# Troisième Partie

Autour de l'exception culturelle

# Métaphores économiques et réalité linguistique de l'«exception culturelle»

Philippe BARBAUD

Université du Québec à Montréal

## Les enjeux

Nous nous intéressons dans ce travail à la validité et à l'adéquation de quelques métaphores épistémologiques utilisées dans le discours économique pour caractériser un certain nombre de réalités de nature socio-linguistique. Les enjeux de cette démarche sont loin d'être négligeables. Les images fortes frappent l'imagination des hommes politiques. Ceux-ci peuvent entretenir l'illusion qu'ils comprennent à la fois la réalité économique et la réalité linguistique lorsqu'ils mettent en place des politiques globales régissant les échanges commerciaux entre nations ou entre communautés. A cet égard, on ne saurait sous-estimer l'urgence de développer une argumentation scientifiquement justifiée, sur le plan linguistique, de la fameuse «exception culturelle» consentie à regret par les États-Unis lors des dernières négociations du GATT, dites de l'*Uruguay Round*. Nous savons que ce n'est que partie remise. Heureusement, la riposte s'organise, comme en témoigne la résolution sur l'exception culturelle du Sommet de la francophonie de Maurice, en octobre 1993.

Il est donc d'une impérieuse nécessité de mieux articuler cette riposte en regard des arguments qui paraissent devoir orienter la jurisprudence en matière de contestation juridique de certaines dispositions contenues dans les lois linguistiques<sup>1</sup>. A l'évidence, si l'économiste parvient à une meilleure

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Sur cette question, voir SPARER (1986) ainsi que le Rapport et Avis. Le libre-échange CanadalÉtats-Unis et la langue française au Québec soumis au Conseil de la langue française du Québec en 1986.

connaissance de la nature et des attributs inhérents à la variable langue, il disposera de meilleurs fondements pour élaborer des modèles capables d'optimiser les intérêts parfois contradictoires de l'homo communicationis et de l'homo æconomicus. L'intervention du linguiste est alors susceptible d'instrumenter l'économiste en lui fournissant notamment un argumentaire basé sur l'analyse factuelle et cohérente du vocabulaire métaphorique. C'est la raison pour laquelle nous nous proposons d'étudier plus particulièrement la validité de trois images communément exploitées, à savoir: 1) l'image de la langue comme BIEN économique susceptible de transaction dans un marché intérieur; 2) l'image de la langue comme MONNAIE commune d'un marché international, et surtout 3) l'image des législations linguistiques comme mesures protectionnistes assimilables à des TARIFS DOUANIERS régissant le commerce international. Il est normal aujourd'hui que les linguistes se penchent à leur tour sur ce langage culturellement déterminé qui réfère à leur objet d'étude scientifique. On peut espérer ainsi se faire une idée plus juste de l'interdisciplinarité qui s'actualise dans ce que D. de ROBILLARD (1989, p. 40) appelle le «transfert de concepts et de méthodes d'une discipline à une autre.»

#### La tradition du Trésor et la rhétorique du discours économique

Dans la tradition écrite humaniste et classique, de DANTE à RIVAROL en passant par CHAUCER et VOLTAIRE, l'idée d'accorder à la langue nationale, aux mots et aux règles de grammaire une valeur aussi immense que subjective est surtout le fait des gens de Lettres et des philosophes. Le filon bien nommé du Thresor de la langue françoyse qu'avait découvert Jean NICOT en 1606 ne cesse encore aujourd'hui d'être exploité, incarnant la richesse que constitue cette langue particulière aux yeux de quelque 120 millions de locuteurs. Il était normal que les héritiers de la pensée économique mise au monde au siècle des Lumières par A. SMITH, J. LOCKE et D. HUME récupèrent ce concept idéologique de «trésor» afin de le traduire en réalités plus concrètes comme l'or, l'argent, la monnaie, le capital, le bien. De nos jours, ces analogies demeurent fortement ancrées dans nos croyances au point que nous assistons à un redéploiement de leur utilisation dans les sciences économiques ainsi qu'à la mise en place d'un nouveau vocabulaire, (cf. BICCHIERI 1988, p. 104). La langue est maintenant considérée comme un élément du «capital humain» (cf. BLOOM & GRENIER, 1992), notion moderne s'il en est mais couplage risqué puisqu'il interpelle l'objet d'étude d'un autre domaine scientifique, celui des sciences du langage et notamment de la linguistique.

L'intérêt croissant des chercheurs pour le rapport entre la langue et l'économie a suscité divers travaux au cours de ces dernières années.

A l'instar du langage des sciences juridiques, le langage des sciences économiques est sujet à l'investigation et à la critique des littéraires, des psychologues, des sociologues et des terminologues, notamment chez les anglo-américains. Les récents collectifs *Economics and Language* de HENDERSON, DUDLEY-EVANS & BACKHOUSE (1993) et *The Consequences of economic rhetoric* de KLAMER, MCCLOSKEY & SOLOW (1988) en sont une bonne illustration. Mentionnons entre autres le travail aussi soutenu que controversé de McCloskey (1985; 1994), Klamer & McCloskey (1995) et Klamer (1995). On peut dire de ces auteurs qu'ils tentent de développer une approche «interne» du discours économique puisque leur objectif est de montrer comment les économistes utilisent la langue et ses figures de style pour rendre leurs thèses économiques plus convaincantes. Aussi mettent-ils en valeur le fait qu'il existe dans ce type de discours une rhétorique particulière ayant souvent pour effet de masquer les faiblesses de l'analyse scientifique elle-même. A ce propos, Klamer écrit ce qui suit:<sup>1</sup>

«Vue sous l'angle de la rhétorique, l'économie devient une variété de pratiques discursives qui se différencient par le choix des métaphores et autres procédés rhétoriques. (...) Les pratiques économiques sont plus qu'une série de propositions à propos de l'économie car elles comprennent aussi les stratégies rhétoriques, ce qui inclut des métaphores spécifiques et des procédés narratifs.»

A. Klamer (1995: 234)

Ce n'est pas l'approche que nous avons adoptée. Nous laissons aux économistes le soin de se critiquer entre eux sur le plan de l'éthique scientifique.

D'autres chercheurs tentent de développer une approche «externe» de l'intersection langue-économie. Il ne s'agit plus d'étudier les ressources du langage de l'économie per se mais d'étudier le comportement économique des populations mises en jeu par la variable «langue», c'est-à-dire les masses parlantes. Plusieurs articles et ouvrages consacrés à cette question, dont COULMAS (1992), CHAUDENSON & de ROBILLARD (1989) et VAILLANCOURT (1985) pour n'en nommer que quelques-uns, ont permis depuis ces dernières années de préciser les contours de ce nouveau champ d'études. Là encore, il est hors de question pour nous de faire la critique de l'adéquation empirique des modèles économiques qui sont proposés et des méthodes d'analyse préconisées.

Notre discussion des métaphores économiques porte plutôt sur leur pertinence et leur adéquation aux diverses situations linguistiques. Elle s'inscrit dans la même veine que celle de l'économiste F. GRIN (1994) dont le travail cité dresse un inventaire des divers aspects de ce transfert terminologique. A l'instar de D. de Robillard (1989), ce chercheur montre

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Notre traduction.

entre autres que le concept de «marché linguistique» postulé par P. BOURDIEU (1982) ne fait preuve d'aucune adéquation explicative sur le plan théorique parce qu'à son avis, il ne répond à aucun des critères qui définissent cet objet particulier qu'est le «marché» des sciences économiques.

D'autres économistes vont jusqu'à soutenir que les lois à caractère linguistique, dont plusieurs États se dotent pour instrumenter leur politique de planification linguistique, s'assimilent à des tarifs douaniers ou à des taxes à l'importation de main-d'œuvre hautement qualifiée, ce qui les amène à introduire le concept de «protectionnisme» dans leur vision de la condition linguistique. Une telle approche est particulièrement mise en avant dans les écrits de J.-L. MIGUÉ (1979; 1993) et le travail de M. BOUCHER (1985). Sans vouloir être présomptueux au point d'en faire une assertion, puisque l'économie n'est pas notre spécialité, la thèse du protectionnisme linguistique, à notre connaissance, n'a guère été contredite ou même discutée par d'autres économistes. Elle a donc tendance à s'accréditer au point qu'elle est explicitement avalisée par le constitutionnaliste J. WOEHRLING (1993). En conclusion de son examen des traités de libre-échange et de la jurisprudence qu'ils ont entraînée, ce spécialiste suppute leur incidence virtuelle sur la Charte québécoise de la langue française en écrivant ce qui suit:

«(...) L'évolution vers une plus grande liberté de circulation, qui paraît d'ailleurs inévitable pour les pays ayant une économie ouverte, pourrait remettre en question le "protectionnisme linguistique" qui inspire la Charte de la langue française. La libre circulation des marchandises et la libre circulation des personnes, ainsi que la logique d'efficacité économique qui fonde ces principes, pourraient se révéler difficilement compatibles, à la longue, avec le respect intégral de dispositions comme les articles 35, 51, 58 ou 68 de la loi 101.»

J. Woehrling (1993, p. 122)

Nous nous proposons de montrer que ce transfert de concepts entre deux objets d'études scientifiques différents au moyen de métaphores faciles peut s'avérer fallacieux à certains égards.

#### Circuit et marché

Nous allons d'abord caractériser les deux réalités distinctes que sont la communication linguistique et la transaction économique en termes d'objets prototypiques pour ensuite les comparer point par point afin de déterminer dans quelle mesure ils s'équivalent. Une bonne congruence de ces deux concepts devrait permettre d'établir le bien-fondé des métaphores qui en découlent. Quoi qu'il en soit, les deux objets en question se verront d'emblée caractérisés selon leurs dimensions collectives. Autrement dit, on se situe à l'échelle des masses d'individus et non pas à celle du sujet parlant. C'est la raison pour laquelle on comparera le CIRCUIT de la communication

langagière au MARCHÉ de la transaction économique. Ces deux réalités incarnent le concept général d'ÉCHANGE mais de manière différente, comme on le verra.

## Le circuit de la communication langagière

Considérons alors l'échange linguistique à travers le circuit de la communication langagière, c'est-à-dire à une échelle beaucoup plus large que celle, classique, du «circuit de la parole» (cf. DENES & PINCHON, 1963). Nous devons réunir quatre conditions (cf. ESCARPIT, 1976). Nous avons besoin, premièrement, d'un DESTINATEUR  $DE^n$  qui active le circuit et, deuxièmement, d'un DESTINATAIRE  $DA^n$ . Chacun constitue un pôle fixe du dispositif. L'exposant n est nécessairement supérieur à un parce qu'il détermine l'importance quantitative des masses parlantes faisant usage du même code, de la même langue. On a besoin, troisièmement, d'une INFORMATION i qui transite de l'un vers l'autre. Quatrièmement, on a besoin d'une LANGUE  $L_M^G$  matérialisée dans un MÉDIUM (indice M) oral, écrit ou gestuel, et actualisée grâce à une GRAMMAIRE (exposant G), ce qui assure l'intelligibilité mutuelle des interlocuteurs, condition de la réussite de l'échange.

DE Destinateur i = Information DA = Destinataire

P' = Principes de coopération et d'exhaustivité

L<sup>G</sup><sub>M</sub> = Langue (Grammaire\Médium)

On obtient ainsi le graphe donné à la Figure (1), et il a pour propriétés d'être unidirectionnel, tripolaire, transitif (dynamique) et bi-argumental.

Observons qu'à l'échelle des masses parlantes, le circuit devient unidirectionnel, ce qu'il n'est pas lorsque seulement deux locuteurs échangent entre eux. Dans ce dernier cas, il est bidirectionnel puisque, par définition, chaque locuteur est à la fois émetteur et récepteur (mode conversationnel). C'est ce dernier niveau d'analyse de la communication linguistique que Klamer (1995, p. 237) exploite pour établir une analogie avec le marché économique. Pour lui, n = 1. Manifestement, cela ne colle pas à la réalité. Lorsqu'on a affaire à des masses parlantes, la bidirectionnalité de l'échange est virtuellement nulle (mode non-conversationnel), ce qui a une incidence directe sur le facteur P' dont nous reparlerons. La tripolarité comporte deux «actants» — d'où le caractère bi-argumental — entre lesquels s'exerce la transitivité de l'«action», de même qu'un «patient», c'est-à-dire le contenu de l'information, d'où le pôle inactif (passif) bien que mobile, identifié en i.

Pour en revenir au facteur P', nous soutenons qu'il constitue un élément intrinsèque de tout échange. Ce facteur identifie le Principe de coopération et la Loi d'exhaustivité qui régissent la communication langagière entre deux interlocuteurs, c'est-à-dire lorsque n=1. Nous faisons directement appel aux dites «maximes conversationnelles» de GRICE, du nom du philosophe qui les a formulées pour la première fois¹. Il s'agit d'un paramètre d'éthique naturelle relatif au libre consentement, à la vérité préalable, à l'intention, etc., et agissant comme régulateur de l'échange. Une transgression de ces maximes, délibérée ou non, engendre du «bruit» et peut faire avorter l'échange.

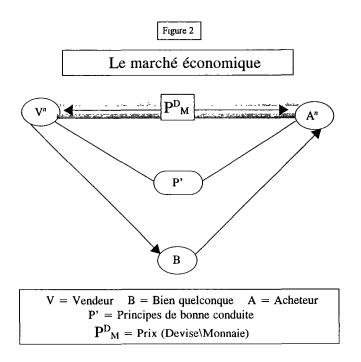
## Le marché économique

Là aussi, quatre conditions doivent être réunies pour qu'un échange puisse se constituer en échange commercial, (cf. Grin, 1994, p. 35). On a besoin, premièrement, d'un VENDEUR  $V^n$ , conçu comme agent de l'offre; deuxièmement, d'un ACHETEUR  $A^n$ , conçu comme agent de la demande; troisièmement, d'un BIEN B quelconque qui transite de l'un vers l'autre et, quatrièmement, d'un PRIX P qui se transige dans une MONNAIE (indice M) qui scelle l'entente contractuelle entre les deux agents et garantit la réussite de l'échange. Une valeur élevée de l'exposant du nombre n permet là aussi de constituer des masses d'échangeurs: chaînes et multinationales d'un côté et segments de consommateurs de l'autre, ce qui donne lieu à des marchés économiques. Cependant, on complétera la description de P en lui ajoutant un attribut fort crucial bien qu'implicite, à savoir que le prix est un argument

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Cf. GRICE (1975).

variable lié par l'attribut DEVISE (exposant D), qui en est la constante. Alors qu'un prix reste (théoriquement) toujours négociable entre les parties prenantes d'une transaction, la devise, elle, est une constante dont le cours est établi en dehors de toute transaction particulière. Ceci est particulièrement applicable à une situation de mondialisation des échanges commerciaux. Le prix convenu tient alors lieu de variable partagée par les deux agents économiques. C'est ce que nous retrouvons dans le graphe illustré à la Figure (2):

(2)



Outre qu'il exhibe les mêmes propriétés que le circuit de la communication, à savoir qu'il s'agit d'un objet unidirectionnel, tripolaire, transitif (dynamique) et bi-argumental, le marché économique exige lui aussi la prise en compte du paramètre P', c'est-à-dire celui qui actualise les Principes éthiques du libre consentement et de la bonne foi qui sous-tendent toute transaction. Ce paramètre de bonne conduite économique (cf. BUCHANAN, 1995, p. 195), agit comme régulateur. Il en conditionne la réussite parce que les principes de comportement qu'il présuppose ne peuvent pas être enfreints, délibérément ou non. Les deux situations les mieux connues d'une manipulation illicite du paramètre P' sont le protectionnisme d'une part, et le dumping d'autre part.

#### Adéquation descriptive

Grâce à l'introduction de tous ces facteurs, on est à même de saisir le parallélisme des deux échanges dans la mesure où, à première vue, l'image du circuit se superpose à celle du marché avec beaucoup d'exactitude. Dans leur configuration générale, les deux graphes précédents semblent devoir établir une certaine adéquation puisqu'ils sont tous deux unidirectionnels, tripolaires, transitifs (dynamiques) et bi-argumentaux. Il est même possible d'établir des équivalences formelles (notées ≡) à partir des Figures (1) et (2) de sorte que l'on ait:

- (3)  $DE \equiv V$
- $(4) DA \equiv A$
- $(5) P' \equiv P'$

Mais un examen plus attentif des points d'analogie nous révèle que ces équivalences s'arrêtent là.

#### Loi de congruence et espace communicationnel québécois

Il existe en effet une différence fondamentale qui a trait à la relation qui unit le prix au bien dans le marché et dont on ne retrouve pas d'équivalent, semble-t-il, dans le circuit de la communication. On sait que la fameuse loi du marché qu'on appelle la LOI DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE – et qui se veut une explication de l'entropie naturelle vers l'équilibre du marché – détermine le prix conclu dans une transaction. Le prix est donc une résultante de la relation quantifiée qui s'exerce entre l'axe V\B et l'axe A\B, ce qui donne:

$$(6) V \setminus B \Rightarrow P_{M}^{D}$$

$$A \setminus B$$

Une telle formule est impossible à élaborer à partir de la Figure (1) parce que la langue n'est en aucun cas la résultante d'une relation proportionnelle liée à l'information. La langue ne se fixe pas comme le prix d'une marchandise. Elle transcende et l'information et les interlocuteurs. Il s'ensuit qu'il n'existe aucun équivalent de la loi économique de l'offre et de la demande dans

le circuit de la communication, ce qui rend la métaphore du marché impropre à refléter la réalité linguistique.

## Loi de congruence communicationnelle

Le volume de l'échange communicationnel doit être congruent avec la masse parlante pour qu'il atteigne son efficacité optimale.

En fait, il s'agit d'une version dérivée de la loi d'entropie de SHANNON & WEAVER (1962), l'efficacité optimale se définissant comme le point d'équilibre recherché. Autrement dit, le volume de bits qui doit circuler entre les pôles DE\DA doit être ajusté à la quantité de la masse parlante qui constitue chaque pôle. Une illustration technique de la loi de congruence s'applique, par exemple, au remplacement actuel des lignes en fil de cuivre d'un réseau de télévision câblée par des lignes en fibre optique, d'une capacité de transmission considérablement plus grande, ce qui coïncide avec la brusque augmentation de la clientèle et, par voie de conséquence, de l'ajustement requis par le débit accru de l'information câblée. Une application concrète de cette loi nous est alors fournie par le contexte québécois. En effet, il existe dans cette province canadienne deux masses parlantes principales, l'une francophone, l'autre anglophone, qui se partagent le même territoire en raison d'une situation de «langues en contact», ce qui donne lieu à deux circuits distincts de communication langagière. Le réglage congruent du volume de l'information échangée suppose alors un espace communicationnel dans lequel l'information circule au sein de chaque masse parlante selon l'importance du nombre de ses locuteurs. L'équilibre du réglage est virtuellement atteint lorsque le partage ne révèle aucun empiétement d'une langue sur l'autre.

Mais cet équilibre n'existe pas dans la réalité à cause non seulement de l'omniprésence de l'anglo-américain en Amérique du Nord mais aussi de l'anglicisation des allophones et des francophones du Québec. La dynamique des transferts linguistiques est donc source d'interférence, comme on va le voir, puisqu'elle contrecarre l'application de la loi de congruence. Par exemple, il se crée un déficit communicationnel au Québec lorsqu'on constate que le flux d'information qui correspond à la langue de travail dans la région montréalaise est de plus de 20% inférieur, dans certains secteurs, à celui qu'il devrait être en vertu de la masse parlante francophone (cf. *Indicateurs de la langue du travail au Québec*, édition 1994). Le fait que la langue anglaise empiète sur l'espace communicationnel de la langue française contrevient à la loi de congruence. Le volume de la première peut être qualifié

d'hypercongruent tandis que celui de la seconde peut être qualifié d'hypocongruent.

#### La langue est-elle un bien?

Abordons maintenant la métaphore de la langue comme «bien», ainsi que l'énonce l'adage anglais «Language is an asset», (cf. Coulmas 1992). Dire de la langue qu'elle est un bien économique est une façon de parler qui déforme la réalité linguistique. Dans le graphe du circuit de la communication, la langue ne constitue pas un pôle, contrairement au bien qui en constitue un dans le marché économique. Les éléments L et B n'apparaissent pas au même endroit. La langue n'est pas un objet qui transite d'un pôle à l'autre comme c'est le cas d'un bien. Le véritable équivalent du bien économique, c'est l'information (ou le savoir) qui circule grâce à la langue, entre autres. Voilà qui répond à la logique de la formule suivante:

$$(8) i \equiv B$$

On pourrait en dire autant de l'image du «trésor» ou de celle du «capital», deux termes ambigus parce que polysémiques. Dans la mesure où ces objets économiques s'assimilent au pôle du bien, ce qui arrive quand on dit, par exemple, que le capital change de mains ou a trouvé acquéreur, l'image est descriptivement inadéquate: la langue n'est pas un objet qui change de mains. Autrement dit la langue n'a pas le statut argumental que détient un bien, un trésor ou un capital dans le dispositif de l'échange. Elle est plutôt une fonction partagée par l'émetteur et le récepteur tandis que le bien est un argument qui change de fonction. De produit issu du vendeur il devient propriété de l'acheteur. La langue, elle, ne change pas de fonction. Voilà qui devrait suffire pour mettre un terme à l'exploitation de telles images dans un discours scientifique sérieux.

## La langue est-elle comme une monnaie?

On s'interrogera ensuite sur l'image de la monnaie, une notion dérivée de l'une des acceptions courantes du capital, ce qui nous amène à la façon dont nous avons symbolisé les objets  $L^{G}_{M}$  et  $P^{D}_{M}$ . Cette notation n'est pas due au hasard, comme on peut s'en douter. Les économistes qui, à l'instar de CARR (1985), ont recours à l'image du prix et de la monnaie pour établir une analogie avec la réalité linguistique font certes preuve d'une plus grande adéquation descriptive mais pas nécessairement d'une bonne adéquation empirique. Il y a apparemment quelque justification à l'équivalence formulée en (8) dans la mesure où la monnaie serait au prix ce que le médium est à

la langue: un support matériel commun aux deux partenaires de l'échange, d'où l'identité de symbole.

$$(9) P^{D}_{M} \equiv L^{G}_{M}$$

Par conséquent, une modification de l'indice M affecté à L justifierait d'induire une modification de la valeur de P par le biais du même symbole. Par exemple, une réglementation sur l'affichage commercial est certainement une mesure qui affecte  $L_M$  et en change présumément la «valeur». En vertu de l'analogie exprimée en (9), on dira que  $P_M$  change aussi de valeur: agir sur le médium qui matérialise la langue, c'est comme agir sur la monnaie qui matérialise le prix. En vertu de ce parallélisme, il n'est pas dénué de sens d'établir une équivalence entre la langue et la monnaie parce que cela revient à associer l'argument L à l'indice M de l'argument P. Il n'en reste pas moins que cette valeur n'a pas de prix...

Cependant, la métaphore de Carr pourrait être améliorée, moyennant un changement de vocabulaire, si on disait que «la langue est une devise». En effet, une équivalence entre les exposants D et G peut fort bien se concevoir. Bourdieu (1982) a bien mis en évidence tout le travail qui s'exerce sur la langue par les agents qui se l'approprient. Les règles de grammaire qui sont édictées par les académies ou par d'autres autorités comme les éditeurs, les organismes de terminologie ou les instances scolaires semblent agir directement sur G, auguel cas on obtiendrait un effet analogue sur D. L'adéquation descriptive de la métaphore qui assimilerait la langue à une devise pourrait s'avérer fondée. Mais on commettrait une grave erreur parce que G, la grammaire, n'a pas les propriétés d'une devise. Rappelons que la grammaire est un dispositif mental, intériorisé par le locuteur, qui ne dépend de rien d'autre que de la condition humaine (cf. CHOMSKY, 1977). La grammaire d'un sujet parlant n'a aucune valeur objective. Elle n'a qu'une valeur morale, celle que la culture accorde au don de la parole. Qui oserait prétendre aujourd'hui que la grammaire du français a plus de valeur que celle du chinois, de l'allemand ou du bamiléké? Par comparaison, la valeur d'une devise particulière est objective parce qu'elle se détermine par rapport à d'autres devises et son classement, c'est-à-dire le «cours des changes», dépend de plusieurs indicateurs, par exemple le PIB d'un pays, sa dette, sa balance des paiements, etc.

#### La norme est une devise

En revanche, la grammaire peut être perçue en référence à l'usage langagier plutôt qu'à la condition humaine, ce qui change tout. Ce que Bourdieu appelle la «langue légitime», c'est-à-dire la NORME LINGUISTIQUE (symbole

N) se présente alors comme une instance privilégiée de G, son reflet idéalisé dans un code, c'est-à-dire socialement valorisé. Intervenir sur N n'est donc pas équivalent à intervenir sur G. Bourdieu n'a pas tort lorsqu'il tient la langue légitime pour «l'étalon de la valeur des produits linguistiques». La norme linguistique, à ne pas confondre avec la grammaire, joue effectivement dans l'espace langagier le même rôle qu'une devise, v.g. «l'étalon-or» ou le dollar US, dans l'espace économique, mais selon une relation inverse: la norme est une variété fixe incluse dans la grammaire qui est elle-même incluse dans la langue tandis que le prix d'une marchandise n'est que l'instance variable incluse dans une monnaie, laquelle est incluse dans une valeur fixe, bien que fluctuante, qui est celle de la devise. Bref, la norme fixe tacitement le «prix» des discours qui circulent dans la communication langagière. La valeur qu'on leur attribue y fluctue selon le degré de conformité qu'ils atteignent par rapport au code standard.

A titre d'attribut de la langue L, la norme linguistique N permet alors d'établir une équivalence quasi-formelle et justifiée avec l'attribut D du prix P, comme l'indique la formule suivante où le symbole  $\in$  veut dire «est inclus dans» et le symbole «flèche» signifie l'implication pragmatique:

(10) Si 
$$(N \in G)$$
 et si  $(G \in L)$  alors  $(N \equiv L) \rightarrow (N \equiv D)$ 

Telle est la métaphore économique correcte que l'on est en droit de faire à propos de la réalité langagière. Mais dans la mesure où N est perçu communément (et naïvement) comme un attribut, voire un substitut de la langue elle-même plutôt que comme un attribut de la grammaire, on obtient un effet de «glissement» analogique qui pousse à dire par extension que «la langue est une devise». La distinction entre la devise et la monnaie n'étant pas toujours explicite, même chez les spécialistes comme Carr, là aussi un glissement analogique aboutit finalement à la croyance que «la langue est une monnaie». Que de telles libertés puissent être prises dans le discours approximatif des usagers, cela reste fort compréhensible. Cela l'est beaucoup moins lorsqu'on les retrouve dans le discours scientifique. Confondre la norme et la langue est aussi grossier aux yeux du linguiste que doit l'être de confondre la devise et le prix aux yeux de l'économiste. Il importe donc d'approfondir la réflexion sur l'analogie que permet de faire la norme linguistique avec la réalité économique.

## Interventionnisme linguistique

L'analogie que nous venons d'établir indique qu'il doit exister plusieurs points communs entre la norme et la devise. De fait, la norme est tacitement reconnue et admise par les interlocuteurs d'un circuit donné de la communication langagière comme l'est une devise par les courtiers et les cambistes au sein des marchés financiers. En outre, il s'agit de deux standards qui fluctuent en s'ajustant avec précision aux divers paramètres déterminant leur performance. Le PIB, la dette nationale, la balance des paiements, les réserves, etc., interviennent sur le cours des changes. Parallèlement, la mise à jour annuelle des dictionnaires, la normalisation terminologique, l'aménagement linguistique au sein du territoire, la diffusion, etc., sont autant d'indicateurs de la performance d'une norme linguistique. Ainsi appréhendée, pourquoi la norme linguistique ne serait-elle pas l'objet de mesures interventionnistes? Plus précisément, est-ce faire preuve de protectionnisme que de légiférer en matière de langue pour établir l'unilinguisme d'État?

#### Unilinguisme et loi d'unicité de devises

La réponse est non si l'on s'en tient idéalement à la logique exprimée en (10). Par définition, ce qu'on appelle le «cours légal» impose à tous la loi de l'unicité de la devise dans un territoire national, ce qui soulève parallèlement la question de l'unilinguisme. Aucun économiste ne remet en cause le principe de l'unicité de la devise pour chaque pays, ce qui est en soi un principe d'exclusivité. Jamais personne, semble-t-il, n'a dénoncé comme protectionnistes les politiques monétaires nationales ou internationales de soutien des devises lorsque celles-ci sont malmenées par les marchés boursiers (souvent manipulés par des aventuriers, des raiders ou des requins de la finance et autres anonymes peu soucieux de respecter les règles de bonne conduite économique). Le soutien international des banques centrales au peso mexicain en 1995 n'a pas été dénoncé comme étant contraire aux lois d'une économie de marché. En tout état de cause, l'interventionnisme monétaire n'est jamais taxé de protectionniste. Pourquoi alors l'interventionnisme linguistique le serait-il puisque dans les deux cas, il s'agit de fixer le standard national dans le domaine concerné?

Aussi postulons-nous que le choix d'un standard linguistique unique, i.e. l'unilinguisme, est une prérogative exclusive des États de droit, qui n'enfreint ni les lois du marché ni les lois de la communication. Aux yeux de certains, l'unilinguisme constitue la meilleure solution vis-à-vis de la «loi» économique du moindre coût puisqu'il est expressément revendiqué par les économistes qui, à l'instar de Carr (1985), Migué (1979), Boucher (1985) et Bloom & Grenier (1992), présupposent que le multilinguisme des peuples est une sorte d'erreur économique congénitale étant donné que «le multilinguisme élève les coûts de transaction entre les économies ou entre les groupes et les individus d'une économie» (Migué, 1979, p. 33). L'ennui, avec un tel sophisme, c'est que jamais il n'est procédé à l'évaluation des bénéfices directs et indirects

découlant du multilinguisme. Et ils sont énormes, ne serait-ce qu'en termes d'emplois qualifiés par l'attribut linguistique<sup>1</sup>. De ce seul point de vue, il est loin d'être évident que l'unilinguisme soit aussi bon pourvoyeur d'emplois que le multilinguisme. Quoi qu'il en soit, l'unilinguisme est aussi légitime et économiquement motivé que l'est la devise d'un pays. Or la multiplicité des devises internationales ne constituant pas une entrave à la liberté des marchés, on ne voit pas en quoi la multiplicité des unilinguismes internationaux en constituerait une, à moins de faire arbitrairement primer l'économique sur le communicationnel. Le choix relève de l'idéologie et non de la science.

A la rigueur, si on appliquait la logique de la primauté de l'homo œconomicus sur l'homo communicationis à l'échelle planétaire, on aboutirait à considérer la multiplicité des langues comme une gigantesque entrave à l'accroissement de la richesse des peuples, en parfaite contradiction avec le postulat économique voulant que toute langue soit un capital, comme si la multiplicité des capitaux dans le monde était un frein au développement économique des nations. Grin (1994, p. 32) a aussi critiqué cette approche en faisant valoir que la langue n'est pas un outil de communication neutre et interchangeable entre les individus parce qu'elle ne sert pas qu'à la communication. Bien qu'elle entraîne des coûts pour l'individu et la société, la maîtrise de plus d'une langue résulte d'une foule de motivations (culture personnelle, solidarité, identité, etc.) constituant autant de variables humaines qui ne peuvent pas être contrôlées comme le sont une devise ou une monnaie.

#### Discrimination indirecte

Une législation linguistique comme la loi 101 québécoise sur la langue officielle de cette province, qui a pour objectif le maintien de l'unilinguisme et le développement de la langue française en Amérique du Nord, est décriée par beaucoup comme étant protectionniste à cause, allègue-t-on, de ses effets d'exclusion des autres langues, dont l'anglais naturellement. Comme le relate Woehrling (1993), la tendance actuelle d'instances judiciaires comme la Cour suprême des États-Unis et la Cour suprême du Canada consiste à recourir au concept de «discrimination indirecte» pour invalider l'unilinguisme. Mais cet argument apparaît fallacieux aux yeux du linguiste parce qu'il témoigne de l'ignorance des magistrats de la nature communicationnelle des langues naturelles et des lois universelles qui les régissent<sup>2</sup>. Le fait pour un pays

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Selon un dirigeant de la multinationale Berlitz, le chiffre d'affaires de la seule traduction humaine, toutes langues confondues, varierait entre 12 milliards et 25 milliards de dollars US par an.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> C'est l'évidence même que l'idéologie actuellement dominante des «droits et libertés de la personne» prime celle de l'État, primauté qui fut engendrée après la Seconde Guerre mondiale par l'activisme des minorités, persécutées ou non. L'avènement d'une telle idéologie n'est certes pas étranger à celui de la grammaire générative au cours des années 60, laquelle, on le sait, axe

d'avoir sa propre devise n'a-t-il pas le même effet d'exclusion vis-à-vis des autres devises? Ainsi, le dollar canadien reste la devise unique du Canada sans que quiconque songe à contester son monopole. Pourquoi devrait-on contester le monopole de la-langue française au Québec? L'exclusion est inhérente à la notion de norme ou de code. Ainsi en va-t-il d'une langue naturelle. Dès lors qu'elle est érigée en norme de l'espace communicationnel d'une société, elle acquiert le même statut social que celui d'une devise dans l'espace économique de cette même société parce que légiférer sur ou en faveur d'une langue, c'est de facto légiférer sur ou en faveur de la norme de cette langue. En tout état de cause, l'unicité de code dans un espace communicationnel juridiquement fondé devrait être aussi justifiée, sur le plan légal, que l'est l'unicité de devise dans l'espace économique d'une nation.

## L'inadéquation référentielle de la métaphore du protectionnisme

Pour certains économistes, la loi 101 est une loi «protectionniste». Cette thèse est développée pour la première fois dans Migué (1979) est réitérée plus tard dans le grand public par ce même auteur (cf. Migué, 1993). Les principaux aspects de la thèse de Migué, y compris son modèle de la «signification du tarif linguistique», sont repris tels quels dans Boucher (1985) au point que peu de différences séparent les vues de ces deux économistes de l'ENAP (Québec). Le protectionnisme peut être défini comme une mesure étatique unilatérale contrevenant aux lois du marché international, à savoir celles de l'offre et de la demande et de l'équilibre des prix. Le protectionnisme, comme nous l'avons déjà mentionné plus haut, est une pratique qui affecte directement l'éthique de l'économie de marché par le biais du paramètre P' de la Figure (2).

#### Les effets présumés de la loi 101

Le raisonnement qui sous-tend cette lecture de l'aménagement linguistique du Québec consiste essentiellement à dire que certains articles de la loi 101 relatifs à la langue de travail et à la francisation des entreprises québécoises auraient pour effet d'imposer «une "taxe" sur le cadre anglophone pour compenser la situation d'infériorité relative du cadre francophone» et de

entièrement sa problématique sur la langue en tant que faculté mentale du «sujet parlant», si chère au linguiste Chomsky, plutôt que sur la langue en tant qu'«institution sociale» de la collectivité, si chère au linguiste De Saussurre au cours des années 30. Il s'ensuit, à tort ou à raison, que la nature communicationnelle des langues naturelles est devenue de nos jours juridiquement plus vulnérable que sa nature proprement individuelle dans la mesure où la liberté d'expression est un droit universel qui relève de la personne et non de la société.

rendre «l'embauche de cadres anglophones plus onéreuse pour l'entreprise». Les prémisses d'une telle conclusion se trouvent dans les principes qui guident la démarche de ces deux chercheurs:

«La méthodologie employée est, en fait, une transposition de l'analyse des conséquences de l'imposition d'un tarif douanier pour accroître la production domestique d'un bien. Le raisonnement s'applique d'ailleurs quasi intégralement: la loi 101 vise à accroître la demande de francophones dans l'entreprise. Elle augmente ainsi les coûts d'utilisation des cadres anglophones et donc décourage leur utilisation.» Boucher (1985, p. 108)

Migué se montre encore plus explicite sur la nature de l'objet surtaxé lorsqu'il écrit: «La politique linguistique [du Québec] constitue l'équivalent d'un tarif douanier sur l'importation de services professionnels et managériaux non francophones.» (Migué, 1979, p. 17) Comme on peut s'en rendre compte, la métaphore économique appliquée à la situation linguistique du Québec se voit considérablement amplifiée.

En effet, de par sa définition, le protectionnisme allégué confère à cette législation linguistique une dimension macro-économique. Plus précisément, il lui confère une dimension extra-territoriale à défaut d'être internationale puisque le Ouébec n'est pas encore un État souverain, ce qui soulève au départ un problème définitoire. Par ailleurs, les auteurs ciblent la «main-d'œuvre hautement qualifiée» comme point névralgique susceptible de constituer une entrave aux lois du marché. Il convient donc, en premier lieu, de bien caractériser la situation linguistique dans sa dimension «macrocommunicationnelle» pour établir un bon parallèle avec le caractère macroéconomique du protectionnisme. En second lieu, on évaluera la pertinence et la justesse des points d'équivalence entre ces deux macro-réalités pour conclure, en fin de compte, que la métaphore économique du protectionnisme ne réfère pas adéquatement à la complexité de la situation linguistique du Québec. Nous allons arguer que cette image non seulement n'est pas conforme aux faits mais qu'elle les déforme, ce qui soulève une grave question, à savoir si la nature intentionnelle de cette thèse est conciliable avec sa crédibilité scientifique.

## Configuration du protectionnisme

Le protectionnisme doit réunir les conditions suivantes: 1) un vendeur ou un fournisseur EXTÉRIEUR qui offre un bien quelconque B; 2) un vendeur ou un fournisseur INTÉRIEUR qui distribue ou offre aussi un bien B' COMPARABLE à l'autre; 3) un client identifié à un MARCHÉ INTÉRIEUR dont la demande pour le bien B est supérieure à celle du bien B'; 4) une mesure interventionniste jugée ARBITRAIRE et DÉLOYALE en regard du paramètre P',

telle un tarif douanier par exemple, qui s'applique directement ou affecte indirectement le premier bien et dont l'effet est d'en rendre le prix significativement plus élevé que celui de l'autre, de sorte que  $P^D_{M}(B) > P^D_{M}(B')$ . Naturellement, on conviendra que la demande supérieure pour le bien B entre en conflit avec le prix supérieur de ce même bien.

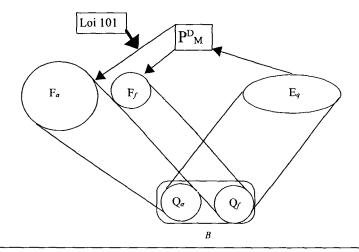
Formuler cette configuration du protectionnisme en termes de maind'œuvre hautement qualifiée accessible au marché québécois n'est pas une mince affaire lorsqu'on tient compte de la variable linguistique. On reconnaîtra tout de même dans la Figure (3) la tripolarité commune au circuit de la communication et au marché économique. On parvient à y intégrer tous les éléments déjà identifiés tout en maintenant le caractère unidirectionnel, transitif et bi-argumental de l'échange mais au prix d'une complexification des trois pôles. On y retrouve le pôle FOURNISSEUR qui, dans la conception des auteurs ci-mentionnés, est nécessairement hétérogène parce qu'il se dédouble en deux types d'offre: le symbole  $F_a$  désigne le fournisseur «extérieur» au Québec, c'est-à-dire l'anglophonie, sans distinction de frontières pour l'instant entre le Canada et les États-Unis. Le symbole  $F_f$ désigne le fournisseur «intérieur», c'est-à-dire la francophonie québécoise. Il n'y a aucune commune mesure dans les proportions affichées dans le graphe entre ces deux agents et la réalité linguistique vu le rapport d'un francophone contre 50 anglophones en Amérique du Nord. Chacun de ces deux fournisseurs est censé offrir un «bien», c'est-à-dire une main-d'œuvre hautement qualifiée, respectivement représentée par les symboles  $Q_a$  et  $Q_b$  au pôle B. Le pôle ACHETEUR est censé être homogène puisque qu'il correspond au marché intérieur québécois. Ce dernier se caractérise alors en termes d'EMPLOYEUR québécois (symbole  $E_q$ ) puisqu'il est ici question de maind'œuvre. En outre, ces deux auteurs allèguent que la main-d'œuvre francophone  $Q_f$  est moins qualifiée que la main-d'œuvre anglophone  $Q_a$  en raison principalement du sous-développement historique de l'instruction supérieure dans cette province. On devrait donc refléter cette différence dans le graphe de sorte que  $Q_a > Q_f$ , mais la distorsion aurait été visuellement trop grande. Il s'ensuit que cette main-d'œuvre sous-instruite n'arrive pas à répondre à la demande de l'employeur québécois, d'où la nécessité d'«importer» ce type de main-d'œuvre de l'anglophonie. Dans ces conditions, l'unilinguisme qu'impose la loi 101 dans cette province frappe un produit d'importation, d'où une discrimination économiquement injustifiée à l'endroit de la main-d'œuvre unilingue anglophone. C'est la raison pour laquelle cette mesure d'aménagement linguistique est représentée telle quelle dans cette figure en tant que facteur extérieur au marché agissant négativement, dans l'esprit de ces auteurs, sur le paramètre P'. Ce dernier ne figure pas dans le graphe pour en alléger la présentation. Toutefois, on constatera que le point d'impact de cette intervention extérieure se situe sur

l'axe  $P_{M}^{D}(F_{a})$  puisque l'effet allégué de la loi 101 tient dans la cherté accrue de la main-d'œuvre anglophone. Mais ceci demande d'être rectifié.<sup>1</sup>

(11)

Figure 3

Variable linguistique et marché de la main-d'oeuvre québécoise



 $F_a$  = Fournisseur extérieur (anglophonie)  $F_f$  = Fournisseur intérieur (Québec)

 $Q_a = Main d'œuvre anglophone$ 

 $Q_f = Main-d'œuvre francophone$ 

 $E_q$  = Employeur québécois (marché)

 $P^{D}_{M} = Prix$  (salaires)

Il importe en effet de préciser que, par comparaison avec la configuration du marché donnée à la Figure (2), il se crée une distorsion significative dans cette nouvelle configuration du fait que toute main-d'œuvre constitue un pôle actif du marché de l'emploi: elle fusionne l'offre et la demande dans le même individu, respectivement par le labeur qu'il fournit et par le salaire qu'il reçoit<sup>2</sup>. Le pôle BIEN n'est donc plus un élément inerte du marché; c'est

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Par comparaison avec la configuration du circuit de la communication, (cf. Figure 1), on constate que le point d'application de cette mesure législative n'est pas le même. C'est sur l'axe  $E^n \$ que s'exerce l'effet de la loi 101.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Notons que le même phénomène s'observe dans les circuits de la parole et de la communication, ce qui accentue la comparaison. En effet, tout sujet parlant étant à la fois émetteur et récepteur, il y a fusion de ces deux compétences dans le même individu, ce qui permet le mode conversationnel entre deux interlocuteurs. Toutefois, rappelons qu'il existe une différence de taille. Le prix se confond réciproquement avec le bien qui transite dans un cas

plutôt le pôle FOURNISSEUR qui le devient, c'est-à-dire la société. Bref, le salarié est l'interlocuteur de l'employeur. La transitivité de l'échange se déplace alors sur l'axe  $B \setminus E_q$ , ce qui modifie directement la directionnalité du système. Par conséquent, ce sont les pôles  $Q_a$  et  $Q_f$  qui sont concernés par le prix. L'effet de la loi 101 se formule alors comme suit:

(12) 
$$P_{M}^{D}(Q_{a}) > P_{M}^{D}(Q_{f})$$

Le caractère agentif du pôle BIEN, corollaire au caractère passif du pôle FOURNISSEUR, autorise d'établir les équivalences suivantes:

(13) a. 
$$P_{M}^{D}(F_{a}) \equiv P_{M}^{D}(Q_{a})$$
  
b.  $P_{M}^{D}(F_{f}) \equiv P_{M}^{D}(Q_{f})$ 

Il découle de cette nouvelle caractérisation que le graphe reflète mal le point d'impact du présumé effet négatif de la loi 101. La flèche en provenance de ce paramètre extérieur ne devrait pas pointer sur l'axe  $P^D_M F_a$  mais devrait plutôt pointer négativement sur l'axe  $Q_a E_q$  et positivement sur l'axe  $Q_f E_q$  puisque dans ce dernier cas, l'effet allégué de la loi 101 est d'augmenter la demande en provenance de  $Q_f$ .

## Protectionnisme ou dumping?

Si la caractérisation que nous venons de faire est correcte, la thèse du protectionnisme se présente essentiellement comme une violation du paramètre P'. C'est d'ailleurs sur ce terrain de l'éthique économique que Boucher situe l'enjeu de la loi 101 lorsqu'il conclut: «On peut donc déduire que le moyen le plus économique de réduction des coûts de transaction n'est pas appliqué» (Boucher, 1985, p. 115).

La contrepartie de cette thèse en regard du même paramètre est évidemment le dumping. Le choix doit se faire sur une base factuelle et non sur des préjugés ou des présupposés non démontrés. Or un examen attentif des points de comparaison entre une situation de protectionnisme économique et la situation alléguée de protectionnisme linguistique révèle de sérieuses lacunes de la part des économistes précités dans leur appréciation du paramètre P'. On constate qu'ils ont soustrait leur analyse aux règles de leur propre science en ignorant purement et simplement l'existence de ce paramètre dans la situation

tandis que dans l'autre, la langue n'entretient aucune relation de réciprocité avec l'information qui circule. Le salaire est une fonction réflexive du labeur et vice-versa mais la langue n'en est pas une de l'information, comme nous l'avons déjà expliqué.

linguistique québécoise. Or ce paramètre est quantifiable par certains aspects, comme nous allons le voir.

Trois raisons peuvent être invoquées pour conclure que les auteurs ont procédé à une falsification probablement délibérée du paramètre P':

- 1) l'attribut linguistique est exclu de la réalité du marché;
- 2) la notion de «biens comparables» est écartée;
- 3) la notion de «frontières nationales» est nulle et non avenue.

Il découle de cette triple falsification de la réalité linguistique que la condition générique du «libre consentement» requise par l'économie de marché est délibérément transgressée, ce qui rend la métaphore du protectionnisme parfaitement inadéquate, voire fallacieuse. Expliquons-nous.

#### L'attribut linguistique

L'attribut linguistique – francophone/anglophone – n'est pas seulement une caractéristique du cadre ou de la main-d'œuvre. De toute évidence, la langue est un attribut intrinsèque de la demande, une donnée de l'analyse que les auteurs précités ont délibérément ignorée. Elle ne l'est pas nécessairement de l'offre, comme on le sait si bien au Québec, d'où la possibilité de retrouver une situation analogue à celle, parfaitement incongrue, d'un vendeur de réfrigérateurs tâchant de convaincre un propriétaire d'igloo d'acheter sa marchandise. C'est exactement à ce type d'incongruité économique qu'aboutit l'analyse des auteurs précités. Ils voudraient nous convaincre que le cadre ou le professionnel unilingue anglophone, qu'il soit canadien, américain ou étranger, serait le bien le mieux adapté à la demande du marché québécois de la main-d'œuvre. Est-ce réaliste?

L'attribut linguistique doit être pris en compte dans une définition réaliste du marché, et par conséquent de la demande, sinon on ne voit pas la raison d'être de la loi canadienne sur L'emballage et l'étiquetage des biens de consommation entrée en vigueur en 1974, rappelons-le. Cette prémisse importante de la caractérisation d'un marché est pourtant ignorée par les économistes précités. A aucun moment ils ne définissent le marché québécois en termes de marché à 83% francophone. Cette première omission fausse leur analyse au départ.

## Les coûts de l'anglicisation

L'éviction du paramètre P' de l'analyse économique des effets de la loi 101 québécoise se concrétise par ailleurs par l'insuffisance remarquable de

l'analyse en termes de coûts et de bénéfices, pourtant préconisée par ces auteurs. Jamais ils n'ont évalué les coûts imputables à l'absence de toute législation de type Loi 101. Or ces coûts pèsent considérablement dans la loi de l'offre et de la demande. En effet, comment évaluer la perte économique imputable à l'anglicisation dans un marché où la demande «francophone» est largement définie par cet attribut linguistique? Il tombe sous le coup de l'évidence que si la Loi 101 n'existait pas, le phénomène universel de l'assimilation linguistique se déroulerait au Québec sans aucune entrave. L'une des conséquences immédiates de cette hypothèse est que le potentiel de main-d'œuvre francophone irait en diminuant, et ce d'autant plus rapidement que l'anglicisation des Québécois allophones serait presque totale. C'est bien ce que montre le graphe suivant.

La loi 101, adoptée en 1977, est loin d'avoir inversé le rapport de force historique qui joue en faveur de l'anglais (cf. BARBAUD; à paraître). On y présente sur une période de vingt ans non seulement le nombre de transferts linguistiques (petits chiffres encadrés) qui se fait d'une masse parlante à

Al

574 930

An = anglophones

Indicateurs de la situation linguistique au Quéhec, 1992, CLF Rétention et transferts linguistiques,

1991, StatCan, 94-319

Al = allophones

l'autre mais aussi le solde (chiffres en gras quantifiant la différence entre les *intrans* et les *extrans*) imputable à chaque masse parlante à la fin de cette période. Malgré sa configuration tripolaire, l'échange résultant des transferts linguistiques entre francophones, anglophones et allophones dans cette province relève plus de l'économie de troc que de l'économie de marché. La «clientèle» doublement débitrice est évidemment celle des allophones tandis que la «clientèle» doublement créditrice est celle des anglophones. Quant à la «clientèle» francophone, elle est largement débitrice par rapport à sa concurrente anglophone. Les plus de 500 000 nouveaux locuteurs que s'est gagné la «clientèle» anglophone en vingt ans sont en réalité autant de travailleurs (actuels ou potentiels) qui contribuent à augmenter l'hypercongruence de l'anglo-américain. Ce déséquilibre structurel affecte à la fois le circuit de la communication et le marché de la main-d'œuvre, puisque le locuteur et le travailleur ne forment qu'un seul et même individu.

Les effets économiques de l'anglicisation étant purement et simplement gommés de l'analyse coûts/bénéfices par les avocats du protectionnisme, on peut douter du bien-fondé de la prémisse affirmant que: «Avant l'imposition de la Loi 101 (...) la demande de cadres était satisfaite par une offre relativement inélastique de cadres professionnels francophones et une offre infiniment élastique de cadres anglophones» (Boucher, 1985, p. 109). En réalité, la «photographie du marché» que présente Boucher est tronquée dans la mesure où il ne fait intervenir l'attribut linguistique qu'en fonction de l'offre, sans considérer la demande. On constate alors que cette photographie est loin de satisfaire au critère de l'équilibre sous-jacent à la loi de l'offre et de la demande et dont la rupture, selon la thèse du protectionnisme, serait imputable à la Loi 101.

#### Dominance linguistique et libre consentement

Une autre conséquence de cette falsification des données réside alors dans l'évaluation erronée que font ces auteurs du paramètre P'. En évitant de considérer la dimension économique de l'anglicisation, ils se donnent le champ libre pour énoncer une autre prémisse intenable, à savoir celle du libre consentement, comme si la dominance linguistique n'était d'aucune pertinence à cet égard. Bien au contraire, la dominance d'une langue est pour Migué un phénomène librement consenti à tous les niveaux de transaction économique, celui des agents individuels comme celui des masses parlantes:

«L'ensemble des agents choisissent désormais librement<sup>1</sup> d'engager tout leur commerce mutuel dans une seule langue, plutôt que dans les cinq ou dix langues qui, antérieurement, servaient aux communications de chaque paire d'économies. On conviendra facilement que la convention unilinguiste

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Notre insistance.

abaisse les coûts de communication. (...) Tout le monde gagne à l'acquisition de la suprématie par une langue.» Migué (1979, pp. 34-35)

Il est évident qu'avec un tel préjugé pour prémisse, le protectionnisme devient inévitable. Dans la mesure où les avocats du protectionnisme ne s'interrogent guère sur ce que signifie la dominance linguistique par rapport aux règles du marché, l'omission ou l'ignorance du paramètre P' dans leur analyse équivaut à une violation flagrante de principes économiques que ces auteurs sont censés observer. Ces règles se voient alors définies unilatéralement par ceux-là mêmes qui se soustraient à la configuration initiale de l'échange économique. L'extrait suivant de Migué (1979, p. 17) le confirme:

«La première disposition générale d'envergure [de la loi 101] impose à l'entreprise un usage plus étendu du français que ne l'exigent les règles du marché. I

Or les règles du marché ne sont-elles pas sujettes à la loi de l'offre et de la demande? Pour notre part, nous estimons que l'attribut linguistique est l'une des exigences du marché québécois dans la mesure où le caractère francophone est intrinsèquement lié à la demande de ce marché.

#### Des biens incomparables

Une offre de main-d'œuvre qui n'est ni adaptée ni appropriée à la demande d'un marché à 83% francophone — ce qui est le cas des cadres et professionnels unilingues anglophones — est une offre qui tombe alors clairement sous le coup d'une pratique de dumping ou «déversement». Cette pratique commerciale se définit en l'occurrence comme l'écoulement massif dans un marché vulnérable d'un bien issu d'un surplus d'inventaire dans un marché extérieur à un prix inférieur à ce qu'il devrait être. C'est l'autre façon de susciter le marché imparfait qui contrecarre la gouverne de la «main invisible» d'Adam Smith. Une telle pratique a prévalu jusqu'aux années 70 au Québec.

Ceci étant précisé, on ne voit pas a priori pourquoi la Loi 101 serait une loi protectionniste plutôt qu'une loi anti-dumping étant donné la disproportion évidente des effectifs de main-d'œuvre présumément concurrents en Amérique du Nord. C'est l'évidence même que l'abondance, voire le surplus, de main-d'œuvre unilingue anglophone du continent nord-américain et d'ailleurs déborde les frontières linguistiques naturelles de ce marché pour se déverser massivement dans le microscopique marché de la main-d'œuvre québécoise.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Notre insistance.

Outre cet aspect purement quantitatif des marchés supposément en compétition, il y a le critère du bien comparable qui ne saurait être maintenu. Ou bien l'attribut linguistique entre dans la définition de la qualification professionnelle, ou bien il n'y entre pas. Dans un cas comme dans l'autre, les tenants du protectionnisme évitent de s'en tenir aux faits puisqu'ils élaborent leur théorie sur le présupposé que les mains-d'œuvre sont comparables, ce qui est faux. Si le bilinguisme est un atout qui s'ajoute à la qualification professionnelle de haut niveau, alors le francophone bilingue du Québec est un bien qui ne peut se comparer à l'anglophone unilingue car le premier est mieux adapté au marché international, et a fortiori québécois, que le second. Si le bilinguisme n'est pas un atout qui s'ajoute à la qualification professionnelle de haut niveau, alors l'anglophone unilingue est un bien incongru parce qu'inadapté au marché local, lequel se définit par l'attribut linguistique. Par conséquent, on ne peut nier que l'attribut linguistique doive être pris en compte à la fois dans la définition du marché local ou international et dans celle de la qualification professionnelle de la maind'œuvre. Dans ces conditions, les deux mains-d'œuvre constituent des biens qui tâchent d'augmenter leur part du marché local selon le jeu de la libre concurrence. L'adaptation de la main-d'œuvre aux exigences et aux besoins du marché local demeure la pierre angulaire de la réussite. A ce jeu, les anglophones unilingues sont perdants parce qu'il s'agit d'un bien de moins en moins adapté à la demande alors que les Québécois bilingues, notamment les francophones mais aussi les anglophones depuis à peine une décennie, constituent un bien recherché en raison de leur compétence linguistique.

Le rôle d'une législation linguistique de type Loi 101 se bornant à définir légalement les exigences du marché francophone en matière de qualifications professionnelles générales, on ne voit pas en quoi cette pratique serait plus discriminatoire que celle qui consiste à imposer aux corporations professionnelles des normes rigoureuses définissant la compétence des agents spécialisés habilités à exercer leur profession. Bref, dans le cadre d'une telle hypothèse, il y a un coût normal d'implantation qu'une entreprise identifiée à une langue x doit assumer lorsqu'elle décide de s'implanter dans un marché fonctionnant dans une langue y, car on suppose que cette entreprise retire un certain bénéfice en exploitant ce marché local, sinon on ne comprendrait pas pourquoi elle s'y installe. En conclusion, l'image du tarif douanier est encore une fois disqualifiée de son titre de métaphore réussie: on ne saurait confondre coûts d'exploitation et tarifs douaniers.

#### Marchés et frontières nationales

Enfin, la faiblesse de la métaphore du tarif douanier se manifeste aussi dans le caractère versatile de la notion de marché «intérieur» québécois. En matière de

protectionnisme, la violation du critère P' résulte d'une mesure communément associée aux États, ce que la notion de tarif douanier vient confirmer. C'est là l'aspect «canonique» du protectionnisme, en quelque sorte. Quand on parle de marché «intérieur», on parle du marché national qui est protégé par une mesure étatique. De deux choses l'une: ou bien l'attribut linguistique n'est pas lié au marché, auquel cas les seules frontières nationales qui existent sont les frontières politiques canadiennes, ou bien l'attribut linguistique est lié au marché, auquel cas non seulement les frontières sont linguistiques et non plus politiques, mais il existe aussi deux marchés linguistiquement distincts dans le même territoire.

La première hypothèse est la plus simple car elle élimine la thèse du protectionnisme sur des bases purement factuelles. Si la langue ne définit pas le marché, alors les législations linguistiques du type Loi 101 restent sans effet parce qu'elles n'ont pas de pertinence économique. En effet, il n'existe pas de frontières nationales telles que le marché de la main-d'œuvre anglophone, même hautement qualifiée, devrait être considéré comme étranger puisque cette main-d'œuvre est offerte aussi en quantité présumément suffisante, non seulement à l'intérieur du Canada mais aussi à l'intérieur du Québec où la minorité anglophone et ses trois universités (McGill, Concordia et Bishop) peuvent certainement concurrencer leurs homologues canadiennes pour ce type de main-d'œuvre. Par conséquent, la démonstration qu'il existe une «importation» de main-d'œuvre étrangère reste à faire, ce qui disqualifie l'image du tarif douanier.

Dans la seconde hypothèse, l'attribut linguistique détermine les marchés, auquel cas les mots marché intérieur et main-d'œuvre étrangère n'ont plus le sens qu'ils ont habituellement en économie internationale. Migué et Boucher voudraient nous convaincre que la langue délimite un territoire souverain dont les limites se superposeraient aux frontières nationales, qu'elles soient canadiennes, québécoises ou autres. Outre que cela va à l'encontre des faits, on doit admettre que le terme de protectionnisme perd du même coup le sens qui lui est habituellement dévolu en économie. Le caractère international qui est sous-jacent à ce concept s'évanouit parce que seule reste en place la notion de territoire commercial linguistiquement caractérisé. Cette situation n'a plus rien à voir avec l'échange entre pays souverains.

#### Conclusion

Au terme d'une démarche qui consistait à procéder au démontage de quelques métaphores économiques applicables à certains aspects de l'échange linguistique, nous constatons que le pouvoir heuristique de certaines d'entre elles est réel. Mais d'autres sont fallacieuses parce qu'elles dénaturent l'objet

langue dans sa dimension communicationnelle. Il nous apparaît évident que si l'économiste parvient à une meilleure connaissance de la nature et des attributs inhérents à la variable langue grâce au moyen supplémentaire que lui procure le linguiste avec des analyses cohérentes du vocabulaire métaphorique, il disposera de meilleurs fondements pour optimiser des modèles capables de concilier les intérêts parfois contradictoires de l'homo communicationis et de l'homo æconomicus. Ainsi l'exception culturelle dont il sera question au cours des négociations qui viennent de s'amorcer au sein de l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce) devrait être réévaluée quant à sa pertinence par rapport aux langues naturelles. Nonobstant la longue tradition humaniste occidentale qui lie la langue et la culture, il est en effet économiquement plus adéquat de traiter toute langue naturelle non pas comme une «institution» nationale mais plutôt comme une RESSOURCE NATURELLE exploitée par une masse parlante. Ce changement de perspective, aussi audacieux qu'il soit, aurait pour effet de soustraire le contentieux linguistique à l'arbitraire de l'exception culturelle.

Il importe, à notre avis, d'accorder le même traitement à la loi de congruence communicationnelle qu'à la loi de l'offre et de la demande, grâce au respect intégral du paramètre P'. Encore faut-il en admettre l'existence dans d'autres formes d'échanges que le seul marché économique. Par ailleurs, la notion de «libre consentement à l'échange» en matière de langues en contact devrait être examiné, quant à lui, sous l'angle d'une protection formelle par les chartes nationales et internationales des droits et libertés de la personne. Enfin, la loi du moindre coût qui est censée régir les marchés ne justifie nullement la détérioration de l'environnement linguistique par l'expansion sauvage d'une langue dominante au détriment de langues dominées.

En effet, l'aménagement linguistique résultant de législations comme la Loi 101 renvoie davantage à la problématique de l'environnement qu'à celle du marché. La gestion des ressources naturelles fait partie de la réalité économique moderne. On ne pille plus impunément l'air qu'on respire, les forêts, les rivières, les montagnes et le sous-sol. On ne décime plus impunément le cheptel des baleines, des saumons et du flétan noir. Ainsi devrait-il en être des langues naturelles parce que toute langue reste la ressource naturelle qu'exploite une masse parlante homogène. A titre de ressource naturelle, nulle langue ne saurait constituer une plus grande entrave à la libre circulation du capital que le pétrole, l'électricité, le bois ou le minerai de bauxite. Aussi la planification linguistique fait-elle désormais partie de la gestion environnementale. La protection, la conservation et le renouvellement de cette ressource naturelle au moyen de législations appropriées sont des priorités économiques ressortissant au droit des États de légiférer sur les normes faisant consensus national en matière de pollution, d'environnement,

de qualité et de sécurité minimales des produits, etc. Il y a des coûts d'exploitation ou d'importation qui sont inévitables pour tout le monde, ce qui ne justifie aucunement de les tenir pour un effet de mesures protectionnistes.

Il incombe alors au fournisseur de proposer un produit qui se conforme aux normes de protection de l'environnement qui régissent le marché visé, sinon il est libre de se tourner vers d'autres marchés moins exigeants. Que l'économiste tienne l'anglophonie pour un fournisseur de main-d'œuvre hautement qualifiée, cela reste valable mais n'implique pas que ce bien soit adapté au respect des normes environnementales qui protègent le circuit de la communication de la francophonie nord-américaine. A titre de comparaison, la loi californienne qui réglemente les émissions de monoxyde de carbone des véhicules automobiles n'est pas taxée de protectionniste (du moins, par les économistes américains...) en dépit de ses pénalités très sévères et de ses normes très exigeantes. Il s'agit pourtant d'une loi qui viole la loi du moindre coût en imposant aux constructeurs, y compris les constructeurs américains, des coûts de fabrication qui sont plus élevés que ne le requièrent les lois du marché ou de la physique du mouvement. Cette loi est pourtant discriminatoire vu qu'elle a pour effet d'exclure du marché californien tous les produits de marque Lada. Il n'y a évidemment rien de commun entre un unilingue anglophone, même supérieurement qualifié, que l'on «importe» au Québec, et une Lada...

## Bibliographie

- BARBAUD, Ph. (à paraître): «French in Québec», dans J. Edwards (ed.), Languages in Canada, Cambridge University Press.
- BICCHIERI, C. (1988): «Should a scientist abstain from metaphor?», dans A. Klamer, D.N. McCloskey & R.M. Solow (eds), *The consequences of economic rhetoric*, Cambridge, Mas.: Cambridge University Press, pp. 100-116.
- BLOOM, D.E. & GRENIER, G. (1992): «Economic Perspectives on Language: The Relative Value of Bilingualism in Canada and the United States», dans J. Crawford (ed.), Languages Loyalties, Chicago-London: The University of Chicago Press, pp. 445-452.
- BOUCHER, M. (1985): «La Loi 101: une approche économique», in F. Vaillancourt (éd.), Économie et langue, Québec: Éditeur officiel du Québec, Conseil de la langue française, pp. 101-116.
- BOURDIEU, P. (1982): Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques, Paris, Fayard.

#### Philippe Barbaud

- BUCHANAN, J.M. (1995): «Economic Science and Cultural Diversity», Kyklos 48(2), pp. 193-200.
- CARR, J. (1985): «Le bilinguisme au Canada: l'usage consacre-t-il l'anglais monopole naturel?» dans Économie et langue, F. Vaillancourt (éd.), Québec: Éditeur officiel du Québec, Conseil de la langue française, pp. 27-38.
- CHAUDENSON, R. & De ROBILLARD, D. (1989): Langue et développement, Montmagny, Qc: Didier.
- CHOMSKY, N. (1977): Réflexions sur le langage, Paris, Librairie François Maspero. Trad. fr. de Reflections on Language, New York, Pantheon Books, 1975.
- COULMAS, F. (1992): Language and Economy, Oxford-Cambridge, Mas.: Blackwell.
- DENES, P.B. & PINSON, E.N. (1963): La chaîne de communication verbale: physique et biologie du langage, Montréal: Laboratoires du Téléphone Bell.
- DE ROBILLARD, D. (1989): «Vers une approche globale des rapports entre langue et économie», dans *Langue et développement*, Chaudenson, R. & D. De Robillard (éds), Montmagny, Qc: Didier, pp. 39-79.
- ESCARPIT, R. (1976): Théorie générale de l'information et de la communication, Paris, Hachette université.
- GRICE, P. (1972): «Logic and conversation», dans Syntax and Semantics. Speech Acts, vol. III, P. Cole & J.L. Morgan, New York: Academic Press, Trad. française dans Communications 30. La conversation, pp. 57-72.
- GRIN, F. (1995): «The Economics of Language: Match or Mismatch?» *International Political Science Review* 15(1), pp. 25-42.
- HENDERSON, W. (1982): «Metaphor in economics», Economics, 18(4), pp. 147-157.
- HENDERSON, W.; DUDLEY-EVANS, T. & BACKHOUSE, R. (eds): Economics and Language, Londres-New York, Routledge.
- Indicateurs de la langue du travail au Québec, édition 1994. Gouvernement du Québec, CLF, 1995.
- KLAMER, A. (1995): «A Rhetorical Perspective on the Diferences Between European and American Economists», Kyklos 48(2), pp. 231-240.
- KLAMER, A.; McCLOSKEY, D.N. & SOLOW, R.M. (éds), (1988): The consequences of Economic Rhetoric, Cambridge, Mas.: Cambridge University Press.
- KLAMER, A. & McCLOSKEY, D.N. (): «Markets as Conversations», American Economic Review.
- McCLOSKEY, D.N. (1985): The Rhetoric of Economics, Madison, The University of Wisconsin Press.
- McCLOSKEY, D.N. (1994): Knowledge and Persuasion in Economics, Cambridge, Mas.: Cambridge University Press.
- MIGUÉ, J.-L. (1979): Les nationalismes au Canada: perspective économique, L'Institut de recherche C.D. Howe.
  - (1993): «L'essor ou le déclin du français», Le Devoir, 13 mai.
- SHANNON, C.E. & WEAVER, W. (1962): The Mathematical Theory of Communication, Urbana-Champaign, II.: University of Illinois Press, Trad. française: Théorie mathématique de la communication, Paris, C.E.P.L. (1976).

- SPARER, M. (1986): Libre-échange et droit linguistique, Québec, Conseil de la langue française.
- VAILLANCOURT, F. éd., (1985): Économie et langue, Québec, Conseil de la langue française.
- WOEHRLING, J. (1993): «Politique linguistique et libre-échange: l'incidence de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-unis sur la législation linguistique du Québec (à la lumière de l'expérience de la Communauté économique européenne)», dans Contexte de la politique linguistique québécoise, Québec, Les Publications du Québec, Conseil de la langue française, pp. 81-123.

## La diversité linguistique et culturelle face aux règles du commerce international : le cas du film et des émissions de télévision

François GRIN et Catherine HENNIS-PIERRE\*

Département d'économie politique, Université de Genève et Division d'analyse des politiques commerciales, Organisation Mondiale du Commerce, Genève

C'est dans le cadre des négociations sur l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (communément désigné par l'acronyme GATT), devenu Organisation Mondiale du Commerce (OMC) qu'est apparue la notion d'exception culturelle. Elle reflète l'inquiétude de certaines parties, notamment la France, devant la libéralisation du commerce international des biens et services à caractère culturel. Cette libéralisation est susceptible, aux yeux de certains, de soumettre la production culturelle de pays non anglosaxons (notamment francophones) à une concurrence trop forte. Par conséquent, elle aurait à long terme des effets dommageables sur plusieurs plans:

- a) hégémonie des productions marquées du sceau d'une culture particulière (le plus souvent américaine);
- b) diffusion des présentations culturelles correspondantes, faisant le lit d'une influence toujours plus forte de la langue anglaise;
- c) affaiblissement des productions d'autres origines, dans leurs territoires traditionnels de diffusion et sur le plan international;

<sup>\*</sup> Les deux auteurs remercient Jean Rossiaud pour ses commentaires et suggestions sur une version préliminaire de ce texte.

d) à terme, mise en péril de la diversité linguistique et culturelle.

Dans cette optique, le *libre échange* des biens et services audiovisuels, notamment les films et les émissions de télévision, contribue à la propagation de ces dangers. Lutter contre ceux-ci implique alors des interventions sur le plan même du commerce international. C'est donc au nom de préoccupations où les aspects linguistiques et culturels jouent un rôle majeur que des voix se sont élevées pour réclamer l'exclusion des biens et services à caractère culturel des nouvelles règles de l'échange international. De fait, la dernière série de négociations (l'*Uruguay Round*) s'est soldée par leur exclusion. Celle-ci, qui revêt du reste un caractère temporaire, est souvent désignée, de façon quelque peu imprécise, par le terme d'«exception culturelle». Que signifie cette «exception» sur le plan du commerce international et sur celui de la politique culturelle, voire linguistique? L'exception culturelle peut-elle être considérée comme un instrument de politique linguistique et culturelle? Telles sont les questions principales qui sont posées dans cet article, en se référant au cas précis des films et émissions de télévision.

C'est donc avant tout un travail de clarification que nous proposons. Il entend se démarquer nettement des deux types de discours les plus fréquents en la matière: d'un côté, l'attaque en règle (au nom, en général, du libre-échange) des mesures restrictives en vigueur ou envisagées; de l'autre, l'affirmation quasi-liturgique de la légitimité de telles interventions. Nous ne discutons pas non plus des divergences entre les États membres de l'Union européenne à l'égard des politiques à suivre, ni des raisons historiques, culturelles ou politiques qui peuvent les expliquer. Notre discussion se concentre délibérément sur des aspects techniques trop souvent négligés, et nous cherchons donc à voir si les restrictions au commerce international de biens et services audiovisuels «visent juste», si elles ont une véritable efficacité, et si elles sont coût-efficaces par rapport à un but donné (qui n'est du reste pas le seul, mais qui nous semble revêtir une importance particulière), à savoir celui de la préservation de la diversité linguistique et culturelle.

Dans la section 2, nous faisons le point sur l'échange international des biens et services qui nous intéressent tout particulièrement ici, à savoir le film et les émissions de télévision (fictions ou documentaires, à l'exclusion des actualités ou des retransmissions d'événements sportifs); nous donnons quelques informations chiffrées sur l'ampleur de ces échanges, avant de décrire l'historique et l'état actuel des règles directement et indirectement commerciales auxquelles ils sont soumis<sup>1</sup>. La section 3 replace les mesures de politique commerciale dans le contexte des politiques linguistiques et

266

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Ces médias ne sont pas les seuls à faire l'objet de mesures commerciales. En Janvier 1996, une nouvelle loi est entrée en vigueur en France imposant aux radios de diffuser 40% de musique française (60% pour Radio France); Le Figaro, 19 janvier 1996.

culturelles en évaluant les objectifs et les justifications théoriques des interventions en général. La section 4 examine de plus près l'efficacité des mesures en vigueur, et montrera que celle-ci est incertaine, et que le coût des mesures en question est peut-être fort élevé. La section 5 résume les sections précédentes et replace les objectifs des interventions sur le plan commercial dans un contexte élargi.

## L'échange international des biens et services audiovisuels

## **Quelques chiffres**

Le commerce international des œuvres destinées au cinéma, y compris les vidéos, et des œuvres cinématographiques de télévision se caractérise par l'importance d'un nombre limité de très gros marchés. Les États-Unis, l'Union européenne (UE) et le Japon, qui représentent ensemble un marché d'environ 130 milliards de dollars EU par année. Les États-Unis sont le principal *exportateur* de ces biens et services, qui constituent leur deuxième source de revenus à l'exportation, tandis que l'UE est le principal *importateur*. Le marché européen représente 100 chaînes de télévision diffusant 650 000 heures de programme par an. L'UE compte en outre 17 000 salles de cinéma et 550 millions de clients annuellement<sup>1</sup>.

Le commerce international de l'UE en matière de produits audiovisuels est fortement déficitaire, particulièrement face aux États-Unis où ce déficit atteint près de 4 milliards de dollars (cf. Tableau 1 en annexe). Bien que leur part ait fortement augmenté pendant une dizaine d'années jusqu'en 1992, les importations de films représentent moins de 2% des importations totales de services de l'UE en 1993 (cf. Tableau 2 en annexe). Même si ce déficit est important en valeur absolue, il ne représente donc qu'une faible part du commerce extérieur de l'UE.

Durant la période 1983-90, les importations européennes de films, dont la grande majorité provient des États-Unis, se sont accrues au rythme de 20% par an. Pendant ce temps, le commerce intracommunautaire n'a progressé que de 9% par an en moyenne. La croissance des importations s'est ralentie à 6% pendant la période 1990-93, tandis que l'évolution des importations intracommunautaires se poursuivait au même rythme. Au terme de cette expansion, la part des œuvres importées des États-Unis atteignait en France un tiers en moyenne des œuvres diffusées à la télévision (cf. Tableau 3 en annexe), et 55% des entrées dans les salles de cinéma.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Communiqué de Reuters, 16 juin 1995.

En France, la programmation de films français à la télévision a régressé, bien que la part des importations américaines semble être restée stable, (Tableau 3). Le fait que cette baisse ait été comblée par des œuvres européennes non françaises peut être dû au développement de la chaîne ARTE. Au cinéma, la part des œuvres françaises est passée en-deçà de 30% en 1994 pour la première fois depuis l'après-guerre (65% en 1965). Le recul relatif des œuvres d'origine française a donc eu lieu indépendamment de l'évolution des importations américaines.

#### Les mesures de politique commerciale dans le secteur culturel

La réglementation du commerce des œuvres audiovisuelles selon leur origine remonte aux années 20 et 30, notamment en France et au Royaume-Uni. En France, comme le rappelle MATTELART<sup>1</sup>, les premières mesures comprennent une restriction des importations à 120 films américains par an. Après un assouplissement sous la pression américaine à l'issue de la deuxième guerre mondiale, des contingentements du temps d'écran s'ajoutent aux quotas d'importation. En parallèle, la possibilité de limiter la diffusion des films cinématographiques par le biais de contingents à l'écran est prévue dans le GATT de 1947 (cf. Tableau 4 en annexe).

Actuellement, le gouvernement français intervient de manière assez directe dans le domaine culturel, notamment à l'aide des mesures suivantes:

• Les chaînes françaises de télévision ne doivent pas diffuser plus de 100 films par an. Sur ce total, 60% au moins doivent être des productions européennes et 40% doivent être d'expression originale française. Les chaînes de télévision ne doivent pas diffuser de films le mercredi soir ou aux heures de grande écoute les vendredis et samedis soir. Ces mesures sont destinées à encourager la fréquentation des cinémas.

Les chaînes doivent investir 15% de leur chiffre d'affaires dans des œuvres de fiction, documentaires et émissions de variétés francophones et 3% dans des coproductions cinématographiques<sup>2</sup>. Selon une récente convention entre l'Union syndicale des producteurs audiovisuels de France Télévision, les chaînes *publiques* doivent investir depuis 1995 au moins 17% de leur chiffre d'affaires (au lieu de 15%) dans la production audiovisuelle; en contrepartie, la protection de leurs droits de diffusion est prolongée de 5 à 7 ans<sup>3</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> A. MATTELART: «Exception ou spécificité culturelle: les enjeux du GATT», in *Universalia* 1995. La politique, les connaissances, la culture en 1994. Paris: Encyclopaedia Universalis, Ed. 1995, 138-143.

OMC (1995), Mécanisme d'examen des politiques commerciales - Union européenne, Genève, Vol. 1.

3 Le Figure 21 mai 1995, Salon cette source la Comité conférence de l'activitée (CCA)

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Le Figaro, 21 mai 1995. Selon cette source, le Comité supérieur de l'audiovisuel (CSA), aurait émis l'opinion, le 19 avril 1995, que ce décret ne respectait pas le principe de l'égalité de traitement entre les diffuseurs.

La chaîne Canal Plus (télévision à péage) est tenue d'investir au moins 20% de son chiffre d'affaires dans des films, dont près de la moitié doivent être francophones, et de consacrer des montants spécifiés à des émissions et documentaires français. Canal Plus finance, à raison de deux milliards de francs français par an, près de la moitié de la production française.

La politique audiovisuelle européenne, s'inspirant des mesures françaises, vise à soutenir la pluralité culturelle, afin de préserver *l'identité* culturelle des différents États membres, et des groupes et régions qui les constituent. Dans ce contexte, l'accent est mis sur la défense des productions européennes de petite envergure – dont on considère qu'elles représentent et expriment la diversité culturelle du continent – contre la concurrence renforcée des importations à l'intérieur d'un marché unifié<sup>1</sup>. L'application des mesures françaises au plan européen a donné naissance à un débat vif, parfois acrimonieux, autour de la directive «Télévision sans frontières» en 1994 et 1995<sup>2</sup>.

Cette directive contient les objectifs suivants: 1) assister les industries naissantes; 2) protéger les valeurs sociales et culturelles et 3) réduire le chômage en substituant des programmes européens aux programmes importés. Les États membres doivent veiller, «chaque fois que cela est réalisable et par des moyens appropriés», à réserver une majorité de leur temps de diffusion à des œuvres européennes, c'est-à-dire créées par des personnes établies dans un État membre du Conseil de l'Europe<sup>3</sup>.

La Commission a présenté une proposition de révision de la Directive en mars 1995. Cette révision contenait un engagement juridiquement contraignant visant à garantir la diffusion d'un pourcentage majoritaire d'œuvres européennes sur les chaînes de télévision, ainsi qu'une série de mesures d'incitation à la production. Le Conseil n'a pas approuvé la directive (à la majorité qualifiée). En février 1996, le Parlement européen s'est au contraire prononcé en faveur d'un renforcement de la directive. Le débat est donc loin d'être clos.

### L'exception culturelle dans l'Accord général sur le commerce des services (AGCS)

Dans le cadre des négociations du Cycle d'Uruguay, conclu en décembre 1993, l'UE n'a pas contracté d'engagements sur «l'accès au marché» ou le «traitement national» dans le secteur audiovisuel. En excluant ce secteur des nouvelles règles de la concurrence internationale dans le secteur des services,

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> OMC (1995), op. cit.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Directive 89/552 du Conseil.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Seuls quelques-uns des pays membres du Conseil de l'Europe appliquent cette Directive, dont l'énoncé même ôte l'aspect contraignant.

l'UE s'est réservé (en théorie) la possibilité de maintenir les mesures de protection actuellement en vigueur, voire d'en introduire de nouvelles.

Dans l'état actuel des règles du commerce international, les films et les émissions de télévision bénéficient donc d'une protection dont les autres services ne peuvent plus se prévaloir. Que penser de cet arrangement commercial du point de vue de la politique linguistique et culturelle? Les mesures commerciales en place dans le cas précis de la France ont-elles contribué à contenir l'augmentation de la diffusion de productions américaines — bien meilleur marché — sur les chaînes nationales de télévision? Telles sont les questions examinées ci-dessous.

## La diversité linguistique et culturelle comme objet d'une politique publique

Après avoir décrit les traits dominants de l'échange international des biens et services audiovisuels, il convient de se demander si les restrictions dont il est l'objet se justifient. La question est vaste, et nous ne prétendons pas la résoudre en quelques pages. En revanche, nous tenterons d'esquisser une démarche contribuant à une analyse logiquement argumentée, sous l'angle de l'analyse de politiques, ainsi que de l'économie de la langue, dont le but est de se servir des acquis de la théorie économique pour étudier des problèmes linguistiques<sup>1</sup>. Cet examen passe par plusieurs étapes.

*Premièrement*, l'utilité des mesures en cause dépend bien évidemment des buts poursuivis: il est donc indispensable de clarifier ces objectifs.

Deuxièmement, il convient d'établir en principe la nécessité d'une intervention de l'État, et donc de démontrer que le libre jeu des forces du marché dans le commerce international est effectivement néfaste – par rapport aux objectifs poursuivis.

Troisièmement, il faut se demander si les mesures prises sont efficaces, c'està-dire si elles nous rapprochent effectivement des buts poursuivis.

Quatrièmement, il convient de poser le problème en termes de coûtefficacité: si tant est que les mesures adoptées permettent d'atteindre les buts énoncés, ne serait-il pas possible d'obtenir le même résultat à meilleur compte?

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Il existe une littérature abondante en analyse de politiques, par exemple E. STOKEY et F. ZECKHAUSER: A Primer for Policy Analysis, New York: Norton, 1978. En économie de la langue, on pourra consulter GRIN, (ed.): The Economics of Language, N° thématique du International Journal of the Sociology of Language 121, 1996. Nous ne ferons par contre guère appel à l'économie de la culture, car ce domaine de recherche porte avant tout sur l'analyse de l'offre et de la demande dans les arts du spectacle; voir sur ce sujet J. FARCHY et D. SAGOT-DUVAUROUX: Economie des politiques culturelles, Paris: Presses Universitaires de France, 1994.

La présente section est consacrée aux deux premières étapes de l'examen; la troisième et la quatrième sont discutées dans la section suivante.

Dans l'idéal, il conviendrait de replacer le problème dans un contexte plus général, ce qui permettrait de poser la question de l'efficience. Cela supposerait cependant un réexamen simultané des objectifs et des coûts: en considérant tout un éventail d'objectifs possibles, et de mesures permettant d'atteindre chacun au moindre coût, quelle est la combinaison <objectifs-mesures> que l'on peut considérer comme la meilleure? On déboucherait ainsi sur une véritable analyse coût-bénéfice des mesures en matière commerciale, vues en tant qu'instrument d'une politique linguistique et culturelle. Toutefois, comme nous allons le voir, il serait prématuré de songer à une analyse coût-bénéfice en bonne et due forme: les données aussi bien que les modèles analytiques font encore défaut.

#### La définition des objectifs

Nous étudions ici les restrictions à l'échange international dans le domaine audiovisuel en tant qu'instruments de préservation d'une certaine diversité linguistique et culturelle. Pour nous, la diversité linguistique suppose la nonhégémonie d'une langue particulière, et la survie à long terme d'un nombre de langues distinctes aussi élevé que possible, étant entendu que cette survie n'a de véritable sens que lorsqu'elle est visible dans la plupart, sinon dans tous les «domaines» sociolinguistiques au sens de FISHMAN<sup>1</sup>. Cette diversité peut également s'appliquer à la culture, par laquelle nous entendons «l'ensemble des représentations et des symboles par lesquels les groupes humains donnent sens à la vie, aux expériences concrètes entre individus et entre chaque individu et le monde.»<sup>2</sup> Cette définition est proche d'une acception «culturale» ou anthropologique de la culture; cependant, comme le souligne LATOUCHE, elle n'intègre pas la totalité de l'expérience (ou de l'activité) humaine<sup>3</sup>. Par ailleurs, nous ne parlons ni de la culture «cultivée» composée d'un patrimoine d'œuvres ou de connaissances, ni d'une culture à vocation «universelle» basée sur des valeurs dont l'Europe serait la source, et l'Amérique l'éteignoir<sup>4</sup>.

Les motivations réelles des politiques restrictives en matière d'audiovisuel, qu'elles émanent d'un État comme la France, ou d'une entité supranationale comme l'UE, constituent une question légitime, mais séparée. Pour KESSLER,

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Cf. par exemple J. FISHMAN: Sociolinguistique, Bruxelles: Labor et Paris: Nathan, 1971.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> F. GRIN et J. ROSSIAUD: «Langues et cultures», in B. FRÉDÉRICK (dir.): Dictionnaire des questions internationales, Paris: Editions de l'Atelier, 1995, p. 165.

S. LATOUCHE: L'occidentalisation du monde, Paris: La découverte, 1989, pp. 46 ss.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Ceci signifie que nous ne portons aucun jugement sur d'éventuelles différences de *qualité* des œuvres selon leur provenance: la qualité esthétique ne relève ni de la diversité, ni des préoccupations linguistiques ou «culturales» dont il est question ici.

qui adopte sur la question la position des négociateurs américains au GATT<sup>1</sup>, les préoccupations européennes sont indubitablement commerciales, et constituent une réaction à la dominance américaine; selon MESSERLIN il ne fait aucun doute que les quotas qui caractérisent les interventions sur le commerce international «n'ont qu'un seul objet: limiter la concurrence, donc garantir des quasi-monopoles sur les différents segments du marché du film.»<sup>2</sup>. Il est également possible que les restrictions à l'échange répondent (notamment chez les Français, qui en sont les plus ardents défenseurs) à une vision «culturelle» ou «universaliste» plutôt que «culturale» de la culture, et que les aspects linguistiques ne soient pris en compte qu'en tant que la langue est vue comme le véhicule de cette culture. Ceci pourrait justifier des mesures de protection qui visent à garantir la défense d'une certaine civilisation, ainsi (pour des raisons très proches de la protection des industries stratégiques) que la pérennité d'une production locale.

Toutefois, c'est l'efficacité des interventions en termes de diversité linguistique et culturelle qui nous intéresse ici, diversité dont le «patrimoine culturel» et «l'identité culturelle» de l'Europe sont considérés comme des composantes indispensables<sup>3</sup>. La diversité est également mise en avant comme un des objectifs qui concourent à la défense de la francophonie<sup>4</sup>. Bien entendu, on peut *aussi* se demander si la diversité est effectivement un bien, et si sa défense est souhaitable dans l'hypothèse où elle est menacée. Dans ce qui suit, nous *postulons* que oui, d'abord parce qu'en cas contraire, les présentes interrogations deviendraient sans objet, mais aussi parce que nous pensons qu'il s'agit d'une position défendable sur deux plans: d'une part, sur le plan éthique ou philosophique, et d'autre part, sur le plan des bénéfices sociaux, politiques et économiques<sup>5</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> C. KESSLER: «Protecting free trade in audiovisual entertainment: a proposal for counteracting the European Union's trade barriers to the U.S. entertainment industry's exports», Law and Policy in International Business, Vol. 26, 1995, 563-611. De fait, il est plus que probable que le gouvernement français, en particulier, ait été sensible aux pressions (et aux intérêts sectoriels) des professionnels français du film.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> P. MESSERLIN: «La politique française du cinéma: l'arbre, le maire et la médiathèque», Commentaire 71, octobre 1995, 591-601 (p. 599).

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Voir J. DE DEUS PINHEIRO: Options stratégiques pour le renforcement de l'industrie des programmes dans le contexte de la politique audiovisuelle de l'Union européenne («Livre vert»), Bruxelles: CEE; cf. aussi MATTELART, op. cit.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Le Communiqué final publié à l'issue d'une réunion des conseils de la langue française de Belgique, de France et du Québec en octobre 1994 précise du reste expressément que «la promotion des langues nationales passe par celle du plurilinguisme en Europe et en Amérique du nord.» Voir également J.-E. LAPORTE: «Les nouvelles stratégies en faveur du pluralisme linguistique à la fin du XXe siècle», communication au colloque «Le français, langue pour l'Europe», Bruxelles, 18-19 novembre 1993. Sur la politique culturelle de l'État français, voir J. RIGAUD: L'exception culturelle, Paris: Grasset, 1995.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> La littérature sur la diversité linguistique et culturelle est foisonnante, et il est exclu de proposer ici un survol des références disponibles. Sur le plan de la philosophie politique, on

#### La nécessité des interventions

L'hypothèse sous-jacente justifiant l'intervention sur l'échange international des biens et services audiovisuels (si le but de l'intervention est effectivement la diversité linguistique et culturelle), est que s'ils sont livrés à eux-mêmes, les acteurs sociaux prennent des décisions qui ne garantissent pas une diversité suffisante. Plus précisément, le libre jeu des forces de marché, dans la mesure où il se traduit par une présence croissante des productions nord-américaines, impliquerait une diffusion de la langue anglaise et de la culture anglosaxonne, diffusion intrinsèquement dangereuse pour la survie des autres langues et cultures (notamment francophone) et, par voie de conséquence, pour la diversité.

La diversité linguistique et culturelle est-elle effectivement incapable de se défendre et de s'entretenir d'elle-même? La question qui se pose en filigrane est celle de la diffusion et du déclin, dans le long terme, des langues et des cultures. Il est assurément difficile d'y répondre: comme le notent certains sociolinguistes, on ne dispose toujours pas d'une théorie générale en la matière<sup>1</sup>. Il reste que l'on assiste actuellement à l'extinction de langues par centaines<sup>2</sup>, et que celles-ci ne sont pas remplacées par la naissance d'autres idiomes (les cas d'émergence de pidgins et de créoles restant exceptionnels). Sur le plan culturel, la diffusion de certains modèles, notamment du mode de production capitaliste, est au centre même de la «modernité»<sup>3</sup>. Ce serait franchir un pas supplémentaire que de parler d'homogénéisation du monde<sup>4</sup>;

tr

trouve un point récent de la question chez C. TAYLOR: Multiculturalisme: Différence et démocratie, Paris: Authier, 1992. A noter que la majorité des linguistes et sociolinguistes posent sans démonstration la diversité comme une «richesse», donc comme quelque chose de souhaitable; pour une discussion mieux argumentée, voir P. MÜHLHÄUSLER: «Sauver Babel», Courrier de l'Unesco, février 1994, 16-21. S'agissant de valeur, la perspective de l'économiste est nécessaire; pour une application à la diversité des espèces végétales, voir par exemple M. WEIZMAN: «On Diversity», Quarterly Journal of Economics, 107, 363-405, 1992. Le recours aux méthodes de l'économie de l'environnement pour l'estimation de la valeur des langues qui composent la diversité linguistique est proposé dans F. GRIN; «L'identification des bénéfices de l'aménagement linguistique: la langue comme actif naturel», in C. PHLIPPONNEAU (dir.), Sociolinguistique et aménagement des langues, Moncton: Centre de recherche en linguistique appliquée, 1994. On trouve un parallèle similaire entre environnement et culture chez RIGAUD, op. cit., p. 265.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>R. APPEL et P. MUYSKEN: Language Contact and Bilingualism, Londres: Edward Arnold, 1987.

<sup>2</sup>R. ROBBINS et E. UHLENBECK: Endangered Languages, Oxford: Berg et New York: St Martin's Press, 1991.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Voir à ce propos Latouche, op. cit.; J. Chesneaux: La modernité-monde, Paris: La Découverte, 1989. Les symptômes d'une diffusion de l'anglais dans la publicité commerciale dans des pays non-anglophones sont nombreux; voir par exemple J. Cheshire et L.-M. Moser: «English as a Cultural Symbol: The Case of Advertisements in French-Speaking Switzerland», Journal of Multilingual and Multicultural Development 15, 451-469, 1994.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Citant le responsable d'une firme britannique de marketing, Mattelart rappelle que «les valeurs contemporaines ont cessé d'être homogènes et stables. Il n'est plus seulement

mais il est certain que la diversité linguistique est en érosion, et la diversité culturelle *pour le moins* en mutation. Pour autant que l'on ait défini cette diversité comme un bien, il suit logiquement qu'une intervention se justifie.

Une politique publique a pour objectif l'amélioration du bien-être. Selon la théorie économique dominante (dont le paradigme est à la base de «l'analyse de politiques» à laquelle nous nous référons ici), l'intervention de l'État se justifie lorsque l'absence de celle-ci aboutirait à une situation ne permettant qu'un niveau de bien-être inférieur. Un tel cas se produit si l'on observe ce que l'on nomme un échec de marché. L'échec de marché caractérise une situation où le libre jeu de l'offre et de la demande se traduirait par une production insuffisante ou trop élevée d'un bien ou service donné. L'échec de marché peut provenir:

- a) d'une *information insuffisante* empêchant de prendre certaines décisions en matière de production, d'achat, de prêt ou d'emprunt;
- b) de coûts de transaction amenant des partenaires à renoncer à un projet qui eût pourtant été au bénéfice de toutes les parties;
- c) de *l'impossibilité pour certains marchés d'exister* (par exemple, un marché où les générations futures pourraient exprimer leurs préférences pour une préservation de l'environnement sur le long terme);
  - d) de l'existence de monopoles ou d'oligopoles;
- e) de la présence d'externalités, c'est-à-dire de situations dans lesquelles l'action d'un agent affecte, positivement ou négativement, la position d'un autre agent, sans que le gain ou la nuisance en question fassent l'objet d'une compensation;
- f) de l'existence de ce que l'on appelle des biens publics (comme par exemple l'éclairage public) dont les caractéristiques techniques interdisent d'en réserver l'usage à ceux qui paient pour cela, et permettent sa consommation par un individu sans que sa consommation par un autre individu soit restreinte pour autant.

Il est probable que la fragilité de la diversité provienne de *plus d'une* forme d'échec de marché. Toutefois, il est suffisant d'établir qu'*une* forme d'échec de marché est présente pour confirmer qu'une intervention est justifiée. A notre avis, il est licite de parler de la diversité linguistique et culturelle comme d'un *bien public*, car elle présente avec les biens publics classiques des analogies frappantes.

En effet, la diversité se manifeste par l'éventail des langues qu'il est possible d'entendre et de parler dans la vie sociale, culturelle et professionnelle, par la variété des références culturelles qui apparaissent dans les productions littéraires, picturales, cinématographiques, musicales, théâtrales

possible mais désirable d'adresser des messages différents à des groupes différents...». Cf. A. MATTELART: L'internationale publicitaire, Paris: La Découverte, 1989, p. 65.

ou autres, ainsi que dans l'équivalence¹ entre les différentes composantes de la diversité². Au même titre que l'éclairage public, la diversité gagne tout un chacun, et nul ne peut en être exclu selon qu'il paie pour cela un certain prix ou non. De même, le degré de diversité (ou l'accès à l'éclairage public) dont jouit un individu ne réduit en rien le degré de diversité (ou l'accès à l'éclairage public) dont jouit un autre individu. Pour ces deux raisons, un entrepreneur ne se lancera jamais, sans mandat de la collectivité, dans la fourniture d'éclairage public; de même, le jeu des forces du marché ne saurait garantir une diversité suffisante: celle-ci ne serait assurée par le marché qu'à concurrence des productions qui, tout en contribuant à la diversité, peuvent être distribuées dans les conditions usuelles (possibilité d'exclusion par les prix, rivalité de consommation) qui prévalent pour les biens et services «privés».

On peut donc admettre qu'en tant que bien public, la diversité linguistique et culturelle ne sera pas forcément garantie par le marché, justifiant ainsi l'intervention des pouvoirs publics.

#### L'efficacité des restrictions à l'échange

Si la diversité est un bien, et si sa défense constitue par conséquent un objectif valide, il n'est pas facile pour autant de démontrer qu'elle est menacée par le libre jeu des forces du marché, et que sa défense peut exiger des mesures correctives. Admettons toutefois que tous ces points soient vérifiés. La question qui se pose à présent est de vérifier si les mesures en vigueur dans le cadre de l'échange international des biens et services audiovisuels sont efficaces. Nous ferons avant tout référence à la directive «Télévision sans frontières» de l'UE, mais citerons parfois le cas français.

Les interventions en matière de commerce international d'œuvres audiovisuelles peuvent être classées en deux groupes:

- les mesures affectant (restreignant) l'accès au marché: parmi celles-ci figurent les droits de douane et autres mesures tarifaires qui influencent le prix

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Le terme allemand de *Gleichwertigkeit*, qui comporte littéralement l'idée de se voir reconnaître une valeur égale, nous semble ici particulièrement expressif.

<sup>2</sup> Le philosophe et linguiste Camartin souligne à ce propos que la contribution d'une

Le philosophe et linguiste Camartin souligne à ce propos que la contribution d'une communauté linguistique à la diversité ambiante est indépendante de son effectif, soulignant ainsi la nécessité d'une reconnaissance des apports des cultures minoritaires; voir I. CAMARTIN: Nichts als Worte? Ein Plädoyer für Kleinsprachen, Zürich: Artemis Verlag, 1985. La légitimité égale des différentes composantes de la diversité implique du même coup le rejet de ce que Roland BARTHES nommait le langage «encratique»: celui qui s'arroge un pouvoir en se présentant comme allant de soi, alors que justement, il ne va pas de soi; pour son application à la linguistique de contact, voir H. GOBARD: L'aliénation linguistique: analyse tétraglossique, Paris: Flammarion, 1976.

des importations par rapport au prix des œuvres nationales; et les restrictions quantitatives, telles les quotas d'importation ou de temps d'écran, les licences et les franchises; ces instruments ont pour but de restreindre soit le temps d'écran alloué aux œuvres étrangères, soit (mais cette fois-ci de façon indirecte) leur importation<sup>1</sup>. Le gouvernement français est, comme nous l'avons indiqué plus haut, l'un des principaux à maintenir ce genre de mesures;

- les autres mesures d'encouragement n'affectent pas directement le commerce, mais tombent en général sous le coup des règles du commerce international, puisqu'elles reviennent à favoriser des producteurs nationaux, et à introduire une inégalité à l'égard des producteurs étrangers. Au nombre de ces mesures figurent les subventions, par exemple sous forme d'allocations, de crédits bonifiés ou d'exemptions fiscales; on y ajoutera des mesures liées à l'investissement, comme l'obligation faite à une chaîne d'investir dans la production locale.

#### Les quotas de diffusion

Certaines études de marché suggèrent que la diffusion d'œuvres locales originales (c'est-à-dire celles qui sont diffusées pour la première fois) est particulièrement favorable aux taux d'écoute, qui demeurent l'objectif principal des chaînes de télévision. La proportion de 60% d'œuvres européennes serait alors atteinte sur toutes les principales chaînes européennes en Angleterre, en France et en Allemagne, par le simple jeu de la demande du public². Si tel est effectivement le cas, le caractère contraignant des quotas, et donc leur efficacité, deviennent discutables. En même temps, une telle préférence pour les œuvres locales remet en question l'hypothèse d'une demande de diversité fondée sur l'origine.

En matière de cinéma, qui n'est pas sujet aux quotas, une étude de 1995 indique que 55% des billets d'entrée vendus en France depuis 1989 concernent des films non-européens, c'est-à-dire, dans l'immense majorité des cas, américains. D'autre part, les téléspectateurs de plusieurs chaînes européennes plus récentes, dans des pays n'appliquant pas de quotas, regardent des œuvres non-européennes à raison de 55%. Cette importante part

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Les droits de douane sont appliqués dans de nombreux pays, et consistent à élever le prix des œuvres étrangères (OE) afin d'en décourager l'utilisation par rapport aux œuvres locales (OL). De nos jours, la possibilité de transmettre les produits audiovisuels électroniquement, sans passage à la frontière, réduit l'efficacité des droits de douane traditionnels. Nous nous concentrerons donc sur les quotas de diffusion, les subventions et les mesures d'encouragement à l'investissement.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> London Economics (1994), The Economic Impact of Television Quotas in the European Union, Londres.

de marché des productions américaines tient au coût des œuvres originales. Pour limiter leurs coûts, les chaînes opèrent un mélange d'œuvres originales et de rediffusions. Or ces dernières sont jusqu'à dix fois moins chères lorsqu'elles ont déjà été rentabilisées sur un marché étranger, et en particulier aux États-Unis<sup>1</sup>. En pratique, ce sont apparemment les nouvelles chaînes qui, ne disposant pas encore du capital nécessaire pour constituer un portefeuille d'œuvres originales, programment le plus d'œuvres américaines, la proportion diminuant au fur et à mesure que la chaîne acquiert les revenus nécessaires pour commander plus d'œuvres locales originales. L'effet des quotas est donc multiple: Messerlin estime qu'en l'absence de quotas à la diffusion, la part des films américains proposés aux téléspectateurs français devrait s'approcher de la part de marché de ces films dans les salles de cinéma, soit 55%, ce qui correspond aussi, nous l'avons vu, à la part des films américains dans les programmes télévisuels de pays européens plus libéraux que la France en la matière, à savoir l'Italie et l'Allemagne<sup>2</sup>. Le plafond de 40% imposé sur la diffusion des films américains sur les écrans de télévision français réduirait donc d'environ 15% leur part de marché. Par contre, il réduit la marge de manœuvre des nouvelles chaînes, puisqu'il les contraint à des coûts d'exploitation plus élevés.

L'effet réel sur l'offre et la consommation de programmes télévisuels reste cependant ambigu, compte tenu des stratégies d'évitement mises en place par les chaînes:

- le remplacement d'œuvres étrangères soumises à quota en faveur de programmes de sport, de nouvelles et d'autres émissions non soumises au contingentement. Ceci a lieu au détriment de la production de fictions, documentaires et autre œuvres, et occasionne en général une perte d'audience et de revenus pour la chaîne;
- la programmation d'œuvres européennes rediffusées, de bas prix, aux heures de faible audience;
- le non-respect pur et simple des quotas. Ainsi, en février 1996, la chaîne française TF1 a été condamnée à une amende de 45 millions de francs pour non-respect des quotas pour la troisième année consécutive; en 1995, par exemple, la part des œuvres européennes proposées par TF1 avait atteint 58,3% au lieu de 60%<sup>3</sup>. Les déficits enregistrés les deux années précédentes étaient considérablement plus élevés.

A ces limites s'ajoutent les stratégies d'évitement des téléspectateurs euxmêmes. En effet, l'efficacité des restrictions quantitatives est remise en cause

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Ibid. Les droits permettant de rediffuser des œuvres échoient en général aux chaînes ayant commandé l'œuvre originale.

MESSERLIN, op. cit.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> La Tribune Desfossés, 21 février 1996. Ceci ne signifie pas que le quota d'œuvres françaises n'ait pas été atteint.

par les progrès de la technologie. L'essor croissant des nouveaux modes de diffusion (satellites, vidéo) et des coproductions internationales, dont l'origine est difficile à déterminer, soulève la question de la viabilité même d'un système de quotas télévisuels. Un pays souhaitant appliquer des quotas de diffusion ne peut empêcher un pays voisin de diffuser par satellite des programmes ne respectant pas les quotas. C'est le cas par exemple de la chaîne américaine TNT, qui diffuse en France à partir de son studio londonien d'anciens films de Hollywood, par l'intermédiaire du satellite luxembourgeois ASTRA. Bien que cette chaîne ne respecte manifestement pas les quotas français ou la Directive TSF, il est techniquement impossible d'empêcher la diffusion.

#### Les subventions

La diffusion des productions étrangères résultant apparemment de différences de prix, la réduction de celles-ci pourrait en principe encourager l'achat d'œuvres européennes. Les subventions remplissent ce rôle dans de nombreux pays européens, et plusieurs programmes d'encouragement aux différents secteurs de l'industrie des médias ont été mis en place par l'UE. Ils concernent notamment la production cinématographique (par exemple, le programme Media II, soit 400 millions d'ECU pour la période allant de 1996 à l'an 2000). Selon les estimations de la Commission, ce montant représente moins de 5% de l'aide octroyée au niveau national<sup>1</sup>. En juin 1995, un nouveau projet a été annoncé en vue de soutenir la production de films; il prévoit la création d'un fonds de garantie de 200 millions d'ECU destiné à encourager les institutions financières à financer des productions cinématographiques<sup>2</sup>. Selon la Commission européenne, ce fonds pourrait donner naissance à un volume de production d'un milliard d'ECU sur une période de cinq ans. L'effet des subventions est peut-être limité par leur relative modestie; il faut attendre la réalisation de ces programmes de soutien pour jauger leurs effets en termes de diversité.

La France s'est dotée d'un système très complexe de soutien à l'industrie cinématographique, dans lequel l'aide va non seulement à la création, mais aussi à la distribution des films et à l'exploitation des salles de cinéma et des studios. Décrites par Messerlin comme de pures aides industrielles, ces mesures ont des effets ambigus<sup>3</sup>. Ainsi, ce que l'on nomme le «taux d'échec» de films français (c'est-à-dire les films ayant obtenu une audience inférieure d'au

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> OMC, op. cit.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> International Herald Tribune, 21 juin 1995.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Les aides à l'exploitation «maintiennent en survie des salles de cinéma qui passent de plus en plus de films américains». MESSERLIN, op. cit., p. 600.

moins 15% à la moyenne annuelle du cinéma sur la chaîne) est resté stable sur la chaîne France 2 (30%), mais est passé de 22% à 35% sur TF1 entre 1990 et 1994. Ceci peut donner à penser que «les quotas de diffusion semblent en forte contradiction avec la demande réelle du public»<sup>1</sup>, et met en évidence l'importance du paramètre «qualité» dans toute analyse de l'exception culturelle, et des mesures de soutien aux industries culturelles en général<sup>2</sup>.

#### Le casse-tête des règles d'origine

Les règles d'origine servent à déterminer l'origine d'un bien ou d'un service. Dans le cas des œuvres audiovisuelles, elles servent en principe à déterminer si tel ou tel film est européen, par exemple «français», et peut donc éviter de tomber sous le coup des quotas ou bénéficier de subventions, ou au contraire «étranger», et soumis à un potentiel contingentement. En France, les subventions sont en principe versées uniquement à des films tournés en langue française par des acteurs et des techniciens de langue française<sup>3</sup>. En pratique, les films agréés par le Centre national de la cinématographie incluent apparemment des films tournés en langues étrangères par des étrangers. La généralisation des co-productions et la division internationale du travail, favorisée par les avancées technologiques, rendent de plus en plus difficile l'attribution d'une origine sans équivoque. Ceci affaiblit d'autant l'efficacité des interventions sur le commerce international des œuvres audiovisuelles<sup>4</sup>.

#### L'efficacité des interventions en termes de diversité linguistique et culturelle

En tant que barrières strictement commerciales, les mesures prises par l'UE, et plus particulièrement par la France, déploient certainement des effets; à preuve, l'exaspération et les menaces des États-Unis devant la perspective d'entraves à leur deuxième industrie d'exportation, juste après l'aéronautique<sup>5</sup>. En termes linguistiques et culturels, la réponse est beaucoup moins nette.

Étude réalisée par Téléciné Indice (Le Monde, mardi 4 avril 1995).

Il est important de rappeler que dans l'optique de l'analyse de politiques, la «qualité» dont il est question n'a pas grand chose à voir avec une qualité esthétique ou artistique plus ou moins reconnue par la critique «cultivée»: il ne s'agit que des caractéristiques qualitatives d'un produit, que les spectateurs évaluent en fonction de leurs propres préférences. Par conséquent, l'ambition de vouloir modeler ces préférences, par exemple en faveur d'œuvres «de qualité» ne saurait être considérée comme ipso facto légitime.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> MESSERLIN, op. cit. La condition de nationalité des techniciens montre le côté économique tout autant que culturel de ces mesures.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Cette constatation amène Messerlin à définir un film comme «français» lorsque ce dernier est financé par des contribuables français.

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Cf. Kessler, op. cit., qui souligne (p. 566) l'importance cruciale de ces exportations pour l'industrie cinématographique américaine: «Profits from the international market are no longer just a bonus, but instead have become a necessary means of meeting expenses.»

Sur le plan de la langue elle-même, l'incidence des restrictions à l'échange est assurément fort indirecte: pour autant que les films américains soient doublés, l'exposition aux langues européennes autres que l'anglais n'en sera pas affectée<sup>1</sup>. On peut certes alléguer un effet qualitatif plus strictement linguistique, à savoir que l'éventail des registres utilisés lors du doublage d'œuvres importées serait plus étroit que celui des œuvres diffusées en version originale. Cependant, nous n'avons pas connaissance de travaux qui établiraient ce point. On peut également imaginer une causalité indirecte: dans la mesure où la très forte présence des œuvres américaines restreindrait la création en langues européennes, elle réduirait la production de ces dernières, et donc le travail linguistique<sup>2</sup> qui permet à une langue de se développer et de s'enrichir. Par rapport à l'infinité du travail linguistique qu'une communauté produit quotidiennement, cet effet nous paraît secondaire, sous réserve du développement d'un langage technique lié à la production des émissions télévisuelles elles-mêmes. Cette causalité, cependant, n'a pas fait l'objet de recherches spécifiques, et nous renvoyons à la recherche en matière de besoins terminologiques. A l'évidence, tant les travaux théoriques que les recherches empiriques pour les confirmer font encore défaut pour trancher.

Sur le plan culturel, par contre, il ne fait guère de doute, de prime abord, que la diffusion télévisuelle américaine favorise du même coup celle de références au quotidien américain. Les téléspectateurs européens développent ainsi une connaissance de certains modèles (vestimentaires, alimentaires, comportementaux, etc.) américains qui est considérablement supérieure à celle que les téléspectateurs américains peuvent avoir du quotidien dans n'importe quel pays d'Europe<sup>3</sup>. De telles asymétries restent cependant difficiles à définir et à mesurer, et leurs conséquences pour la diversité culturelle l'est davantage encore; à nouveau, un travail théorique de fond doublé de vérifications empiriques s'avère nécessaire.

En l'état, on est donc amené à constater que les raisons linguistiques et culturelles d'interventions dans l'échange international des biens et services audiovisuels ne sont pas très solidement établies. Par conséquent, il est difficile de démontrer que la diversité culturelle est menacée par la dominance américaine dans le secteur audiovisuel et que, si tant est qu'elle le soit, elle est efficacement protégée par les barrières commerciales. En revanche, il est tout aussi difficile de prouver que la diversité culturelle n'est pas menacée par la prépondérance américaine, et qu'elle n'est pas protégée par les mesures restrictives. En termes de protection de la diversité, il est probable que la principale vertu des mesures actuelles (ou de leur renforcement) tienne

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Nous parlons ici de films «américains» pour désigner l'ensemble des films non-européens au sens de la directive TSF.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Cf. GOBARD, op. cit.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Cette asymétrie est du reste relevée par l'International Herald Tribune du 25 juin 1994.

précisément au débat qu'elles suscitent, et donc à une prise de conscience de l'importance de la diversité linguistique et culturelle<sup>1</sup>.

#### Efficacité et coût

Pour conclure cet examen, disons quelques mots du coût de ces interventions, afin de poser le problème de coût-efficacité. Il est en effet possible que la relative inefficacité des mesures en vigueur en termes de diversité linguistique et culturelle soit sans grande importance, si elles sont bon marché; à l'inverse, si elles s'avèrent coûteuses, la question de savoir si l'on ne pourrait pas faire mieux, ou au moins aussi bien, à meilleur compte, devient beaucoup plus sérieuse.

Supposons donc que les mesures restrictives discutées jusqu'ici présentent une certaine efficacité, dans le sens qu'elles contribuent au maintien de la diversité. Sont-elles coût-efficaces? Ici encore, les données chiffrées comme les modèles analytiques font défaut pour trancher. Une méthodologie d'identification et d'estimation des coûts reste à développer, et dépasserait les buts de cet article. On peut toutefois les ranger en deux catégories.

D'un côté, les quotas impliquent une distorsion qui est source de perte de bien-être, puisqu'ils contraignent les choix télévisuels du public. On peut également les accuser de créer une protection qui nuit à l'émulation et à la créativité, contribuant *ipso facto* à la désaffection du public. Finalement, selon le rapport déjà cité de la firme *London Economics*, les pertes de recettes publicitaires imputables à la présence de quotas seraient de l'ordre de 4 à 12 milliards d'ECU (26 à 79 milliards de francs français) pour 1994. La question de l'échange international des biens et services audiovisuels n'est pas réglée, mais seulement temporairement mise en sommeil; même s'il est dans l'intérêt de toutes les parties (y compris les États-Unis, une fois qu'ils auront pris la pleine mesure de l'importance de l'enjeu culturel pour les Européens) d'éviter la dégradation des relations commerciales, les risques de mesures de rétorsion (portant sur d'autres types de biens et services) ne sont pas à négliger. Cela renchérirait d'autant les mesures de protection, et exigerait un examen d'autant plus serré de leur véritable efficacité.

La politique de restrictions commerciales en matière audiovisuelle est assortie d'un système de subventionnement, qui relève principalement des

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> En ce qui concerne la politique française de soutien au cinéma, MESSERLIN (op. cit.) relève qu'elle n'a pas empêché, malgré un taux de subvention frôlant actuellement les 50%, un net déclin de la production de films français; ce déclin est particulièrement manifeste (de 119 en moyenne annuelle pour la période 1978-85 à 68,3 pour la période 1991-93) si l'on comptabilise les films français «intégraux», dont les fonds et les participants sont quasi exclusivement français. Cette question renvoie néanmoins à une remarque de RIGAUD (op. cit, p. 135) qui souligne que l'intervention du politique dans le domaine culturel: «[...] valorise[nt] en même temps la notion même de culture dans les préoccupations de la société.»

compétences des pays membres de l'UE. Ces subventions relèvent de la problématique du commerce international dans la mesure où les règles du commerce interdisent aux États d'accorder des subventions à des producteurs sur la base de l'origine nationale, c'est-à-dire en les refusant à des producteurs étrangers<sup>1</sup>. Il existe toutefois d'excellents arguments pour justifier l'existence de certaines de ces aides. Précisément parce que les producteurs américains, en raison de la taille de leur marché intérieur, peuvent proposer des émissions à un prix considérablement inférieur à celui des producteurs européens, et si l'on peut considérer comme acquis que la préservation de la diversité exige des mesures correctives permettant de compenser les asymétries entre les composantes de la diversité, le principe du subventionnement est approprié.

On peut néanmoins mettre en cause les *modalités* du subventionnement. En ce qui concerne le cas français, Messerlin souligne les nombreux effets pervers du système de soutien au cinéma, qui constituerait «un soutien automatique à la mauvaise qualité»<sup>2</sup>, et RIGAUD relève l'intérêt du système britannique organisé autour de l'*Arts Council* qui, bien que déployant une activité comparablement modeste, soutient efficacement la création tout en dépendant beaucoup moins des deniers publics<sup>3</sup>. Il est donc fort possible que les programmes européens de soutien à la production télévisuelle puissent également être améliorés.

Enfin, on peut aussi songer à d'autres formes d'intervention, qui feraient davantage appel à des mécanismes d'incitation, de manière par exemple à diriger les dégrèvements fiscaux prioritairement, voire exclusivement, vers les productions dont la contribution à la diversité linguistique et culturelle est particulièrement manifeste.

En l'état, il n'est pas possible de soumettre la politique européenne (ou française) en matière de commerce international d'audiovisuel à une analyse coût-efficacité en bonne et due forme. A supposer que l'on ait pu identifier ses conséquences en termes de diversité, et éclairer les mécanismes à l'œuvre, il faudrait encore estimer le coût d'un ensemble de mesures alternatives (commerciales ou non) susceptibles de livrer les mêmes effets. A l'évidence, nous sommes encore très loin de disposer des données et des modèles analytiques nécessaires.

Notre survol de la portée de «l'exception culturelle» en termes de diversité linguistique et culturelle aura mis en évidence le flou considérable qui entoure des concepts et des causalités pourtant si souvent invoqués. Dans l'état actuel des connaissances théoriques et empiriques, il est impossible de

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> De plus, en cas d'exportation des œuvres produites à l'aide des subventions, les pays destinataires peuvent imposer des droits de douane «compensateurs» pour neutraliser l'effet de ces subventions sur l'industrie nationale.

<sup>2</sup> Maggant par sit 1500

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Messerlin, *op. cit.*, p. 599.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> RIGAUD, op. cit., p. 144.

démontrer que les restrictions au commerce international de biens et services audiovisuels, à titre d'instruments de défense de la diversité, «visent juste» (ou à l'opposé, qu'elles sont néfastes). Il est également difficile de dire si elles ont une véritable efficacité, et si elles sont coût-efficaces. Pour limitée qu'elle soit, cette conclusion n'est pas inutile, étant donné l'aplomb avec lequel les avocats comme les adversaires de l'exception culturelle avancent les affirmations les plus catégoriques, souvent en invoquant la diversité.

Replaçons, pour terminer, la question dans une perspective plus large. Sur le terrain des négociations internationales, les tenants d'une exception culturelle sont sommés de justifier leur position parce qu'elle suppose des restrictions à l'échange. Cependant, les barrières à l'échange sont à considérer comme problématiques dans la mesure exacte où le libre-échange est à considérer comme souhaitable. Or la nature, l'ampleur et la répartition des bénéfices strictement économiques découlant d'une absence de barrières au commerce international sont autant de questions qui ne sont pas pleinement résolues. La foi dans le libéralisme économique comme mode optimal du commerce international repose sur un échafaudage théorique dont les hypothèses fondamentales sont discutables, précisément parce qu'elles ne sont rien d'autre que des hypothèses. L'oublier serait commettre une erreur de logique élémentaire, et se laisser piéger par le discours encratique qui se pose à la fois en juge et en partie.

En d'autres termes, il convient de rappeler que le libre-échange n'est pas une vache sacrée, et n'est pas une fin en soi, mais tout au plus un mode d'organisation des échanges qui peut contribuer, dans certaines circonstances, à améliorer le niveau général du bien-être. Dans le contexte des biens linguistiques et culturels, il n'est pas inutile de rappeler une mise en garde de Rigaud<sup>1</sup>: «Il faut vraiment être prisonnier des schémas de pensée de notre Europe marchande pour arriver à ce beau résultat qui consiste à classer les produits, les biens et les services culturels comme une catégorie à part de marchandises. On n'a pas vu qu'en se plaçant sur ce terrain, on se mettait à la merci des Américains selon qui la culture, répétons-le, n'a le choix, en ce qui concerne son financement, qu'entre le marché et la générosité, le prix payé et l'offrande consentie.»

Transposons ce raisonnement au problème de la diversité linguistique et culturelle: l'idée même qu'une politique de défense et de promotion de la diversité doive être mesurée à l'aune des critères tirés de la théorie (économique) néo-classique du bien-être (critères qui prévalent également dans la théorie du commerce international) est discutable. Nous pensons qu'une telle approche permet un examen plus serré des coûts et des avantages d'une politique, mais il convient de rester critique à l'égard de ces

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> *Ibid.*, p. 14.

#### François Grin et Catherine Hennis-Pierre

instruments. Sur ce plan, il ne faut pas perdre de vue l'une des dimensions essentielles du problème: si la diversité est (peut-être) menacée, c'est très probablement en raison de l'asymétrie de pouvoir entre les différentes composantes de la diversité. La défense et la promotion de la diversité impliquent donc que l'on accepte d'engager une réflexion sur le pouvoir, et que l'on soit prêt à envisager des mesures de politique linguistique et culturelle qui fassent contrepoids à ces inégalités. Dans cette optique, le véritable problème n'est plus celui de quelque exception culturelle dans les règles du commerce entre des partenaires égaux, mais, comme le dit Mattelart<sup>1</sup>, celui des moyens permettant de défendre des spécificités linguistiques et culturelles de partenaires à l'échange qui sont, souvent, moins égaux que d'autres.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> MATTELART, op. cit.

#### **ANNEXE**

Tableau 1 Commerce de biens et services audiovisuels de l'Union européenne avec les États-Unis, 1993 (Millions de dollars US)

Secteur	Importations 1993	Exportations 1993	Solde 1993
Films (vidéo et cinéma)	2 507	256	- 2 251
Programmes de télévision	1 559	90	- 1469
Total	4 066	336	- 3 720

Source : IDATE, Le marché mondial de l'audiovisuel 1994-1995.

Tableau 2 Commerce de l'Union européenne dans les différents secteurs de services, 1983 et 1993 (Millions d'ECU et pourcentage)

Secteur	Part du secteur dans le commerce extérieur			
	Importations (a) 1983 1993		Exportations 1983 1993	
Transport	39,4	30,3	32,8	29,5
Voyage	20,2	26,2	23,3	25,7
Assurance	2,3	1,9	2,9	2,2
Services commerciaux (b)	7,0	5,1	4,9	3,5
Banque	0,1	6,1	2,4	8,5
Publicité	1,5	1,2	0,1	0,1
Services rendus aux entreprises	6,1	7,2	7,6	8,3
Construction	5,7	2,2	9,4	4,2
Communications	2,1	1,6	1,6	1,4
Films/télévision	0,9	1,8	0,8	0,8
Autres	15,5	21,2	14,9	19,5
Importation totale de services	80 851	166 881	97 013	167 420
Importation totale de marchandises	309 950	454 247	296 144	460 206

Source: Eurostat.

a: Importations en pourcentage de la valeur ajoutée sectorielle. b: A l'exclusion des services non marchands (administration publique, etc.). Note: Le commerce est défini comme les transactions entre résidents et non-résidents des États membres. Les informations présentent un certain degré d'incertitude en raison des problèmes de déclaration et d'évaluation, des différences dans les concepts statistiques, etc., et elles doivent donc être interprétées avec prudence.

#### François Grin et Catherine Hennis-Pierre

Tableau 3
Origine de production des œuvres diffusées sur les chaînes françaises (%).

Origine		· · · · · ·		Solde
	1990	1991	1992	1993
Europe (hors France)	10,5	10,6	15,0	17,8
France	55,3	55	51,5	45,5
États-Unis	32,4	32,4	31,5	32,4
Autres	1,8	2	2	4,3

Source: EU Télévision.

Tableau 4
Dispositions spéciales relatives aux films cinématographiques selon le GATT.

Si une partie contractante établit ou maintient une réglementation quantitative intérieure sur les films cinématographiques impressionnés, cette réglementation prendra la forme de contingents à l'écran conformes aux conditions suivantes:

- a) Les contingents à l'écran pourront comporter l'obligation de projeter, pour une période déterminée d'au moins un an, des films d'origine nationale pendant une fraction minimum du temps total de projection effectivement utilisé pour la présentation commerciale des films de toute origine; ces contingents seront fixés d'après le temps annuel de projection de chaque salle ou d'après son équivalent.
- b) Il ne pourra, ni en droit, ni en fait, être opéré de répartition entre les productions de diverses origines pour la partie du temps de projection qui n'a pas été réservée, en vertu d'un contingent à l'écran, aux films d'origine nationale, ou qui, ayant été réservée à ceux-ci, aurait été rendue disponible, par mesure administrative.
- c) Nonobstant les dispositions de l'alinéa b) du présent article, les parties contractantes pourront maintenir les contingents à l'écran conformes aux conditions de l'alinéa a) du présent article et qui réserveraient une fraction minimum du temps de projection aux films d'une origine déterminée, abstraction faite des films nationaux, sous réserve que cette fraction ne soit pas plus élevée qu'à la date du 10 avril 1947.
- d) Les contingents à l'écran feront l'objet de négociations tendant à en limiter la portée, à les assouplir ou à les supprimer.

Source: GATT (1986), Texte de l'Accord Général.

## Biens culturels et exception culturelle : une approche économique

Alexandre CHAÏBAN et Irma MAJDALANI-HABIB

Université Saint-Joseph, Beyrouth

Cette communication est une présentation des biens culturels et de l'exception culturelle dans une optique économique. L'exposé est en deux parties: dans la première, nous présentons une ébauche de comptes de la culture. Elle s'inspire du cadre conceptuel de la comptabilité nationale et permet d'évaluer les avantages et les inconvénients d'une décision d'exception culturelle. Dans la deuxième, nous approfondissons l'analyse des spécificités des biens culturels, de l'offre et de la demande dont ils sont l'objet. Nous préciserons alors dans quelle mesure ces particularités peuvent rendre les biens culturels «exceptables».

#### Les comptes de la culture

Le champ culturel n'a pas de contours parfaitement tracés et les grandes lignes qui le structurent sont parfois assez mouvantes. Cela rend indispensable le recours à un cadre de synthèse statistique qui retrace les relations entre les divers «agents» intervenant et aide à quantifier les «fonctions» qui s'exercent dans les différents domaines du champ culturel. Les comptes de la culture sont ainsi censés rendre compte de l'importance économique du domaine et permettre une approximation de la «richesse» culturelle d'un pays. A défaut d'indicateurs plus adaptés, cette richesse est évaluée à l'étalon monétaire. Mais qu'est-ce que la culture? Est-elle mesurable?

D'après l'UNESCO, la culture est l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeur, les traditions et les croyances. Devant une définition aussi extensive, l'économiste perplexe se trouve contraint de limiter son investigation aux domaines relevant des attributions reconnues à un ministère de la culture et couvrant la musique, le lyrique et le chorégraphique, le dramatique, les arts plastiques, le cinéma, l'audiovisuel et l'expression écrite. Tout ce qui déborde ce champ sera considéré comme relevant du non quantifiable ou alors le cadre conceptuel de la mesure doit être différent de celui de la comptabilité nationale. Un bien culturel est ainsi la matérialisation de l'une des activités du champ retenu. Ce bien possède les deux attributs de base d'un bien économique: l'utilité et la rareté. Sans connotation normative, l'utilité signifie que l'usage d'un bien satisfait un besoin, alors que la rareté signifie que le bien est disponible en quantité finie.

Mais que convient-il de mesurer? Faut-il retenir comme objet de la mesure la faculté d'un pays à créer chaque année de nouvelles œuvres (aspect production), ou bien faut-il que la richesse de ce pays s'apprécie plutôt en termes d'extension des pratiques culturelles de sa population (aspect consommation)? Il semble sage de reconnaître à la richesse culturelle ces deux dimensions à la fois. Ainsi se trouve naturellement posée la question de savoir comment pouvoir les appréhender distinctement alors qu'elles sont très étroitement liées dans la réalité. Dans le cadre conceptuel de la comptabilité nationale, ces deux dimensions peuvent être mesurées l'une par la fonction de production de l'œuvre originale et l'autre par la fonction de communication de cette œuvre au public. Dans une perspective patrimoniale, il est possible d'envisager une troisième fonction, celle de conservation, dont l'objet serait l'adjonction d'une nouvelle richesse au patrimoine culturel déjà constitué.

La notion de production appliquée au champ d'activité culturelle doit préserver ce qui est spécifique à cette activité et qui donne à la création culturelle une place à part dans l'univers de la production nationale. En effet, à l'origine d'un produit industriel existe un objet original (moule, modèle) qui sert à reproduire des unités semblables. Mais la valeur de ces objets originaux n'entre dans l'évaluation de la production que pour une part négligeable. Des biens culturels tels que disques, livres sont des objets industriels produits en milliers d'exemplaires; ils donnent lieu à des droits d'auteur, comme certains produits industriels donnent droit à des redevances pour brevet. Les comptes nationaux recensent ces droits mais ne cherchent pas à mesurer la valeur de l'œuvre originale alors qu'elle entre pour une part non négligeable dans la valeur des objets édités. Il apparaît ainsi que la description des objets culturels comme simples produits industriels est peu pertinente pour

appréhender les mécanismes de l'économie culturelle. De là la nécessité d'une description adaptée, permettant d'une part, de décrire la façon dont l'œuvre originale intervient dans la fabrication des produits culturels et d'autre part, de mettre en évidence les mécanismes qui portent ces produits au public. Conformément aux principes retenus dans la comptabilité nationale normalisée, il y a lieu de présenter la fonction de production et la fonction de communication.

La production de l'œuvre originale est l'imbrication de la création inspirée et de l'utilisation de moyens pour l'exprimer. Cette production peut être le fait d'un ensemble dirigé par un réalisateur, un metteur en scène, un chef d'orchestre ou être simplement le fait d'un créateur (peintre ou écrivain) exerçant individuellement une technique pour exprimer sa création.

L'œuvre originale peut accéder à la connaissance du public ou demeurer inconnue. Dans ce dernier cas, elle est désignée comme autoproduction et englobe la production de l'amateur et celle du créateur professionnel dont l'œuvre ne trouve pas preneur. La valeur monétaire de l'œuvre correspond, selon la nature de celle-ci, à un prix de vente ou à un montant de droits payés à l'auteur. L'autoproduction, par contre, sera évaluée à la somme des coûts de production. A titre d'exemple, l'exécution par un orchestre, en studio d'enregistrement, d'une symphonie de grand maître constitue une œuvre originale dont la valeur correspondra au montant payé par l'éditeur pour détenir la matrice du disque. L'œuvre d'un peintre sera valorisée au prix de vente du tableau augmenté éventuellement des droits payés par un éditeur pour reproduire cette œuvre sous forme d'affiches. L'œuvre de l'écrivain aura pour valeur les montants versés à l'auteur par l'éditeur, avant toute diffusion du livre.

Les cas cités relèvent de la production marchande où le prix de marché fournit une évaluation constatable et objective des flux de biens et de services rendus. Mais dans la sphère économique tout ce qui circule n'est pas marchand et toute production n'est pas celle de biens matériels. Le rôle des administrations dans la production de services y est important et leur présence est permanente dans le domaine culturel. Comment évaluer ces services non marchands? Par convention comptable, les services non marchands sont évalués sur la base des coûts nécessaires pour les produire. Ce mode pratique d'évaluation est cependant critiquable d'un point de vue théorique. L'argument est qu'en l'absence de marché, le coût de production ne mesure pas correctement, pour les consommateurs, la valeur des services sur lesquels ils n'ont pu exercer de choix. Il n'y a pas d'arbitrage par les consommateurs entre les achats de biens et services marchands et les utilisateurs de services non marchands. Ainsi, la critique se place du point de vue de l'allocation des ressources et débouche naturellement sur la théorie des choix collectifs qui sont à la base de beaucoup de décisions dans le domaine culturel.

D'autre part, beaucoup de biens et services culturels sont chargés d'effets externes. Il s'agit d'effets indirects, sous forme de flux involontaires, qui apparaissent chaque fois que le comportement d'un producteur ou d'un consommateur affecte la fonction de production d'un autre producteur ou la fonction d'utilité d'un autre consommateur en dehors du cadre du marché. Certains de ces effets sont positifs comme la diffusion de programmes culturels qui expose le public à des doses appréciables de culture indépendamment du niveau d'instruction ou de l'âge. D'autres peuvent être, suivant les circonstances, positifs ou négatifs ou les deux à la fois: on peut apprécier le concert de jazz dispensé par la chaîne d'un voisin, mais cela peut déranger un autre voisin. Ces effets peuvent donc aller de producteurs à producteurs, de producteurs à consommateurs ou de consommateurs à consommateurs. Leur inclusion dans la production non marchande est souhaitable, mais leur valorisation soulève de grandes difficultés.

Comment le public prend-il connaissance d'une œuvre originale? Elle peut lui être communiquée directement lorsque celui-ci assiste à un spectacle vivant ou lorsqu'il achète une œuvre exposée dans une galerie, ou indirectement par l'intermédiaire de l'édition ou de la télédiffusion. Celle-ci consiste à communiquer l'œuvre au public en combinant la programmation et la transmission par les ondes. Dans la pratique, on distingue quatre composantes constitutives de la communication. Ce sont: la communication directe, l'exploitation, la commercialisation et la transmission.

La communication directe réalise la présentation de l'œuvre originale au public, en vue de sa vente. C'est l'activité des galeries d'art et des salles de théâtre. Dans le cas des spectacles vivants, chaque représentation constitue un fragment de l'œuvre originale. Cela préserve l'originalité de chaque représentation dans laquelle interviennent parfois des interprètes différents.

L'exploitation permet au public d'accéder temporairement à une reproduction de l'œuvre originale sans acquérir cette reproduction. C'est le sens de l'exploitation en salle de cinéma qui donne lieu à versement de droits au distributeur du film. Le service rendu au public est payé sous forme de location de places dans la salle.

La commercialisation correspond à la mise à disposition des objets édités (livres, disques, cassettes, affiches, partitions...). Elle permet au public de détenir cette reproduction moyennant un prix.

La transmission porte l'œuvre au public par l'intermédiaire des ondes. Le public accède ainsi à l'œuvre, mais à un moment qu'il ne peut choisir. La redevance éventuellement payée par les détenteurs de postes de télévision pourrait s'apparenter à un droit d'exploitation «à domicile».

Les flux monétaires qui permettent à la diffusion de s'approprier l'œuvre pour la transformer en produit culturel sont un investissement représentant des droits de propriété sur des actifs incorporels plutôt que des biens capitaux productifs. Ils constituent le capital qui permet d'éditer des objets (livres, disques, etc.), de faire tirer les copies en vue de l'exploitation ou de la télédiffusion. L'évaluation de ces investissements est un élément important pour la connaissance des circuits de financement de la production culturelle et pour la détermination des critères de rentabilité de ces investissements.

La conservation a pour fonction de garder la mémoire des œuvres produites par le passé, de les conserver en bon état et de les transmettre aux générations futures. A ce titre, elle s'apparente à l'activité de diffusion. Toutefois, elle en est dissociée en raison de la dimension temporelle de la diffusion qu'elle effectue entre les générations et de la volonté patrimoniale qui l'anime. L'augmentation du patrimoine et son entretien sont en effet deux opérations spécifiques à cette activité.

Les flux monétaires qui s'échangent dans le domaine culturel se trouvent ainsi organisés selon un schéma comptable facilitant la construction d'une maquette de l'économie de la culture, qu'il est possible d'exploiter sous différentes configurations à des fins de simulation de politique économique. Une des applications possibles est l'évaluation de l'exception culturelle par ses aspects quantifiables. Sur ce plan, une plus grande clarté pourrait s'instaurer dans le dialogue entre ceux qui, pour des raisons économiques, sont favorables à l'exception et ceux qui, pour les mêmes raisons, y sont complètement opposés. En termes purement économiques, il s'agit de comparer deux situations: l'une caractérisée par les trois fonctions en vigueur à des niveaux probablement élevés: la production, la communication et la conservation; l'autre caractérisée par une amplification probable de la fonction de communication accompagnée d'un affaiblissement presque certain de la production et de la conservation.

Une maquette permet d'éclairer bien d'autres aspects. Qui finance la culture et suivant quels circuits? Combien dépensent le public, l'État? Quelle part est financée par la publicité? Quelle part consacre le public aux pratiques culturelles à domicile? Quels revenus perçoivent les créateurs ou les techniciens de ce champ d'activité? A combien s'élève la production audiovisuelle, de quel marché disposera-t-elle, compte tenu de l'évolution des pratiques culturelles et des financements disponibles? Ce sont là des questions que les économistes, les gestionnaires et les sociologues sont amenés à soulever. Les réponses qu'ils tenteront de fournir ont besoin de données cohérentes, surtout que la culture est un domaine foisonnant en perpétuelle mutation.

Pour en terminer avec l'argument purement économique, il y a lieu de signaler les tests économétriques du bien-fondé d'une politique d'exception qui prennent appui sur la théorie des échanges internationaux. Sur la base des statistiques d'échanges commerciaux que centralisent certaines organisations internationales, ces tests ont plutôt donné raison aux défenseurs des politiques non restrictives.

Bien qu'utile, cette approche est manifestement très réductrice. Le domaine culturel ne saurait obéir aux seuls impératifs économiques. Les biens culturels sont spécifiques et font l'objet d'une offre et d'une demande dont les particularités rendent la décision politique «passionnelle» plutôt que rationnelle. Cela nous amène à la deuxième partie de cette présentation.

#### Les spécificités de l'offre et de la demande

Le bien culturel est par essence porteur de culture. Cette caractéristique lui donne une spécificité qui le charge de «valeurs» et influence, en conséquence, l'offre, la demande et l'échange dont il est l'objet.

Le bien culturel peut être envisagé comme un bien de consommation satisfaisant un besoin aussi «ordinaire» que le besoin de divertissement ou un besoin plus «noble» de culture. Il peut être aussi envisagé comme un bien d'investissement dont l'acquisition améliore le capital humain. Par analogie avec le progrès technique qui rend le capital plus performant, la culture, par son influence sur le facteur travail, devient un élément déterminant de l'augmentation de la production en quantité et surtout en qualité. Cela est de nature à contribuer à la croissance et au développement.

Dans son aspect tangible, le bien culturel est divisible, excluable et donc, susceptible de s'échanger sur le marché alors que sa composante culturelle qualitative et abstraite ne l'est pas. Le contenu d'un livre, d'un film, d'une pièce de théâtre, la mélodie d'une musique, la beauté d'un tableau ne peuvent être accaparés par ceux qui détiennent l'objet. Ces attributs «volatiles», générateurs d'externalités dans le langage économique, ont tendance à se répandre pour imprégner l'environnement social et le caractériser. Il y a ainsi opposition entre l'excluabilité du support et la non excluabilité des effets culturels qu'il véhicule puisqu'ils sont de nature indivisible.

Les externalités accompagnent le bien culturel à deux niveaux. Le niveau immédiat est celui des conséquences directes que peut avoir le bien culturel sur la promotion d'activités économiques spécifiques comme le tourisme. Le niveau médiat est celui des effets qui se feront sentir à plus long terme et qui sont analogues aux effets bénéfiques engendrés par l'éducation et la santé. Ces externalités positives caractérisent une nation et sont directement liées à son développement.

Du point de vue de la rationalité économique, la demande est déterminée par des considérations de prix, de qualité, de revenu et de temps. A ces facteurs traditionnels s'ajoutent deux caractères spécifiques du champ culturel: la «rationalité de l'accoutumance» et la «rationalité de la passion».

Comme toute demande, celle du bien culturel varie en sens contraire de son prix. Plus le bien est cher moins il est demandé (sauf dans certains cas qui illustrent l'effet de snobisme où l'inverse est vrai). Mais la sensibilité du consommateur au prix du bien dépend de la nature de celui-ci. Les consommateurs de spectacles «populaires», tels que cirques, théâtre de boulevard etc., sont plus sensibles au prix que les consommateurs d'art plus raffiné. L'existence de biens substituts dans le premier cas, et l'absence de ceux-ci dans le second, expliquent le comportement.

Des études empiriques ont montré, par contre, que la demande répondait fortement à la variation de la qualité. Un livre, un film, une toile, etc. sont d'autant plus demandés que la notoriété des créateurs est déjà prouvée. La qualité reste cependant difficile à définir et ses critères assez mouvants. Elle ne transparaît pas nécessairement à travers le prix comme pour les autres biens et sa perception par le consommateur semble dépendre du «capital culturel» déjà accumulé à travers ses expériences précédentes. En dépit de cet aspect subjectif et normatif, la qualité reste une caractéristique dominante de la consommation culturelle comme le prouve l'intérêt que lui porte la politique publique en matière de culture.

A part le prix et la qualité, le revenu et le temps sont deux facteurs explicatifs de la demande. L'observation montre que la consommation de biens culturels varie directement avec le revenu, lequel semble directement lié au niveau d'éducation. Mais le budget n'est pas la seule contrainte du consommateur. En effet, la consommation culturelle est aussi coûteuse en temps à deux titres, celui de la recherche d'information et celui de la consommation elle-même. Concernant l'information, le bien culturel peut être qualifié de bien problématique ou bien de recherche, c'est-à-dire qu'il appelle, avant qu'il ne soit acquis, une recherche sur ses caractéristiques, le coût de cette recherche pouvant parfois décourager la demande. Concernant le temps de consommation du bien (temps de lecture d'un livre, temps passé au théâtre, etc.), il représente généralement un coût d'opportunité. Ce dernier correspond au coût du choix de l'affectation du temps à une activité parmi un ensemble d'activités possibles. Certaines de ces activités potentielles peuvent être génératrices de revenu. Le fait de renoncer à une heure de travail en la remplaçant par une heure de consommation culturelle coûte d'autant plus cher que le revenu est plus élevé.

La théorie traditionnelle de la consommation a vu son importance diminuer dans la mesure où son pouvoir explicatif était limité. C'est dans le cadre d'une nouvelle théorie de la consommation qu'il y a lieu de présenter l'accoutumance rationnelle en matière de biens culturels. L'effet d'accoutumance se constate chaque fois que la consommation de biens culturels provoque chez le consommateur des «perceptions» de satisfaction qui l'encouragent à consommer davantage et de plus en plus. Il s'agit d'une

accoutumance rationnelle à ces biens, qui implique que toute consommation actuelle appelle davantage de consommation future. L'explication économique est que l'expérience de la consommation fait évoluer les différents attributs du capital humain (éducation et autres) qui, à leur tour, valorisent le bien culturel. La satisfaction ou l'utilité augmente de plus en plus, provoquant un phénomène d'accoutumance, alors que dans le cas d'autres biens de consommation courante on observe plutôt un phénomène de saturation. Ainsi, le coût d'opportunité en termes de temps diminue et la demande pour le bien culturel augmente en conséquence. La consommation de biens culturels apparaît donc liée à un processus générateur de satisfactions immédiates d'une part et, d'autre part, d'une accumulation de savoir et d'expérience qui commande une consommation future. La consommation de biens culturels, contrairement à celle des autres biens, aboutit à un accroissement du capital culturel et peut en amplifier la composante «investissement» et ses implications sur la croissance et le développement.

La rationalité «passionnelle» impose deux contraintes à la demande. La première est représentée par le travail, le temps disponible, le revenu, l'âge, le lieu de résidence etc. La seconde se réfère à l'univers microcosmique qui représente pour l'individu sa vision du monde à la fois personnelle et subjective. C'est à travers son univers construit par un processus cumulant éducation, expérience et fréquentation que le passionné perçoit les messages culturels et les comprend. Cet univers, jouant le rôle de filtre, harmonise les comportements et rend compte des tendances lourdes de la demande susceptible de se matérialiser. Les passionnés représentent alors la part la plus importante de la demande qu'ils évaluent au plan de la qualité sur laquelle ils sont les premiers à se prononcer. De ce fait ils influencent l'offre de biens culturels et par suite l'équilibre de ce marché.

L'offre des biens culturels peut être vue à travers la logique marchande recherchant profit ou à travers la logique non marchande à but non lucratif.

Les entreprises à but lucratif utilisent, comme toute autre firme, le capital, le travail et la technologie pour produire le bien ou service culturel. Elles recherchent un équilibre où le profit est maximisé pour un prix déterminé relativement à une quantité de biens et services culturels produits et échangés.

Les entreprises à but non lucratif ne cherchent pas à maximiser leur profit mais plutôt à respecter la contrainte de l'équilibre budgétaire. L'existence de ces entreprises et leur nombre croissant s'expliquent par la nature du bien culturel qui intègre des externalités positives pour l'ensemble de la société. A cette prise de conscience correspond une initiative de production privée qui se substituerait à un défaut d'action de l'État. En outre, ces entreprises sont encouragées par le comportement du consommateur qui, par défaut d'information, s'adresse à elles, leur manifestant ainsi sa confiance.

Les entreprises du champ culturel ont souvent été atteintes de ce qui est communément appelé la maladie de BAUMOL, en ce sens qu'elles sembleraient fatalement recourir à la subvention et au don. En effet, dans les secteurs non culturels de l'économie, la productivité a tendance à augmenter plus fortement que dans le secteur culturel, alors que les salaires ont tendance à s'homogénéiser par contagion. Cela rend les contraintes financières (maximisation du profit ou maintien de l'équilibre budgétaire) difficiles à respecter surtout en cas de variation de la demande. La validité de la loi de Baumol a souvent été critiquée mais un fait empirique est demeuré constatable: dans le domaine culturel non populaire, les entreprises ne parviennent à boucler leur budget qu'en recourant à des subventions, et cela d'autant plus facilement qu'elles sont à but non lucratif.

Dans le domaine culturel, le mobile fondamental de l'offre est généralement l'amour de l'art, la qualité de l'œuvre et le souci de sa diffusion auprès du plus grand nombre. Souvent cela se fait au détriment de la finance et le dilemme consiste à se demander si la balance doit pencher du côté de l'audience la plus large ou du côté de la qualité la meilleure. Une organisation à but lucratif préférera sans doute l'audience à la qualité et sera, en cela, fidèle à sa rationalité marchande. Par contre, une organisation à but non lucratif s'orientera d'abord vers la recherche de la qualité sans toutefois négliger l'ampleur de la diffusion. Les gens de l'art qui sont habituellement aux commandes des entreprises culturelles ont, en fait, un comportement «passionnel». L'offre est pour eux l'œuvre de créateurs et d'intermédiaires victimes de l'amour de l'art et du prestige des hautes «valeurs» culturelles. La rationalité de ces opérateurs est la suivante: le créateur produit selon sa logique intérieure et ne suit pas le goût du public; l'intermédiaire, qui a un souci financier, essaie de gérer l'équilibre budgétaire sans porter atteinte à la qualité du bien. Dans cet esprit, l'équilibre sur le marché s'établit spontanément entre offreurs et demandeurs partageant la même passion. Ces ententes tacites immédiates, sortes de conventions, ne ressemblent en rien à un mécanisme marchand fondé sur le prix.

La coexistence des deux logiques, l'une marchande et l'autre passionnelle, sur un même marché peut durer comme elle peut aboutir à l'éviction des passionnés. La faible rémunération dans le secteur où domine la logique passionnelle semble constituer une garantie de survie mais elle peut être insuffisante. En effet, des progrès dans les techniques de production impliquant une baisse des prix ainsi que des changements socioculturels peuvent amener l'accroissement d'une demande qui ne correspond pas nécessairement à l'offre des passionnés. Cet élargissement du marché constitue alors une opportunité de rentabilité dont profitent les opérateurs à logique marchande. Armés de leurs moyens de production de masse, ils entrent dans la production, et la technique tend à remplacer la passion. Face

à pareille situation, les créateurs passionnés cherchent à résister mais les obstacles sont importants. Ils se trouvent acculés à un choix difficile: ou bien ils s'alignent sur une logique marchande dont ils ne maîtrisent pas les rouages, ou bien ils se marginalisent avant de disparaître. Ils ne survivraient que grâce à une intervention de l'État. Ainsi, si la logique passionnelle avait libre cours, les dépenses budgétaires iraient en augmentant, mettant en question tout le processus.

Les particularités les plus significatives de la demande et de l'offre du bien culturel se résumeraient ainsi: la demande est déterminée par un processus d'accumulation résultant de l'interaction dynamique entre la consommation passée et une certaine forme de capital humain, fortement influencée par l'éducation; l'offre résulte de la coexistence de deux types de logique souvent contradictoires: la recherche du profit et l'amour de l'art. Ces traits caractéristiques font-ils du bien culturel un bien passible d'exception dans les échanges entres les nations?

La tendance générale du commerce international actuel va dans le sens d'une ouverture plus grande et d'une disparition progressive des barrières pour que le consommateur puisse obtenir les biens disponibles au meilleur rapport qualité-prix. L'argument économique inscrirait le bien culturel dans ce cadre, surtout que la diffusion des externalités dont il est porteur est souhaitable. Cela impose toutefois à la production nationale de biens culturels, comme à toute autre production d'ailleurs, de relever le défi de la concurrence au risque de sa disparition. La présence d'entreprises à but non lucratif et de passionnés de la culture allège la menace et garantit une offre minimale autonome, incompressible et indépendante de la demande. Mais laissées à leurs seuls moyens, ces entreprises sont vulnérables. En raison des externalités positives et du rôle de la culture dans la promotion de l'individu en tant que facteur du développement, l'État peut considérer que la disparition de la production nationale n'est pas souhaitable. Il décidera alors d'intervenir en usant de deux procédés.

Le premier procédé consisterait à protéger la production nationale par des mesures restreignant la diffusion du bien culturel importé à travers une augmentation des prix ou un rationnement des quantités. L'objection économique à cette politique est connue: restreindre le choix et la liberté du consommateur est une situation sous-optimale. En outre, comme dans le cas de tout autre bien protégé, le bien culturel pourrait voir son prix augmenter et sa qualité diminuer, surtout que la logique marchande serait encouragée.

Le second procédé consisterait à subventionner la production nationale afin qu'elle se maintienne face à la concurrence. On conserve ainsi au consommateur sa liberté de choix. Quant aux conditions de l'offre, bien que biaisées, elles assureront un environnement de concurrence relatif. Cependant, dans ce domaine, les résultats des politiques de subvention sont ambigus. Ils

se manifestent de manière irrégulière et souvent contradictoire aussi bien au niveau des prix qu'à celui de la qualité. L'ampleur et le sens de l'impact des subventions dépend de la sensibilité de la demande pour les différentes variables et aussi vis-à-vis du mode de ges'ion de la subvention. Celle-ci peut viser soit la diffusion atteignant le plus grand nombre de consommateurs à des prix faibles aux dépens de la qualité, soit la qualité en mobilisant des ressources financières importantes au profit d'une élite, ce qui est anti-redistributif.

A la nécessité du recours à la subvention peuvent s'ajouter un souci de justice et une attitude paternaliste de l'État qui peut s'ériger en autorité mieux informée que ses sujets sur leurs intérêts et les moyens de les faire valoir. Cette considération constitue l'objet d'un débat toujours en vigueur entre les régulationnistes et les défenseurs du courant libéral.

Pour terminer, une dernière question mérite d'être posée. Qu'est-ce qui conduit un consommateur à rechercher les biens culturels «étrangers». Sachant qu'il est peu sensible au prix, on doit admettre que son attitude découle des exigences d'une qualité qui répond à ses aspirations et à sa vision de la vie. Jusqu'à quel point cela est-il inadmissible? Jusqu'à quel point la consommation de culture étrangère est-elle condamnable et celle de culture nationale souhaitable? La coexistence des deux dimensions serait-elle impossible? Dans la mesure où la culture est un élément dynamisant du développement d'une nation, il nous semble que le vrai risque qu'elle court est celui de la disparition de la qualité. C'est donc en fonction de la qualité que doit se déterminer la nature «exceptionnelle» du bien culturel et non pour un autre motif. Le conditionnement du consommateur, surtout à travers l'éducation au sens large, devrait aboutir à une demande de culture de qualité. L'offre impulsée par une concurrence nationale et internationale y répondra alors en améliorant le capital culturel pour qu'il contribue davantage au progrès d'une culture pour le développement.

# L'intégration socio-économique comme renforcement du pluralisme socio-culturel et linguistique

Francesco TANINI

IPALMO\*, Rome

1. Les processus d'intégration socio-économique – en tant que dilatation d'un modèle économiciste (le modèle «occidental») au niveau d'une réalité globale (le marché) – entraînent de plus en plus, de par leur nature universalisante, des intégrations de cultures: l'élargissement des échanges linguistiques et culturels, la diffusion de l'écologisme comme «éthique planétaire», la médiatisation standardisée de la transmission des connaissances (des programmes télévisés à Internet), etc.

Cependant, l'humanité est en train de vivre, aujourd'hui, un déchirement profond entre une expansion centripète (homologation culturelle progressive et interdépendance socio-économique chaque jour plus étroite) et une expansion centrifuge (formations sociales multiethniques et multiculturelles toujours plus différenciées).

Selon certains auteurs, l'explication d'une telle contradiction résiderait dans l'idée du développement qui, expression actuelle de l'idée du progrès, serait devenue le véritable mythe fondateur de la société contemporaine. Comme tous les mythes de l'histoire de l'homme, l'objectif du développement serait sous-jacent à l'évolution des faits en les déterminant, d'une manière implicite, par la force incontenable du mythe<sup>1</sup>.

<sup>\*</sup> Istituto per le relazioni tra l'Italia e i Paesi dell'Africa, America Latina et Medio Oriente.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Voir E. SEVERINO, La tendenza fondamentale del nostro tempo, Adelphi, Milano 1988.

Une telle interprétation nous semble fondée. En effet, le développement se présente comme étant une vérité scientifique, peut-être susceptible d'être corrigée ou limitée, mais dont personne n'oserait mettre en doute le bienfondé. D'autre part, dans la deuxième moitié du XXe siècle, il a assumé la valeur d'un programme universel de rachat pour tous les peuples de la planète; de plus, ce programme se présente, quant au fond, comme étant le prolongement de l'épopée «occidentale», c'est-à-dire la suite normale de la grande aventure de l'Histoire dans laquelle des nations grandes ou petites ont sillonné les océans, créé des industries et développé les commerces, en produisant d'énormes richesses et de grands progrès à l'avantage de l'Europe et de ses prolongements (États-Unis hier, Japon aujourd'hui... le reste du monde demain!)¹.

En fait, ce que nous appelons aujourd'hui «crise des valeurs» n'est rien d'autre que la reconnaissance du grand pouvoir de la technologie moderne permettant à l'homme de dominer la nature (ou de croire dominer la nature, ce qui revient au même) et de la transformer en vue d'atteindre ses propres fins, à savoir – en premier lieu – l'élimination (ou la réduction) de la douleur et l'accroissement du plaisir. Les idéologies deviennent, plus ou moins délibérément, les instruments d'un tel développement et, si elles y font obstacle, sont éliminées ou lui sont subordonnées (il suffit de se référer à ce qui est arrivé avec ladite «fin du communisme» et, encore mieux, avec la nouvelle doctrine du «socialisme de marché»!).

Le conflit idéologique cesse au moment où les fins de l'existence peuvent être atteintes grâce aux instruments de la science et de la technologie (ou quand on estime pouvoir les atteindre ainsi). De plus, même en présence d'objectifs différents (par exemple ceux de la société capitaliste et ceux de la société socialiste), le mécanisme scientifico-technologique étant le même, ce dernier devient l'objectif fondamental à partir du moment où la supériorité d'une société sur l'autre dépendra en définitive du plus haut niveau scientifico-technologique qu'elle aura atteint.

La nouveauté de l'heure actuelle, par rapport aux «valeurs» du passé, consiste dans le fait que le véritable et unique pouvoir semble reposer sur la science et la technologie, dans toutes leurs applications au niveau de la concentration des capitaux et des systèmes intégrés de production et de communication. Tout au moins, dans un monde où le développement est conçu comme un processus d'accroissement de la richesse, le niveau scentifico-technologique — en tant qu'instrument pour l'atteindre — est aujourd'hui le pouvoir généralement reconnu.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Voir C. Furtado, Le mythe du développement économique, Anthropos, Paris, 2e éd. 1984; S. Latouche, L'occidentalisation du monde, La Découverte, Paris 1992.

2. En analysant les processus d'intégration socio-économique en cours, nous relevons que les opérateurs mondiaux, ayant concentré entre leurs mains tous les instruments essentiels de la production et des échanges (finances, technologies, commerces) trouvent dans l'innovation et sa diffusion l'élément qui, non seulement accroît leurs profits, mais justifie également leur pouvoir et donne une signification à leur action.

D'autre part, les citoyens, soumis à un processus accéléré d'intégration socio-économique et d'homologation culturelle, lui opposent des résistances identitaires (notamment linguistiques), d'une part, et demandent à être admis aux bénéfices d'une telle intégration (c'est-à-dire à partager équitablement droits et biens de consommation), d'autre part. C'est ce qu'un auteur a appelé «le conflit social dans la modernité» 1.

C'est donc le processus d'intégration socio-économique qui représente de nos jours le laboratoire du conflit social et culturel; et c'est dans les difficultés qu'il rencontre, outre que dans ses succès, qu'il faut rechercher les chances et les conditions de survivance du pluralisme.

3. La politique agricole commune de l'Union Européenne, à savoir le processus le plus avancé d'intégration entre États, nous montre très clairement que si l'intégration économique entraîne une certaine dose d'intégration sociale (à cause de l'unification des lois et des mœurs qu'elle comporte), elle ne produit qu'une intégration très limitée des cultures: en fait, il s'agit essentiellement de quelques cultures matérielles (modifications des habitudes alimentaires et évolution qualitative du travail, ces phénomènes étant par ailleurs dus beaucoup plus à l'évolution générale des marchés qu'à l'intégration européenne en soi).

Le pluralisme culturel de l'Europe reste encore très marqué: la diversité «régionale» se fait plus accentuée au fur et à mesure des progrès du processus d'intégration car aucune intégration n'est praticable sans traduire les éléments de nouveauté dans les différentes situations linguistiques et sans respecter, voire valoriser, les différences culturelles.

En effet, la diversité régionale se présente au rendez-vous de l'intégration en défendant les intérêts particuliers de la zone ou du secteur en cause, tout d'abord en tant que confirmation de sa spécificité linguistique et culturelle (ce qu'on appelle les «résistances au changement») sans laquelle ses représentants ne seraient pas l'expression d'un consensus et ne pourraient pas défendre les intérêts économiques et sociaux de la région.

Deuxièmement, la diversité régionale agit en tant que gardienne des mœurs (par exemple, le «goût du consommateur») et, troisièmement, comme défense

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> DAHRENDORF, R., The Modern Social Conflict. An Essay on the Politics of Liberty, Weindenfeld & Nicolson, New York 1988.

de ses niveaux de développement (par exemple, le niveau de sa réglementation phyto-sanitaire). Il va de soi que beaucoup de ces questions sont soulevées, au cours de la négociation, par les forces sociales prédominantes (par exemple, la grande propriété) et, par ailleurs, il s'agit souvent de prétextes destinés à couvrir des intérêts bien précis. Cela n'empêche pas que de telles questions représentent, en fait, des résistances culturelles qui ont pour effet de renforcer l'identité d'une zone ou d'un secteur, parfois de toute la nation, et cela peutêtre au grand désavantage des zones, des secteurs et des nations les plus faibles.

En effet, si nous allons voir ce qui s'est passé dans les trois décennies d'intégration agricole entre les pays de l'Union européenne, nous constatons que la réglementation de la production, de la distribution et du financement des produits a consolidé – et parfois énormément accru – les positions qui étaient déjà les plus fortes au départ: les céréales et les produits laitiers se sont taillé la part du lion et ont provoqué même, en raison des avantages assurés à ces secteurs, des crises de sur-productior. Sans parler des répercussions négatives sur les marchés mondiaux, des poussées de protectionnisme chez les grands pays producteurs (il suffit de penser à la puissante défense américaine des céréales) et des très graves pertes de marchés et de devises pour les pays du Tiers Monde producteurs de marchandises analogues et concurrentes.

On pourrait soutenir que le résultat le plus visible de l'intégration européenne est d'avoir renforcé, par le lien de la réglementation communautaire, l'identité culturelle des céréaliers français et celle des laitiers néerlandais, qui ont établi une sorte de zone protégée, économiquement protectionniste et culturellement fermée.

Certains des avantages dont ont accessoirement bénéficié les zones européennes de moindre production, comme par exemple celles des céréaliers de la vallée du Pô ou des laitiers bavarois, ne sont pas suffisants à contrebalancer les désavantages résultant, dans ces mêmes régions, pour d'autres opérateurs économiques, du fait de ne pas pouvoir importer (à des prix plus bas) des zones en dehors de la communauté (par exemple, la viande argentine) et de voir par contre augmenter leurs coûts de production à cause des prix élevés établis dans la communauté comme conséquence des mécanismes de protection<sup>1</sup>.

Même si l'augmentation généralisée des coûts de production (conséquence des prix agricoles élevés) a été, en fin de compte, bien absorbée par l'incorporation des augmentations dans les prix des produits industriels dérivés et dans les services, il faut dire que tout cela n'a pas eu pour résultat d'accroître proportionnellement les salaires, notamment dans les secteurs les

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Voir GEMDEV, L'intégration régionale dans le monde – Innovations et ruptures, Paris, Karthala 1994; G. CORM, Le nouveau désordre économique mondial, Paris, La Découverte 1993.

moins rémunérateurs. Il faut noter, par contre, que la chute salariale a été rendue plus grave par l'extension progressive de l'automation (qui est, par ailleurs, un phénomène mondial) et donc par la réduction des emplois (accentuée en agriculture).

4. La politique agricole commune de l'Europe montre avec une extrême clarté que, dans la complexité d'un processus d'intégration, les avantages et les désavantages ne se distribuent pas d'une manière équitable sur les marchés et, surtout, que le processus d'intégration n'a (en soi) la capacité ni d'éliminer ni de réduire les disparités nationales et régionales.

En revanche, l'intégration produit une augmentation généralisée des coûts sans produire une augmentation généralisée des salaires et, en même temps, les déséquilibres existants s'accentuent et de nouveaux déséquilibres surgissent, de telle manière que les écarts s'élargissent fatalement et que de nouvelles marginalisations se font jour.

Les zones et les secteurs forts tendent à se renforcer tandis que les bénéfices, tout en se dirigeant aussi vers d'autres zones et d'autres secteurs, ne se distribuent pas d'une manière équitable et ne réussissent ni à empêcher ni à contenir le renforcement économique et culturel des régions privilégiées<sup>1</sup>.

La diversité «régionale» se fait ainsi plus accentuée au fur et à mesure des progrès du processus d'intégration; toutefois, au moment même où les diversités sociales et économiques deviennent plus profondes, la «diversité régionale» dans toutes ses manifestations (de l'attitude de résistance au changement à l'affirmation même d'une suprématie) se réalise en premier lieu comme défense de cultures, langues et intérêts particuliers qui, ne pouvant être aucunement méconnus, s'ajoutent les uns aux autres sans que l'un puisse détruire l'autre.

L'ensemble des cultures, des langues et des intérêts particuliers se présente donc, en définitive, dans un processus d'intégration, comme un renforcement du pluralisme socio-culturel de la zone intégrée et, par rapport à l'extérieur (notamment aux pays moins intégrés), comme un accroissement du poids, non seulement économique, mais également culturel (c'est-à-dire: multi-culturel) de la zone intégrée.

Certes, le problème d'une répartition équitable des coûts et bénéfices devrait être abordé dès le commencement d'un processus d'intégration: cela serait possible en associant étroitement l'intégration économique à l'intégration sociale. Mieux: la question devrait être abordée tout de suite dans sa globalité, avec toute la gradualité nécessaire, mais certainement pas de la manière «globalement asymétrique» avec laquelle l'Union Européenne l'a

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Voir P.V. DASTOLI & G. VILELLA, La nuova Europa – Dopo Maastricht: dalla Comunità all'Unione, Il Mulino, Bologna 1992.

#### Francesco Tanini

abordée et que les autres processus d'intégration (tels que le Groupe Andin, le MCCA, le SELA, le NAFTA, le MERCOSUR, l'ASEAN, etc.) semblent suivre sans la moindre hésitation<sup>1</sup>.

Cependant, nous constatons et croyons pouvoir affirmer que les processus d'intégration sont en marche, de plus en plus, dans notre planète et que malgré toutes leurs distorsions économiques et sociales (si bien qu'il ne faudrait pas parler – à notre avis – de «mondialisation» mais plutôt de «globalisation») elles ne peuvent aucunement détruire ni disloquer d'une manière substantielle les réalités culturelles. Au contraire, l'intégration économique – même en l'absence d'intégration sociale – semble non seulement renforcer les identités particulières mais également, pour assurer son succès, les valoriser.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Bien que des études le signalent en toute clarté. Voir par exemple: S. Montoya, Asimetrias sociales en el Mercosur, Fundación Mediterranea, Córdoba 1993; Economic Integration between Unequal Partners, edited by T. Georgakopoulos, C. Paraskevopoulos and J. Smithin, Edward Elgar Publishing Limited, Aldershot Hants 1994.