries culturelles et créatives a fini par prendre des significations si diverses pour différentes personnes ou dans différents contextes. Plutôt que de rester confiné dans ces « silos », nous pensons que les termes *économie*, *culturelle* et *mondiale* contribuent au développement d'une compréhension critique des options normatives que l'économie culturelle représente. C'est dans ces options normatives qu'une variété de trajectoires peuvent être imaginées et poursuivies.

**Mots clés.** — industries culturelles, industries créatives, économie de la culture, politiques culturelles

Ce chapitre est une traduction de la préface du livre *Global Cultural Economy* de Christiaan De Beukelaer et Kim-Marie Spence (Londres, Routledge 2019). Il est reproduit ici avec l'aimable permission de l'éditeur.

**A**u cours de son mandat de présidente de la Corée du Sud<sup>1</sup>, Park Geun-hye a prononcé un discours à Gwangju, l'une des plus grandes villes du pays. Lors de cette conférence, le 27 janvier 2015, à l'occasion de l'ouverture du Gwangju Center for Creative Economy & Innovation, elle a déclaré que l'automobile (en effet, la voiture) serait au cœur de l'économie créative dans cette ville. Ainsi a-t-elle affirmé que la construction automobile était le liant entre informatique, design et énergie verte, et suggéré qu'il s'agissait d'éléments clés de l'économie créative, comme le rapporte Sojung Yoon (2015) dans *Inside Korea*.

L'accent mis sur les industries créatives en Corée du Sud fait sens à bien des égards. Le pays a connu d'importants succès dans les jeux, la musique et le cinéma dans toute la région (par exemple, voir Fuhr, 2016). En 2012, l'énorme tube K-pop du chanteur Psy, *Gangnam Style*, a porté ce succès à un niveau planétaire – même si l'attrait mondial pour la K-pop reste limité dans de nombreux endroits. Mais comment peut-on inclure la construction automobile dans l'ensemble des activités que nous appelons « économie créative » ?

Les prises de position sur le champ d'application et le poids de l'économie créative ont pris une importance considérable depuis que les industries culturelles et créatives ont investi le discours politique dans le monde. En Corée du Sud également, l'attrait pour l'économie créative tient pour une large part de l'idéal : il véhicule l'espoir et l'aspiration que la culture et la créativité génèrent de la richesse pour la société.

Compte tenu du poids significatif des *chaebol*<sup>2</sup>, les grands groupes d'entreprises, dans l'économie sud-coréenne, Simon Mundy (2015) déclare dans le *Financial Times* qu'on peut largement espérer que les petites et moyennes entreprises (ou PME) permettront une diversification de l'économie. Pendant la présidence de Park Chung-hee (1962-1979, à la suite du coup d'État du 16 mai 1961), la promotion des *chaebol* était au cœur de la politique économique du pays. Actuellement, le recours à ces gigantesques entreprises et à leurs hiérarchies étouffantes a ouvert la voie à cette idée de l'économie créative qu'a portée la présidente Park Geun-hye (qui se trouve être la fille de Park Chung-hee) jusqu'à sa destitution en 2017.

<sup>1</sup> Éluë en 2013, Park Geun-hye est devenue la première présidente coréenne à être judiciairement inculpée puis jugée coupable. Elle a été mise en accusation pour corruption, abus de pouvoir et fuite de documents officiels, notamment pour avoir recueilli des millions en pots-de-vin et avoir forcé des dons à des fondations liées à son amie et conseillère Choi Soon-sil. Après avoir été destituée en 2017, l'ex-présidente a été condamnée, en avril 2018, à une peine de 24 ans de prison, puis 25 en appel en août de la même année. Il est intéressant de noter que la mise en examen de M<sup>me</sup> Park a été due en grande partie à des manifestations publiques de grande ampleur en faveur de sa destitution (*Le Monde*, 24/08/2018, accès : [https://www.lemonde.fr/asia-pacifique/article/2018/08/24/coree-du-sud-25-ans-de-prison-pour-l-ancienne-presidente-park-geun-hye\\_5345618\\_3216.html](https://www.lemonde.fr/asia-pacifique/article/2018/08/24/coree-du-sud-25-ans-de-prison-pour-l-ancienne-presidente-park-geun-hye_5345618_3216.html)).

<sup>2</sup> Contraction de *chae* (argent ou propriété) et *bol* (clan), le mot *chaebol* fait référence à des grandes entreprises familiales telles Samsung, Hyundai et LG qui sont une caractéristique centrale et originale de l'économie sud-coréenne depuis la guerre de Corée (1950-1953).

Cet engouement de la Corée du Sud pour l'économie créative est fortement lié à sa culture politique. Le programme que la présidente conservatrice Park Geun-hye a promu a dépolitisé la culture en se concentrant sur la créativité comme moteur de la croissance économique tout en tempérant les critiques ou les récits alternatifs proposant une autre image d'une société coréenne créative (Lee, 2016). Ce discours a marqué une rupture avec l'attention portée précédemment au rôle de la culture dans la société et à sa place dans l'économie nationale. Sous le régime militaire autoritaire (1962-1993), les expressions culturelles ont servi à cimenter une identité nationale, tandis que les *chaebol* ont assuré la croissance économique. Sous la présidence de Kim Young-sam (1993-1998), la politique culturelle a été orientée vers l'instrumentalisation économique par le truchement de la Direction des industries culturelles créée en 1994. Parallèlement à la montée de la *Hallyu* (la vague coréenne), le président Kim Dae-jung (1998-2003) a renforcé le soutien politique à ce secteur, tout en le rebaptisant « industries de contenu ». Cette orientation et ce soutien se sont encore développés sous les présidences de Roh Moo-hyun (2003-2008) et Lee Myung-bak (2008-2013) (Lee, 2016 ; Kwon, Kim, 2014). Le dernier changement annoncé par la présidente Park Geun-hye (2013-2017) a favorisé une économie créative détachée de l'activité culturelle qui constitue un excellent exemple de la façon dont l'économie créative est devenue un concept universel et finalement vidé de son sens.

Pourquoi commencer un chapitre qui entend distinguer cinq perspectives sur l'économie *culturelle* par une histoire de l'économie *créative* ? Ce paradoxe ne nous a pas échappé. Nous nous concentrons délibérément sur une utilisation excessivement (et plutôt exceptionnellement) large de l'économie créative pour faire valoir les raisons pour lesquelles nous voyons des failles dans le discours politique actuel – et, dans une large mesure, académique – sur l'art, la culture et la créativité dans les sociétés du monde entier.

## Économie culturelle ou créative ?

La présidente Park Geun-hye a déclaré que les voitures étaient au cœur de l'économie créative, ce qui est tout à fait exagéré, mais elle n'a pas été la première à utiliser cet argument. Le chercheur argentin Daniel Mato (2009) a émis une remarque similaire dans son article provocateur intitulé « All Industries are Cultural ». Alors que l'argument de la présidente coréenne est fondé sur la créativité qui se manifeste dans la fabrication des voitures, l'argument du chercheur s'appuie sur l'importance que les voitures ont dans la vie des gens, en résonance avec les observations fondatrices de Roland Barthes (1957) sur la Citroën DS :

« Les consommateurs ne choisissent pas seulement les voitures en fonction de leurs propriétés fonctionnelles, mais aussi, et de manière très significative, en fonction de leurs caractéristiques symboliques. Chaque voiture est "différente", et aussi un objet important qui devient une ressource pour l'imagination et les désirs personnels du propriétaire, y compris ses "besoins" personnels non seulement de mobilité mais aussi d'identité propre et d'appartenance à un groupe » (Mato 2009 : 73-74).

Daniel Mato (2009 : 81) soutient en outre que, au-delà de la signification symbolique du type de voiture que quelqu'un utilise, celui-ci a également un effet important et durable sur d'autres aspects de sa vie, y compris « le travail, le divertissement, l'amitié, la séduction, la sexualité » et sur l'aménagement du territoire, par exemple les centres commerciaux et les banlieues qui seraient structurés très différemment s'il n'y avait pas eu de voitures. Plus important encore peut-être, l'industrie automobile a donné son nom à toute une époque de production industrielle et d'organisation du travail, véhiculant avec elle tout cet ensemble de « structures du sentiment » socioculturelles associées au « fordisme »<sup>3</sup>.

En réaction à l'article de Daniel Mato, Toby Miller (2009 : 92) soutient que « *les industries ne sont pas toutes culturelles et qu'aucune industrie n'est créative* » (nous soulignons). Sa réplique à l'argument du chercheur argentin pointe d'abord le fait que l'affirmation selon laquelle *toutes* les industries sont culturelles est superflue – tout comme le fait de prétendre que « tout est politique ». Plus important encore, l'évaluation du caractère culturel, créatif ou non des industries dépend autant de la raison pour laquelle les objets sont consommés (comme l'affirme Daniel Mato) que des composantes qui entrent dans leur production (comme l'affirme Toby Miller).

Cependant, le désaccord discursif entre Daniel Mato et Toby Miller révèle un débat important : cette distinction a des implications politiques et idéologiques significatives<sup>4</sup>. Ces différences d'interprétation entraînent des répercussions importantes concernant la classification de ces industries à des fins de politiques et de mesures. Lorsque le Département de la culture, des médias et du sport (*Department for Digital, Culture, Media and Sport*) du gouvernement du Royaume-Uni a publié sa stratégie sur les industries créatives en 1997, il a délibérément employé le terme *créatif* plutôt que celui de *culturel* car sa définition, plus vaste, lui permettait de revendiquer un rôle plus large pour ces industries dans l'économie britannique. Nous voulons souligner les raisons pour lesquelles les industries créatives et culturelles ne se confondent pas, et pourquoi nous préférons ce dernier terme.

Pour Nicholas Garnham (2005 : 26-27), le basculement du discours des industries culturelles vers les industries créatives relève d'une décision stratégique :

« Le terme "créatif" a été choisi de manière à pouvoir inclure l'ensemble du secteur du logiciel. Ce n'est qu'à partir de là qu'il a été possible de faire en sorte que les prétentions de taille et de croissance conservent toute leur légitimité. [Mais] la poursuite de ces objectifs, le passage d'industries culturelles à des industries créatives marque un retour à une politique de soutien culturel centrée sur l'artiste et sur le marché de l'offre et s'éloignant de cette orientation politique, signifiée à l'origine par l'utilisation de l'expression "industries culturelles", qui se concentrait sur la distribution et la consommation ».

<sup>3</sup> Nous pensons à l'organisation moderne, « fordiste », du travail en référence à Henry Ford qui a fait évoluer la chaîne d'assemblage pour la production de la Ford T en 1913. L'économie culturelle est organisée d'une manière plus « flexible » que la chaîne de montage de Ford, ce qui a conduit certains à parler de « spécialisation flexible » dans les industries culturelles « post-fordistes » – même si cette expression peut être trompeuse étant donné le pouvoir restant des conglomerats de médias (Hesmondhalgh, 1996).

<sup>4</sup> Voir aussi le travail plus complet d'autres auteurs qui ont donné leur point de vue sur cette question tout au long de l'histoire des industries culturelles et créatives (O'Connor, 2010, 2011 ; Hesmondhalgh, 1981).

Même s'il doit donc être vu sous l'angle d'une volonté d'extension au logiciel, ce virage vers la création a été un changement bienvenu pour le *lobby* des arts (Garnham, *ibid.* : 27), ce qui a par ailleurs constitué une évolution logique à l'époque où s'amorçait la bulle (spéculative) Internet (1997-2003). Ainsi est-ce l'importance économique accrue des industries créatives qui a popularisé ce discours dans tous les domaines politiques. C'est aussi ce qui a permis d'élargir sans cesse la définition et la délimitation de l'économie créative, jusqu'à voir la présidente sud-coréenne prétendre que la construction automobile en faisait partie.

La définition, la délimitation et la détermination du champ d'application des industries culturelles et créatives demeurent importantes, ne serait-ce que parce que les implications de l'utilisation d'un terme ou de l'autre ne sont pas suffisamment bien comprises par de nombreux militants, décideurs, travailleurs culturels et scientifiques (De Beukelaer; Vlassis, à paraître). Ce que nous proposons ici est à la fois une expansion et une contraction du périmètre de ce secteur par l'introduction d'une expression relativement nouvelle : l'*économie culturelle*. Ce terme élargit la notion d'*industries* culturelles en fournissant un cadre permettant de comprendre les transactions monétaires et non monétaires dans les domaines de la création, de la diffusion et de l'investissement dans la culture. Il s'oppose aux notions d'*industries* et d'*économie créatives* en redéfinissant le secteur comme une affaire *culturelle*. Cette nouvelle appellation ne signifie nullement que les activités artistiques et culturelles ne sont pas créatives, mais rejette le raisonnement par l'absurde qui a inévitablement abouti au cas coréen mentionné précédemment.

Nous espérons qu'il est maintenant clair que nous préférons le terme réflexif d'*industries culturelles* plutôt que celui d'*industries créatives*, généralement laudatif, tout comme certains collègues (Hesmondhalgh, 1981 ; Oakley, O'Connor 2015). Mais pourquoi nous concentrons-nous alors sur l'*économie culturelle*, et non sur les *industries culturelles* ?

## Les industries ou l'économie culturelle ?

Alors que les *industries* culturelles présupposent (ou du moins suggèrent) une certaine structuration à travers leur forme organisationnelle, ces structures diffèrent considérablement (quoique souvent de manière imperceptible) à travers le monde. Ces différences peuvent être relativement mineures dans la mesure où les films sont produits de façon assez similaire au Nigeria, en Inde et aux États-Unis. Néanmoins, l'importance des différences entre les industries cinématographiques tient au parcours de dépendance (*path-dependency*) qui leur a donné naissance (De Beukelaer, 2015, 2017).

Nous nous appuyons sur l'engagement d'Alex Perullo (2011) dans « l'économie de la musique » en Tanzanie. Il utilise cette appellation pour souligner la nécessité d'une compréhension fondée sur le fonctionnement de la musique en tant qu'économie, plutôt que basée sur une perspective comparative qui évalue si les « industries

culturelles » dans « le reste du monde » ont toutes les caractéristiques et les institutions que nous attendons d'elles en « Occident ». La notion d'« économie culturelle » est donc moins normative que celle d'« industries culturelles » ; pour autant, elle ne doit pas être confondue avec le concept d'« économie de la culture » :

« L'économie culturelle est distincte de l'*économie de la culture*, en ce sens qu'elle ne se réfère pas à l'*économie de la culture* en tant que système distinct qui sous-tend la production de valeur(s) culturelle(s). L'économie culturelle fait plutôt référence à l'intersection des valeurs culturelles et économiques dans l'ensemble des pratiques et des institutions impliquées dans la production culturelle » (O'Connor, 2016 : 5).

Nous rejoignons Justin O'Connor (2016 : 5) lorsqu'il esquisse les trois caractéristiques de « l'économie culturelle » :

« En premier lieu, la culture exprime – dans sa production et sa consommation – des valeurs qui ne peuvent être réduites à une valeur économique – c'est-à-dire la valeur monétaire des transactions – même si elle produit une valeur économique. Deuxièmement, la logique et l'éthique de la production culturelle (le *type* d'économie qui produit la culture) ont un impact et une influence sur le type de culture qui en résulte. Troisièmement, un peu plus radicalement, la façon dont nous concevons et comprenons la valeur culturelle, plutôt que de la traduire constamment en valeur économique, peut aider à imaginer comment l'économie elle-même pourrait être recadrée et ainsi apporter une contribution majeure pour repenser les défis auxquels est confrontée la société mondiale du XXI<sup>e</sup> siècle. Comme l'a dit Chris Gibson, l'économie culturelle "entre bien en résonance avec l'exigence imminente de remettre en question les pratiques économiques actuelles et non durables – ce qui exige, selon moi, un sens plus audacieux de la légitimité/illégitimité des formes de production et de marchandisation" ».

En se concentrant sur l'économie culturelle comme Alex Perullo se concentre sur l'économie de la musique, nous voulons ouvrir le débat au-delà de la « chaîne de valeur » de l'industrie, en nous ouvrant aux dimensions normatives de l'économie.

Bien que nous considérions « l'économie culturelle » – par opposition aux « industries culturelles » – comme ligne directrice pour expliquer les transactions d'expressions culturelles, nous n'utilisons pas le terme « écologie culturelle ». L'ancien chef de file du *think tank* britannique Demos, John Holden (2015 : 2), affirme pourtant que « la culture est souvent envisagée comme une économie, mais [qu']il vaut mieux la considérer comme une écologie, parce que de ce point de vue, elle offre une compréhension plus riche et plus complète du sujet. Voir la culture comme une écologie est en accord avec les approches des valeurs culturelles qui tiennent compte d'un large éventail de valeurs non monétaires ». Sa définition de l'écologie culturelle s'appuie sur les travaux d'Ann Markusen (2010 : 8) qui affirme que « l'écologie culturelle est l'interdépendance complexe qui façonne la demande et la production d'offres artistiques et culturelles ». Mais nous évitons ce terme parce que l'« écologie culturelle » ne reflète qu'imparfaitement la dynamique qui caractérise l'économie culturelle. Le terme *écologie* suggère un système autonome, qui peut survivre seul, à condition que prédateurs et proies se maintiennent en équilibre. La seule influence du pouvoir (par le biais des élites, des contre-cultures et du pouvoir des nombres) montre qu'il s'agit d'une vision déformée de l'interaction complexe en jeu dans la production culturelle, la distribution et la consommation culturelles – en particulier

lorsqu'il s'agit d'aller au-delà de l'esprit de clocher intrinsèque au niveau local ou national. De plus, l'influence considérable de la politique et de la réglementation (tant des élites que des pressions plus démocratiques) rend difficile de considérer l'économie culturelle comme une écologie ou un écosystème.

La question de l'écologie soulève d'autres interrogations sur le fonctionnement du secteur. L'écologie culturelle est-elle un domaine où la survie du plus fort dicte ce qu'elle produit, à la manière d'un darwinisme social ? Ou les professionnels de la culture sont-ils des défenseurs des espèces et des paysages culturels en voie de disparition ? Ou bien la politique culturelle est-elle une forme de génie génétique, où les élites croisent leurs créations culturelles préférées (eugénisme positif) tout en affaiblissant ceux qui sont jugés indésirables pour des raisons morales ou stratégiques (eugénisme négatif) ? Bien que nous considérions ces questions comme pertinentes, nous soutenons que le terme *économie culturelle* permet de mieux analyser l'économie politique de la production, de la distribution et de la consommation culturelles à travers le monde.

## Analyse, idéologie, stratégie

La définition, la portée et les tensions entre industries et économies culturelles et créatives font donc l'objet d'un débat intense. Ces différents points de vue se traduisent par des démarcations divergentes du domaine comme l'illustre la variété des modèles utilisés. D'une part, des organisations internationales présentent des modèles largement pragmatiques s'alignant avec leurs intérêts et priorités institutionnels ; c'est pourquoi l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) se concentre sur les « industries du droit d'auteur », l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco) sur la culture et la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) sur les biens et services qui font l'objet d'échanges commerciaux (De Beukelaer, Vlassis, à paraître). D'autre part, la communauté scientifique se préoccupe davantage de l'aspect ontologique du débat ; elle se soucie beaucoup plus de mieux comprendre ce que sont ces industries et comment elles sont liées que de mesurer ou de renforcer les activités qui entrent dans ces catégories (Hesmondhalgh, 1981 ; Throsby, 2008 ; Potts, Cunningham, 2008 ; Garnham, 2005). L'économie culturelle a longtemps souffert d'un brouillage de l'analyse, de l'idéologie et de la stratégie dans les observations et les positions qui alimentent les débats sur les politiques et les stratégies.

Parmi les ardents défenseurs du programme des *industries créatives*, beaucoup sont longtemps restés sourds aux reproches d'imprécision sémantique et de fragilité politique de leur discours dans son ensemble. Deux d'entre eux (Bakhshi, Cunningham, 2016 : 3) ont admis cette confusion en déclarant que « l'amalgame entre culture et industries créatives depuis 1997 est dommageable pour la politique culturelle et la politique des industries créatives britanniques », amalgame dont, selon eux, les critiques des industries créatives sont responsables. Mais ils se refusent à

reconnaître le fait que ces mêmes critiques ont soulevé ce point à maintes reprises depuis que les *industries créatives* sont devenues un trope commun dans les débats politiques et académiques. Pire encore, ils rejettent plusieurs d'entre elles telles celle de Justin O'Connor qu'ils taxent de romantisme réactionnaire naïf, comme s'il défendait l'idée que s'éloigner des industries créatives nous ferait « voyager vers les hautes terres ensoleillées où nous pouvons être en présence d'une valeur culturelle qui ne soit pas alourdie par un économisme de mauvais aloi » (*ibid.* : 6).

À l'opposé du spectre idéologique, Graeme Turner (2015 : 536) soutient que si l'engagement politique était au cœur de la recherche sur les « industries culturelles », les différents intérêts et lectures de ces activités ont fragmenté les politiques et la recherche. L'auteur souligne que ce qui s'y est perdu est « l'examen critique de cette fragmentation de la fonction et du potentiel culturel, social et politique des industries culturelles ».

À son tour, cette fragmentation a donné lieu à une variété de points de vue sur l'économie culturelle. Nous identifions cinq de ces perspectives : laudative, ambitieuse, dissidente, agnostique, réflexive (voir figure 1). Il ne s'agit pas simplement de présomptions pragmatiques ou ontologiques, mais de présomptions idéologiques dans leurs fondements. Ces approches peuvent donner l'impression de constituer des « modèles » apolitiques distincts, mais il est plus important de comprendre ces perspectives selon ce qu'elles indiquent implicitement sur la nature de ces industries. Bien que, dans la pratique, elles se recouvrent, ces perspectives forment un point de départ utile pour expliciter les fondements politiques et idéologiques de l'économie culturelle.

Figure 1. Cinq perspectives sur l'économie culturelle (source : C. De Beukelaer, K.-M. Spence)

Laudative ( <i>Celebratory</i> )	Ambitieuse ( <i>Aspirational</i> )	Dissidente ( <i>Refusenik</i> )	Agnostique ( <i>Agnostic</i> )	Réflexive ( <i>Reflexive</i> )
Optimiste Peu critique Grands principes Enjeu économique Prosélytisme Contradictions et effets négatifs non ou insuffisamment traités Depolitisée	Stratégie pragmatique pour stimuler l'économie, l'emploi, le tourisme et les exportations Image de marque (comme puissance douce) Forte dépendance à l'égard des bonnes pratiques Politiquement opportune et multifonctionnelle	Rejet de l'enjeu économique Remise en cause des principes à caractère économique Accent sur les effets négatifs Néo-marxiste « Néo-libérale » comme critique Politique	Empirique Reconnaît la complexité des industries Demeure neutre dans l'investigation Absence de position politique Absence de dépolitisation	Orientation sur les contradictions Longue durée Reconnecte la théorie et la politique Les priorités doivent être explicites sur les positions normatives

La perspective *laudative* offre une lecture optimiste (et parfois délibérément peu critique) du rôle que les industries créatives (elles utilisent rarement la dénomination *industries culturelles*) peuvent jouer dans les villes, les régions, les pays et le monde dans son ensemble. Elle considère un contexte de concurrence mondiale des villes pour devenir « créatives » (Landry, 2000 ; Landry, Bianchini, 1995) et une tentative d'attirer la « classe créative » (Florida, 2002) afin de construire une « nation créative » (Government of Australia, 1994 ; DCMS, 1998) qui conduira l'économie vers la croissance et la prospérité. Ce faisant, les promoteurs de cette perspective laudative offrent un cadre pour les stratégies de croissance « post-industrielles » dans le prolongement du paradigme de l'orthodoxie de l'économie néolibérale. Bien qu'initialement formulée comme une stratégie ancrée dans les réalités locales de l'Australie et du Royaume-Uni (Howkins, 2002 ; Smith, 1998), cette approche s'est rapidement imposée dans le monde entier comme un modèle pour la croissance économique et le développement (CNUCED, PNUD, 2008, 2010 ; Wang, 2004 ; Prince, 2010).

La perspective *ambitieuse* est la plus courante parmi les villes, les régions et les pays qui adhèrent à l'idée selon laquelle l'économie culturelle est un moteur de leur économie locale, que ce soit en créant des emplois, en générant des exportations, en attirant des touristes ou en structurant plus formellement les activités existantes (afin qu'elles puissent entrer dans les statistiques officielles). Au-delà de ces résultats tangibles, les gouvernements adoptent souvent cette perspective ambitieuse comme un exercice de *branding* – où le simple fait d'afficher qu'on est une région « créative » ou une capitale « culturelle » peut apporter tourisme, investissements et croissance, même si la prolifération de tels labels (Green, 2017) tend à en diminuer les effets positifs.

Ce qui peut sembler être une opportunité « *pragmatique* » pour le personnel et les décideurs politiques, les législateurs, mais aussi les activistes et les artistes est en fait l'acceptation irréfléchie de l'approche « laudative » de l'économie culturelle. Le plus souvent, ce n'est pas dû à un manque d'objectivité, mais plutôt à un manque d'informations équilibrées. Beaucoup de consultants et de rapports colportent après tout une vision de l'économie culturelle qui surestime les aspects positifs et minimise les aspects négatifs. En conséquence, ces aspirations s'appuient souvent sur l'espoir que les succès obtenus ailleurs (« les bonnes pratiques ») peuvent être copiés, ou du moins imités. Porteuse d'espoir, cette perspective rend cette interprétation particulière de l'économie culturelle politiquement opportune, car sa préoccupation pour le positif en fait un outil utile pour l'ensemble de l'éventail politique. La difficulté réside dans le fait que ces aspirations se fondent sur une compréhension limitée des besoins locaux et des contextes dans lesquels ces « bonnes pratiques » sont apparues (entraînant un transfert de politique superficiel et souvent sans recul critique). Plus important encore, les personnes qui expriment des aspirations et de grands espoirs saisissent souvent insuffisamment les aspects négatifs de l'économie culturelle, ses contradictions internes et les nuances entre les différents secteurs et approches.

La perspective *dissidente* recouvre le refus de ce qui est perçu comme une réduction de la valeur artistique et culturelle à « l'économie ». Un tel refus se retrouve dans les écrits de nombreux défenseurs des arts, comme John Tusa (2014) ou Robert Hewison (2014). Nous avons de la sympathie pour certaines de ces approches – car elles tentent d'identifier une valeur pour l'art au-delà des chiffres – mais nous pensons qu'elles évitent de traiter de la réalité de la culture contemporaine. De même, tout en étant ouverte à la discussion des rouages et des implications socioculturelles de ces industries, la perspective dissidente est très attentive aux fondements idéologiques des industries culturelles et créatives, considérés comme étant « néolibéraux ». Le livre intitulé *Politicizing Creative Economy* de Dia Da Costa (2016), spécialiste de l'éducation et du développement, est un excellent exemple : il décrit avec un souci extrême du détail la scène politique indienne et élabore une forte critique politique de l'économie créative comme néolibérale, mais sans s'appuyer sur la littérature plus agnostique et réfléchie sur l'économie culturelle. L'attention continue portée aux fondements idéologiques et aux relations de pouvoir concomitantes qui influencent les industries culturelles et créatives font de cette approche l'héritière contemporaine de l'approche par la théorie critique initialement exprimée par Theodor W. Adorno et Max Horkheimer (1947). Critiquant de manière cinglante l'expertise mondiale à la « copier-coller » de Richard Florida, Jim McGuigan affirme que ses « idées – ou plutôt les clichés à la mode qu'il emploie – n'apportent pas grand-chose à cette pensée discutabile et que les arguments spécieux qu'il répète constamment sont soit gravement erronés, soit simplement banals »<sup>5</sup>. La critique de Jim McGuigan (2009 : 298) suggère que « les principales préoccupations de Florida ne concernent pas la politique culturelle en tant que telle, mais plutôt l'articulation de l'économie néolibérale avec la culture cool ». Beaucoup de critiques assimilent les industries créatives à la vague néolibérale et les villes créatives au phénomène de gentrification. Cependant, nous suivons David Hesmondhalgh, Melissa Nisbett, Kate Oakley et David Lee (2014) dans leur argumentation lorsqu'ils avancent que si ce projet a certainement des racines néolibérales, sa critique exige plus qu'un rejet général en raison de sa seule idéologie néolibérale.

La perspective *agnostique* hérite de l'engagement empirique précoce pour les « industries culturelles » repérés par des sociologues et des spécialistes des médias français (Huet et al., 1978 ; Miège, 1979, 1987 ; Girard 1982) et des travaux ultérieurs de leurs homologues anglophones (Caves, 2000 ; Fitzgerald, 2011). Le principe essentiel de cette ligne de pensée est qu'elle est guidée par un travail empirique détaillé. Celui-ci peut conduire à des extrapolations et à des discussions sur l'économie politique des industries culturelles et créatives plus large, mais il ne part pas d'une

<sup>5</sup> Dans son dernier livre, R. Florida (2017) a reconnu (ou admis ?) les effets secondaires négatifs (et prétendument involontaires) de son idéologie de « classe créative » au cœur des stratégies de villes créatives qu'il promeut depuis plus de 15 ans. Mais si certains commentateurs interprètent le livre comme un *mea culpa* en prétendant que « Richard Florida est désolé » (Whetherell, 2017), le principal intéressé le conteste explicitement dans un entretien : « Je ne suis pas désolé », vocifère-t-il installé dans le hall d'un hôtel à Mayfair, portant une veste en cuir et un T-shirt noir. « Je ne m'excuserai pas. Je ne regrette rien » (Wainwright, 2017).

objection idéologique *a priori* envers ce secteur. Cependant, cette perspective tend à abandonner la critique explicite ou implicite de ces approches au profit d'une position d'enquête plus neutre. Les recherches conduites à l'intérieur d'un espace géographique industriel et économique ont donné lieu à une multitude d'études empiriques précieuses, tendant à laisser de côté les débats politiques culturels, tout en gardant souvent le sentiment implicite qu'il s'agit d'économies inoffensives.

La perspective *réflexive* explore les conditions contemporaines de production et de consommation culturelles, et les cadres politiques qui les façonnent à travers les industries culturelles et créatives. Travaillent souvent dans le domaine des médias et des sciences de la communication (O'Connor, 2007 ; Hesmondhalgh, 1981 ; Oakley, O'Connor, 2015 ; Banks, 2017 ; Saha, 2018), les chercheurs qui la développent se concentrent sur les conditions de travail (Menger, 2009 ; McRobbie, 2016) ou développent une critique de l'économie culturelle à partir d'un secteur spécifique (Brouillette, 2014). Leurs approches réflexives s'emparent des contradictions de l'économie culturelle comme caractéristique intrinsèque qui exige une attention politique. Ils ont tendance à situer les questions et les défis actuels dans la *longue durée* de la production culturelle, sans négliger les couches successives de nuances qu'elle a acquises au fil du temps. Pour ce faire, ils relient ces couches de perspectives théoriques (contradictoires) à la rigueur empirique. Et, ce qui est peut-être le plus important, cette perspective soutient que nous devons rendre explicites les fondements normatifs et les postulats qui sous-tendent ces différentes approches.

Inutile de dire que ces approches se recouvrent. De nombreux chercheurs et commentateurs tiennent compte de la complexité de l'économie culturelle lorsqu'ils soulignent ce qui mérite d'être encensé, critiqué, expliqué et analysé. La raison pour laquelle nous préconisons une approche réflexive éclairée par des perspectives critiques et une exploration empirique est qu'une telle réflexivité est nécessaire pour travailler avec ces concepts : « ceux qui se joignent au mouvement sont de plus en plus instrumentalisants et instrumentalisés ; trop souvent les complexités, les contradictions et les pièges de cette approche leur échappent, ainsi que les relations de cause à effet qui la sous-tendent » (Anheier, Isar 2008 : 6).

## Conclusion

Nous cherchons à remettre en question les idées reçues en ancrant notre discussion dans la réalité du fonctionnement de l'économie culturelle en divers endroits, partout dans le monde. Cependant, nous ne voulons pas donner à penser qu'un retour des industries « créatives » vers les industries « culturelles » ou de l'économie « créative » vers l'économie « culturelle » disqualifierait à l'avenir toute analyse des questions que nous avons soulevées jusqu'à présent. Mais nous voulons remettre en question l'importance sans cesse croissante que les industries créatives (et leur économie) prennent dans les préoccupations académiques ou politiques. Nous avons commencé ce chapitre en citant l'ex-présidente de la Corée du Sud qui évoquait

la construction automobile comme faisant partie de l'économie créative. Plutôt que de dénigrer l'utilisation de ces concepts malléables par qui que ce soit, nous voulons mettre au jour les questions normatives sous-jacentes. À cet égard, nous espérons que les cinq perspectives que nous avons esquissées sont utiles.

Notre objectif est de repolitiser le débat en mettant en avant ses dimensions normatives. Nous avons l'intention d'embrasser la complexité de la culture et son rapport à l'économie, de délimiter l'économie culturelle plus clairement et plus étroitement que l'économie créative afin de fournir une désignation plus précise et plus utile.

En résumé, nous espérons nous opposer au pragmatisme dépolitisé et contradictoire du programme de l'économie créative, en adoptant la perspective réflexive. Nous soutenons que ce que certains prosélytes de ce programme pourraient appeler pragmatisme cache de fait un programme tacite. Certains critiquent l'économie créative pour ses connotations néolibérales fantaisistes ; nous ne rejetons pas ce discours politique pour ce seul motif. De même, les critiques du programme, qui sont politiques mais insuffisamment ancrées dans les contradictions inhérentes au discours, manquent également la cible. Nous soutenons plutôt que nous devons repolitiser le débat en rendant les choix normatifs et idéologiques plus explicites. Les questions relatives à l'inclusion, à l'appropriation, à l'intervention de l'État et à la durabilité ne peuvent jamais être simplement « pragmatiques » ; elles sont toujours profondément politiques.

Notre discussion vise à faire réémerger de tels choix politiques afin d'alimenter un débat sur les possibilités stratégiques et les perspectives idéologiques plutôt que d'embrasser un discours hégémonique en raison de son attrait « pragmatique ». Cependant, l'économie culturelle est plus utile en tant que prisme analytique (c'est ainsi que nous essayons de l'utiliser) qu'en tant que cadre normatif (c'est ce que nous essayons d'éviter).

## Références

- Adorno T.W., Horkheimer M., 1947, *Dialectic of Enlightenment*, trad. de l'allemand par J. Cumming, Londres, Verso, 2008.
- Anheier H. K., Isar Y. R., 2008, « Introducing the Cultures and Globalization Series and the Cultural Economy », pp. 1-12, in: Anheier H. K., Isar Y. R., eds, *The Cultural Economy*, Londres, Sage.
- Bakhshi H., Cunningham S., 2016, *Cultural Policy in the Time of the Creative Industries*, Londres, Nesta.
- Banks M., 2017, *Creative Justice. Cultural Industries, Work and Inequality*, Londres, Rowman & Littlefield.
- Barthes R., 1957, *Mythologies*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Brouillette S., 2014, *Literature and the Creative Economy*, Stanford, Stanford University Press.

- Caves R., 2000. *Creative Industries. Contracts between art and commerce*, Cambridge, Harvard University Press.
- Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), 2008, *Creative Economy Report 2008. The challenge of assessing the creative economy: Towards informed policy-making*, Paris, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco).
- Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), 2010, *Creative Economy Report 2010. Creative economy: A feasible development option*, Paris, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco).
- Da Costa D., 2016, *Politicizing Creative Economy. Activism and a hunger called theater*, Urbana, University of Illinois Press.
- DCMS (Department for Digital, Culture, Media and Sport), 1998, *Creative Industries Mapping Document*, Londres, Department for Digital, Culture, Media and Sport/United Kingdom Government.
- De Beukelaer C., 2015, *Developing Cultural Industries. Learning from the palimpsest of practice*, Amsterdam, European Cultural Foundation.
- De Beukelaer C., 2017, « Toward an "African" Take on the Cultural and Creative Industries? », *Media, Culture & Society*, 39 (4), pp. 582-591. Accès : <https://doi.org/10.1177/0163443716664856>.
- De Beukelaer C., Vlassis A., à paraître, « Creative Economy and International Development: Institutional Perspectives », in: Labadi S., ed., *The Cultural Turn in International Aid. Impacts and challenges for heritage and the creative industries*, Abingdon, Routledge.
- Fitzgerald S. W., 2011, *Corporations and Cultural Industries. Time Warner, Bertelsmann, and News Corporation*, Lanham, Lexington.
- Florida R., 2002, *The Rise of the Creative Class*, New York, Basic.
- Florida R., 2017, *The New Urban Crisis. How our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class - and what we can do about it*, New York, Basic.
- Fuhr M., 2016. *Globalization and Popular Music in South Korea. Sounding out K-pop*, Abingdon, Routledge.
- Garnham N., 2005, « From Cultural to Creative Industries: An Analysis of the Implications of the "Creative Industries" Approach to Arts and Media Policy Making in the United Kingdom », *International Journal of Cultural Policy*, 11 (1), pp. 15-29. Accès : <https://doi.org/10.1080/10286630500067606>.
- Girard A., 1982, « Cultural Industries: A Handicap or a New Opportunity for Cultural Development? », pp. 24-39, in: Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco), *Cultural Industries. A Challenge for the Future of Culture*, Paris, Unesco.
- Government of Australia, 1994, *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy, October 1994*, Canberra, Government of Australia. Accès : <http://pandora.nla.gov.au/pan/21336/20031011-0000/www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html>.
- Green S., 2017, *Capitals of Culture. An introductory survey of a worldwide activity*, s.l., Prasino. Accès : <http://prasino.eu/wp-content/uploads/2017/10/Capitals-of-Culture-An-introductory-survey-Steve-Green-October-2017.pdf>.
- Hesmondhalgh D., 1981, *The Cultural Industries*, Londres, Sage, 2013.

- Hesmondhalgh D., 1996, « Flexibility, Post-Fordism and the Music Industries », *Media, Culture & Society*, 18 (3), pp. 469-88. Accès : <https://doi.org/10.1177/016344396018003006>.
- Hesmondhalgh D., Nisbett M., Oakley K., Lee D., 2014, « Were New Labour's Cultural Policies Neo-Liberal? », *International Journal of Cultural Policy*, janv., pp. 1-18. Accès : <https://doi.org/10.1080/10286632.2013.879126>.
- Hewison R., 2014, *Cultural Capital. The Rise and Fall of Creative Britain*, Londres, Verso.
- Holden J., 2015, *The Ecology of Culture. A Report commissioned by the Arts and Humanities Research Council's Cultural Value Project*, Swindon, Arts and Humanities Research Council.
- Howkins J., 2002, *The Creative Economy. How people make money from ideas*, Londres, Penguin.
- Huet A., Ion J., Lefebvre A., Peron R., Miège B., 1978, *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Kwon S.-H., Kim J., 2014, « The Cultural Industry Policies of the Korean Government and the Korean Wave », *International Journal of Cultural Policy*, 20 (4), pp. 422-439. Accès : <https://doi.org/10.1080/10286632.2013.829052>.
- Landry C., 2000, *The Creative City. A toolkit for urban innovators*, Londres, Earthscan.
- Landry C., Bianchini F., 1995, *The Creative City*, Londres, Demos.
- Lee H.-K., 2016, « Politics of the "Creative Industries" Discourse and Its Variants », *International Journal of Cultural Policy*, 22 (3), pp. 438-455. Accès : <https://doi.org/10.1080/10286632.2014.991783>.
- Markusen A., 2010, « California's Arts and Cultural Ecology », San Francisco, J. Irvine Foundation.
- Mato D., 2009, « All Industries are Cultural », *Cultural Studies*, 23 (1), pp. 70-87. Accès : <https://doi.org/10.1080/09502380802016212>.
- McGuigan J., 2009, « Doing a Florida Thing: The Creative Class Thesis and Cultural Policy », *International Journal of Cultural Policy*, 15 (3), pp. 291-300. Accès : <https://doi.org/10.1080/10286630902763281>.
- McRobbie A., 2016, *Be Creative Making a Living in the New Culture Industries*, Chicester, J. Wiley. Accès : <http://public.eblib.com/choice/PublicFullRecord.aspx?p=4353616>.
- Menger P.-M., 2009, *Le Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, Paris, Gallimard.
- Miège B., 1979, « The Cultural Commodity », *Media, Culture & Society*, 1 (3), pp. 297-311. Accès : <https://doi.org/10.1177/016344377900100307>.
- Miège B., 1987, « The Logics at Work in the New Cultural Industries », *Media, Culture & Society*, 9 (3), pp. 273-289. Accès : <https://doi.org/10.1177/016344387009003002>.
- Miller T., 2009, « From Creative to Cultural Industries: Not All Industries are Cultural, and No Industries are Creative », *Cultural Studies*, 23 (1), pp. 88-99. Accès : <https://doi.org/10.1080/09502380802326660>.
- Mundy S., 2015, « South Korea aims for Creative Economy to end Reliance on Chaebol », *Financial Times*, 24 juin. Accès : <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/9203e38c-0dab-11e5-9a65-00144feabdc0.html#axzz45Zq6wxg8>.
- Oakley K., O'Connor J., eds, 2015, *The Routledge Companion to the Cultural Industries*, Abingdon, Routledge.

- O'Connor J., 2007, *The Cultural and Creative Industries. A literature review*, Newcastle upon Tyne, Creativity Culture and Education, 2010.
- O'Connor J., 2011, « The Cultural and Creative Industries: A Critical History », *Ekonomiaz*, 78 (3), pp. 24-45.
- O'Connor J., 2016, « After the Creative Industries: Cultural Policy in Crisis », *Law, Social Justice & Global Development*, 1, pp. 1-18.
- Perullo A., 2011, *Live from Dar Es Salaam. Popular music and Tanzania's music economy*, Bloomington, Indiana University Press.
- Potts J., Cunningham S., 2008, « Four Models of the Creative Industries », *International Journal of Cultural Policy*, 14 (3), pp. 233-247. Accès : <https://doi.org/10.1080/10286630802281780>.
- Prince R., 2010, « Globalizing the Creative Industries Concept: Travelling Policy and Transnational Policy Communities », *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 40 (2), pp. 119-139. Accès : <https://doi.org/10.1080/10632921.2010.486282>.
- Saha A., 2018, *Race and the Cultural Industries*, Malden, Polity Press.
- Smith C., 1998, *Creative Britain*, Londres, Faber and Faber.
- Throsby D., 2008, « The Concentric Circles Model of the Cultural Industries », *Cultural Trends*, 17 (3), pp. 147-164. Accès : <https://doi.org/10.1080/09548960802361951>.
- Turner G., 2015, « Culture, Politics and the Cultural Industries: Reviving a Critical Agenda », pp. 535-544, in: Oakley K., O'Connor J., eds, 2015, *The Routledge Companion to the Cultural Industries*, Abingdon, Routledge..
- Tusa J., 2014, *Pain in the Arts*, Londres, I. B. Tauris.
- Wainwright O., 2017, « "Everything is Gentrification Now": But Richard Florida isn't Sorry », *The Guardian*, 26 oct. Accès : <https://www.theguardian.com/cities/2017/oct/26/gentrification-richard-florida-interview-creative-class-new-urban-crisis>.
- Wang J., 2004, « The Global Reach of a New Discourse: How Far can "Creative Industries" Travel? », *International Journal of Cultural Studies*, 7 (1), p. 9-19. Accès : <https://doi.org/10.1177/1367877904040601>.
- Whetherell S., 2017, « Richard Florida is Sorry », *Jacobin*, 19 août. Accès : <https://jacobinmag.com/2017/08/new-urban-crisis-review-richard-florida>.
- Yoon S., 2015, « Autos are Core of Creative Economy: President Park Geun-hye », *Inside Korea*, 28 janv. Accès : <http://theinsidekorea.com/2015/01/autos-core-creative-economy-president-park-geun-hye/>.