



## Revue d'histoire culturelle

XVIIIe-XXe siècles

6 | 2023

Nouvelles approches de l'histoire culturelle italienne.  
Imaginaires, cultures politiques, cultures de masse

---

### Bruno Aboudrar, François Mairesse et Laurent Martin, *Géopolitiques de la culture. L'artiste, le diplomate et l'entrepreneur*

Paris, Armand Colin, 2021

Marie-Claude Genet-Delacroix

---



#### Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/rhc/3546>

DOI : 10.4000/rhc.3546

ISSN : 2780-4143

#### Éditeur

Association pour le développement de l'histoire culturelle

#### Référence électronique

Marie-Claude Genet-Delacroix, « Bruno Aboudrar, François Mairesse et Laurent Martin, *Géopolitiques de la culture. L'artiste, le diplomate et l'entrepreneur* », *Revue d'histoire culturelle* [En ligne], 6 | 2023, mis en ligne le 15 avril 2023, consulté le 30 août 2025. URL : <http://journals.openedition.org/rhc/3546> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rhc.3546>

---

Ce document a été généré automatiquement le 30 août 2025.



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-NC-ND 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

---

# Bruno Aboudrar, François Mairesse et Laurent Martin, *Géopolitiques de la culture. L'artiste, le diplomate et l'entrepreneur*

Paris, Armand Colin, 2021

Marie-Claude Genet-Delacroix

---

## RÉFÉRENCE

Bruno Aboudrar, François Mairesse et Laurent Martin, *Géopolitiques de la culture. L'artiste, le diplomate et l'entrepreneur*, Paris, Armand Colin, 2021, 319 p.  
2021

Laurent Martin est membre du comité de rédaction de la *Revue d'histoire culturelle*.

- 1 Jusqu'alors plus étudiée dans son rapport à l'histoire par les spécialistes en sciences humaines, la culture est ici analysée en fonction de son utilisation à des fins géopolitiques. Les États développent ainsi à travers des politiques culturelles et économiques leur influence dans le concert des nations. Leur influence est diversement qualifiée de *soft power*, *smart power*, *nation branding*, ou tout simplement marketing culturel. Les trois auteurs, spécialistes de sciences humaines à Sorbonne Nouvelle Paris-3, réorientent leurs analyses historiques du monde de l'art, de la culture, du patrimoine. Ils poursuivent l'invention de l'histoire des arts avec Vasari à Florence au XVI<sup>e</sup> siècle jusqu'à l'industrie culturelle du jeu vidéo. Elle est considérée par les pays asiatiques et surtout la Chine comme son secteur dominant au XXI<sup>e</sup> siècle dans une perspective géopolitique. Ils les analysent comme des enjeux stratégiques essentiels au cœur des relations internationales contemporaines.
- 2 Définis du point de vue institutionnel tel que l'entend en France le Ministère de la culture et de la communication, les rôles de l'art et de la culture en matière

géopolitique sont étudiés comme représentant « différents types de rivalité de pouvoirs sur des territoires » selon Yves Lacoste. Cette perspective permet d'envisager plusieurs géopolitiques selon l'angle de vue privilégié. Ainsi sorti de son contexte traditionnel académique et critique, l'artiste créateur et producteur de son œuvre devient l'acteur d'une géo-anthropologie qui est au fondement même de la notion d'art national. Elle fait l'objet de la première partie de cet ouvrage. Elle est subdivisée en trois zones d'influence spécifique : tout d'abord, l'ensemble occidental analysé à partir des trois conceptions de l'art national en France, en Allemagne, et aux États-Unis. La seconde partie traite des « modernités périphériques » étudiées à travers les cas du Japon, de l'Iran, et de l'Amérique latine pour la période 1910-1940. La troisième aborde les modernités en temps de Guerre froide et de décolonisation en considérant à nouveau trois sujets, « la suprématie américaine », ce que les auteurs intitulent « à l'est du nouveau » et enfin « l'art moderne et le monde arabe ».

3 Ainsi passe-t-on de la géopolitique de l'art à l'art géopolitique qui clôt cette première partie et ouvre la suivante sur les « politiques de la culture dans le monde ». Après une brève histoire du système culturel international depuis 1945, les auteurs s'attachent à élucider les nouvelles notions de la diplomatie culturelle, notamment celle de *nation branding*. Suivent des études concernant les acteurs étatiques et interétatiques de la géopolitique de l'art et de la culture qui se distinguent des acteurs non étatiques examinés ensuite. La troisième partie développe l'analyse de l'économie et de la géopolitique de la culture. Après un rappel des « enjeux économiques de la culture » du point de vue traditionnel depuis Adam Smith et de « la richesse des nations » qui évolue vers la confrontation politique des systèmes économiques, les auteurs démontrent comment ces derniers s'emparent de la culture pour se transformer en puissances impérialistes économiques et culturelles, dont ils analysent les rapports de force en présence. L'économie s'empare en effet du *soft power* lorsque les États s'intéressent à l'économie de la créativité : de fil en aiguille, l'industrie de la culture se globalise dans un monde qui devient un seul marché. Ce schéma met en jeu quelques principes de domination culturelle qui font ici l'objet d'analyses développées : les mythologies de l'économie de marché, l'économie du star-system, le marketing de la culture et de la diplomatie, le rôle ambigu des institutions internationales, et les difficultés de la culture face à la barrière des territoires. Le dernier chapitre concerne les spécificités sectorielles, des arts vivants au jeu vidéo : c'est là que sont précisés le rôle d'ambassadeur des acteurs et des professionnels de la culture, celui des acteurs du patrimoine matériel et immatériel et celui des éditeurs du livre et du disque, Le chapitre se termine par une analyse de l'industrie du cinéma où règne l'hégémonie américaine. La conclusion souligne l'originalité de la problématique proposée par les auteurs en dépit de la réalité ancienne de l'utilisation de l'art et de la culture à des fins de politique étrangère justement rappelée dès l'introduction. En effet, c'est la situation nouvelle née des rapports géopolitiques instaurés au XX<sup>e</sup> siècle qui transforme l'utilisation de l'art et de la culture comme œuvres du « génie national » en action politique de propagande. Elle devient une arme idéologique et en vraie guerre psychologique et sociale à des fins militaires et territoriales.

4 Ce résumé à grands traits de la composition générale de ce livre collectif ne rend pas compte de l'érudition qui nourrit des développements encyclopédiques concernant chacun des sujets et des périodes étudiés. Ceux-ci renvoient à des banques de données et des sites internet faciles d'accès ainsi qu'à une bibliographie très fournie. Il faut souligner la qualité de l'appareil critique, très élaboré, avec un index très complet qui

constitue un remarquable outil de travail. Douze annexes cartographiques s'avèrent extrêmement utiles et d'un exceptionnel intérêt pédagogique. Ainsi la première carte illustre l'histoire et la géographie des grands événements culturels mondiaux de 1895 à 2014, conçue par Laurent Martin, représente les villes accueillant les expositions universelles, les jeux olympiques et les biennales artistiques. La seconde illustre la *soft power* des pays en 2020 d'après le cabinet Brand Finance. La carte 3 localise les instituts Confucius et les centres Rousskii Mir dans le monde, tandis que la carte 4 donne une vision complète et détaillée de la francophonie en 2019. La carte 5 dresse la situation diplomatique du Vatican par des graphiques illustrant le nombre de voyages officiels par région (1963-2017) tout en figurant aussi les états avec lesquels le Vatican n'a pas de relations diplomatiques (d'après [www.vatican.va](http://www.vatican.va)). La carte la plus complexe à lire et à interpréter est celle de « L'économie de la créativité dans le monde ». Des graphiques adjacents précisent les chiffres d'affaires, les flux d'exportation, la localisation des principaux groupes actifs dans les secteurs de l'économie de la créativité, d'après plus de 10 sources informatiques détaillées en légende. La carte 7 visualise le marché mondial numérique et touristique, la 8 donne la répartition des musées et du patrimoine à travers le monde en 2019. La 9 montre les festivals et opérateurs des arts de la scène dans le monde à partir des 100 plus importants opéras et festivals électro d'après quatre sources internet. La 10 illustre le marché de l'art et son trafic à travers le monde d'après l'ICOM 2019. L'industrie du livre et du disque dans le monde est décrite par la carte 11, la situation du cinéma par la 12, et la localisation de l'industrie du jeu vidéo dans le monde d'après Newzoo2020 clôture ce vaste panorama des « géopolitiques de la culture » du monde contemporain. Chacune de ces cartes bénéficie de légendes éclairantes et d'une liste détaillée des sources utilisées, la plupart du temps disponibles sur internet ce qui permettra à ceux qui en ont le souci de mettre à jour les données, voire de prolonger l'enquête. Au-delà de son intérêt pour la recherche, il s'agit là d'un travail extrêmement utile pour tous les enseignants désirant traiter de nouveaux programmes (comme dans le secondaire). Cette étude sera aussi utile à celles et ceux qui souhaitent de nouvelles directions de recherche en sciences humaines pour les collègues du supérieur intéressés par une orientation scientifique internationale centrée sur l'expansion de la mondialisation de la culture.

---

## AUTEURS

**MARIE-CLAUDE GENET-DELACROIX**

Professeure émérite à l'Université Reims-Champagne-Ardenne