

DIVERSITÉ CULTURELLE : UN CONCEPT TROP RASSEMBLEUR POUR ÊTRE HONNÊTE ?

Françoise Benhamou

La Découverte | « Mouvements »

2005/1 n° 37 | pages 8 à 14

ISSN 1291-6412

ISBN 2707145173

Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://www.cairn.info/revue-mouvements-2005-1-page-8.htm>

!Pour citer cet article :

Françoise Benhamou, « Diversité culturelle : un concept trop rassembleur pour être honnête ? », *Mouvements* 2005/1 (n° 37), p. 8-14.

DOI 10.3917/mouv.037.0008

Distribution électronique Cairn.info pour La Découverte.

© La Découverte. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Diversité culturelle : un concept trop rassembleur pour être honnête ?

PAR
FRANÇOISE
BENHAMOU*

Mi-octobre 2004, tandis que le plutonium américain traverse la France pour être « retraité », Jacques Chirac dénonce en Chine la puissance américaine qui, en matière de culture, risque d'emporter la diversité avec elle. D'un côté, la France importe des déchets radioactifs nord-américains, d'un autre côté, elle se pare, en la personne de son Président, des vertus de la diversité menacée pour prétendre fermer la porte aux importations de services audiovisuels. Au-delà du grand écart entre la politique économique et le discours culturel, se joue une question essentielle : comment définir et assurer la diversité culturelle ?

La diversité culturelle, concept commode qui permet de rallier à peu de frais tous les adeptes de la politique culturelle, mérite sans nul doute un meilleur usage. Le moment de son entrée dans le discours politique n'est pas anodin : il est concomitant de la montée des débats sur le multiculturalisme, de la mise en question de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) comme lieu central de la négociation de l'exception culturelle, et du renouveau des interrogations sur la démocratisation des pratiques culturelles. Le thème de la diversité suggère, en effet, que toutes les formes d'expression méritent un traitement égal. Forts de ce programme, les adeptes de la diversité s'interrogent rarement sur les éventuelles dérives liées à la promotion des cultures locales, transformations des cultures en autant de folklores aussi séduisants qu'exotiques, muséification de certains lieux de culture, replis identitaires. Côté OMC, la diversité permet de déplacer un débat qui demeurerait essentiellement Nord-Nord (États-Unis *versus* Europe), celui dit de « l'exception culturelle », vers un enjeu Nord-Sud ; tandis que le protectionnisme culturel version OMC consistait pour l'essentiel en une défense des biens et services audiovisuels européens contre l'invasion des importations américaines (*via* la directive *Télévision sans frontières* et la mise en place de quotas de diffusion). L'objectif de diversité transforme la question en montrant que l'Europe doit se donner pour programme la promotion des cultures dans leur infinie diversité, y compris les cultures dites du Sud. La diversité participe enfin de la reconnaissance des pratiques populaires, au sein

* Économiste.

des pratiques culturelles, favorisant ainsi une redéfinition habile de la démocratisation. Les grands groupes industriels ont d'ailleurs bien compris que la diversité culturelle est un objectif consensuel, à tel point que Jean-Marie Messier, alors président de Vivendi Universal et étoile montante du patronat français, en avait fait un slogan pour son groupe. La FNAC s'y rallie et affiche la diversité au cœur de ses vœux de bonne année. On aperçoit ainsi que la polysémie du terme permet son affichage par divers acteurs sans que la définition, les moyens, ni les objectifs n'en soient vraiment posés ni nécessairement partagés. Les interrogations demeurent sur le contenu et la mesure de la diversité, les effets de la concentration industrielle, et les modes de régulation.

● Définir la diversité

Définir la diversité culturelle, en mesurer l'ampleur, ce sont là deux enjeux qu'il est difficile d'affronter en tant qu'économiste. La diversité est appréhendée à travers des indicateurs quantitatifs (nombre de titres, de films, de disques nouveaux) sans regard sur la part de nouveauté que ces biens incorporent. En effet, l'économiste se fait fort de ne s'ériger ni en censeur ni en un juge qui partagerait les biens en fonction de la qualité des contenus. Pourtant l'analyse de la standardisation des biens réclame quelque regard sur la qualité; sur ce point, les travaux sont rares et l'on peut mentionner une étude d'Abraham Ravid qui se risque à l'évaluation des contenus sans pour autant proposer de jugement de valeur, en utilisant une batterie de critères quantifiables permettant de repérer le niveau de violence d'un échantillon de films américains¹. L'exercice d'évaluation est d'autant plus ardu que l'une des propriétés les plus fortes de la production des biens culturels est leur unicité, leur singularité: bien sûr, les biens culturels industriels sont reproductibles, mais l'offre doit être diverse et chaque nouvelle production doit revêtir une part d'innovation. Cela conduit l'économiste Richard Caves à relever que les industries culturelles se caractérisent par la propriété d'infinie diversité de l'offre; cette propriété a pour corollaire l'importance de la prise de risque. En d'autres termes, plus l'offre est vaste, soumise au rythme de la sortie de titres sans cesse nouveaux, plus il peut paraître rationnel au producteur de tenter de réduire le degré de diversité des biens afin de réduire les risques encourus. Une diversité apparente, mesurée à l'aune du nombre des nouveautés, va alors de pair avec un mouvement de standardisation.

Dès lors que le bien n'est vendu qu'une seule fois à chaque consommateur, il est tentant de réduire les coûts en baissant la qualité, et le producteur peut jouer sur divers éléments: la part d'innovation, le contenu de l'information sur le bien. Concrètement, l'appel à des héros récurrents, l'emploi de stars, la sortie de suites ou de remakes, la recherche de récompenses, d'articles laudateurs, ou l'entrée dans les listes des meilleurs titres sont autant de moyens de réduire le risque sans toutefois l'éliminer. Dans cette diabolique dialectique du neuf et du déjà vu, rien n'assure que l'un des deux termes triomphe. On voit bien ici le décrochage entre la mesure de la diversité du point de vue de l'économiste,

1. S. A. RAVID, « Beyond Morality and Ethics – Executive Objective Function, the R-Rated puzzle and the Production of Violent Films », *Journal of Business*, à paraître.

qui comptabilise chaque titre nouveau, et l'appréciation du degré de diversité, qui requiert un regard sur les contenus, les approches esthétiques, les écarts à la norme.

● Les jeux des stars et du hasard

Chaque bien est donc, pour le consommateur, un bien unique, sauf en de rares exceptions, comme dans le cas où l'on rachète un livre pour l'offrir. Pour des biens quelconques susceptibles d'achats répétés, seul le choix initial est risqué; ici, au contraire, l'incertitude prévaut et demeure à l'occasion de chaque acte d'achat. Du point de vue de l'économiste, on peut raisonnablement faire l'hypothèse d'une préférence des consommateurs pour la diversité: confronté au choix entre deux paniers de biens, le consommateur opte, toutes choses égales par ailleurs, pour celui qui se compose du plus grand nombre de biens, car il lui confère une utilité supérieure². En d'autres termes, l'utilité du consommateur ne dérive pas seulement de la quantité ou de la qualité du bien consommé, mais du nombre des biens disponibles. En certains cas, la diversité tient à la variation, à qualité équivalente, de certaines caractéristiques des produits, tels la couleur ou l'emplacement. Par exemple, une salle de cinéma est préférée à une autre parce qu'elle est tout simplement plus proche du domicile du cinéophile; on se réfère alors au concept de différenciation horizontale des produits. En d'autres cas, se dégage une hiérarchie dans la qualité des biens, source de différenciation verticale des produits. À prix égal, le consommateur préfère l'un des deux biens. En principe, d'ailleurs, le différentiel de prix reflète le différentiel de qualité.

Cette hypothèse de préférence pour la diversité mérite pourtant discussion, et l'on a pu observer que la diversité de l'offre peut générer paradoxalement la réduction de la diversité de la demande³. L'observation des achats de disques est très éclairante. Deux économistes américains montrent, à partir des ventes de disques de variétés entre 1958 et 1989 aux États-Unis, l'extraordinaire concentration sur quelques titres stars. Comment le comprendre? Les chercheurs démontrent que la probabilité qu'un consommateur achète un disque est fonction du nombre des consommateurs qui ont déjà acheté ce disque, et que la probabilité qu'un consommateur achète un disque sans tenir compte du choix des autres est quasi nulle. L'infinie diversité de l'offre produirait ainsi un réflexe de méfiance du consommateur, conduisant à la sélection de quelques points focaux. Une des questions essentielles est alors celle de la préservation de la diversité de l'offre, quel que soit le comportement du consommateur, qu'il soit plutôt sensible à la diversité ou avers au risque. On peut tenter d'y répondre de deux façons: en se demandant si la diversité des structures est une condition de la diversité des produits, et en tentant d'apprécier la relation entre degré de concentration industrielle et diversité. Le premier point mobilise le discours politique mais a suscité fort peu d'études, à quelques exceptions près: dans un rapport sur le cinéma⁴ Jean-Jacques Leclerc affirme, sans vraiment le démontrer, que la variété des structures et des dépendances capitalistiques est indispen-

2. K. LANCASTER, *Variety, Equity and Efficiency*, Basil Blackwell, Oxford, 1979, et A. DIXIT & J. STIGLITZ, « Monopolistic Competition and Optimum Product Diversity », *American Economic Review*, vol. 67, n° 3, 1977, p. 297-308.

3. Sur cette question voir F. BENHAMOU, *L'économie du Starsystem*, Odile Jacob, 2002, et F. BENHAMOU, « La rentrée littéraire joue les vedettes », *Libération* du 11 septembre 2002.

4. J.-P. LECLERC, *Réflexions sur le dispositif français de soutien à la production cinématographique*, Centre national de la cinématographie, janvier 2003.

sable à la liberté éditoriale des auteurs et réalisateurs et à la variété de leurs créations. Quant au second point, il faut reconnaître qu'il a surtout fait l'objet d'une hypothèse de principe sur la propension supérieure de la petite structure à soutenir des propositions artistiques risquées.

L'hypothèse d'une menace pour la diversité a conduit à des réglementations *ad hoc* dans les secteurs des médias. C'est ainsi que la réglementation qui impose aux chaînes de télévision des investissements dans l'industrie du cinéma et dans l'industrie de programmes requiert qu'une large part de ces dépenses se fasse en faveur de la production indépendante. Dans le même esprit, une même personne physique ou morale ne peut détenir plus de 49 % du capital ou des droits de vote d'une société titulaire d'une chaîne de télévision hertzienne dont l'audience moyenne annuelle dépasse 2,5 % de l'audience totale; la part maximale du capital qui peut être détenue par des actionnaires non-européens s'élève à 20 %. Plus généralement, les autorités de la concurrence ont arrêté certaines opérations de concentration (telles les fusions EMI-Warner ou VUP-Lagardère) sur la base de l'argument de la préservation de la diversité. Il est vrai qu'elles en ont autorisé nombre d'autres, dans un contexte de course à la grande taille très poussée au sein des groupes multimédias, une course si folle qu'elle conduisit le magazine américain *Variety* à consacrer un numéro spécial à la *merger mania* des années 1990.

S'il est vrai que la *merger mania* fut largement partagée par toutes sortes de secteurs d'activité, les industries culturelles en furent des actrices zélées. Par un double mouvement de concentration, horizontal et vertical, les groupes se sont renforcés sur tous les types de supports, livres, disques, cinéma, presse, télévision et Internet, mais aussi réseaux de distribution et produits de loisirs, depuis l'organisation d'événements sportifs jusqu'à la gestion de salles de spectacles ou de parcs d'attraction. On connaît le devenir bien incertain de ces concentrations, souvent bouclées dans l'enthousiasme des mouvements spéculatifs et revues quelques temps plus tard. Un des épisodes les plus douloureux en France fut, en juillet 2002, celui où le président de Vivendi Universal décida la vente de son pôle édition afin d'éponger une partie des dettes du groupe (23 milliards d'euros), déséquilibrant la structure du secteur, composée jusque-là d'un puissant duopole et d'une frange instable de maisons moyennes et petites. Depuis lors, et malgré le refus de la fusion par les autorités de Bruxelles, le premier groupe éditorial français, Hachette, pèse bien plus lourd que le second pôle du duopole. De même, on assista en deux années à un retournement spectaculaire du rapport de forces qui avait permis à AOL de prendre le pouvoir sur

Cette hypothèse de préférence pour la diversité mérite pourtant discussion, et l'on a pu observer que la diversité de l'offre peut générer paradoxalement la réduction de la diversité de la demande.

Warner en 2000: le groupe issu de la fusion avait été baptisé AOL-Time Warner, avant que l'échec de la fusion et les pertes colossales du groupe ne conduisent, en 2002, à l'éviction du président venu de AOL, et à un retour au nom initial: Time Warner! La symbolique reflétait ainsi l'éclatement de la bulle spéculative sur les valeurs Internet et la faiblesse stratégique des promoteurs de l'opération, trop pressés de mettre en œuvre une convergence entre supports et « tuyaux », qui requérait sans doute plus de temps et moins de surenchères.

De façon plus générale, le très haut degré de concentration des industries culturelles⁵ se conjugue avec un mouvement permanent de création et de disparition d'entreprises indépendantes qui assument une large partie de l'innovation et de la prise de risque. Cette structure particulière⁶, caractéristique de ces industries, et dont la récurrence dans le temps comme dans l'espace ne doit rien au hasard, est considérée comme une condition de la diversité de l'offre. Sans doute, pour être plus précis, faudrait-il écrire qu'elle est une condition de la diversité des produits. En effet, l'offre – celle qui parvient au consommateur – est soumise au filtre de la distribution, et c'est à ce stade que se joue la diversité des choix possibles, ce que les Américains appellent le *menu of choice*. Or, la concentration de la distribution est partout croissante: non seulement la grande taille permet des économies d'échelle significatives, mais une grande part des profits des structures intégrées verticalement se joue à ce stade de l'activité. C'est à ce niveau que les indépendants rencontrent les obstacles les plus forts: rien ne sert de produire et d'éditer un livre, un disque, un film, si sa distribution est si mal assurée qu'à peine sorti il est retiré des rayonnages ou des salles pour cause d'audimat récalcitrant (ou tout simplement non informé). En d'autres termes, la diversité des structures de distribution est une autre condition nécessaire de la diversité des produits. Mais elle n'y suffit pas. Divers autres facteurs se conjuguent qui contribuent à la diversité, depuis toutes les formes de soutien public ou privé à la création, jusqu'à la capacité de rémunérer la prise de risque, dont une forme centrale, mais non exclusive, est le droit de la propriété intellectuelle.

● Les dilemmes de la diversité

Un économiste américain, Tyler Cowen, toujours à la pointe du combat contre le protectionnisme culturel de la France, note dans son dernier ouvrage⁷ que le commerce culturel aide la création en élargissant la taille de son marché potentiel. Il permet dès lors d'échapper à la « tyrannie de la localisation ». Cowen plaide ainsi pour la globalisation, dont il reconnaît toutefois qu'elle favorise la diversité à l'intérieur des sociétés mais la réduit entre les sociétés. Cette réduction relève, selon lui, d'un processus de « destruction créatrice », concept schumpeterien dont il fait le titre de son ouvrage, donnant maints exemples de l'apparition de nouveaux genres synthétisant des arts traditionnels et des logiques industrielles. Le point de vue a le mérite de l'originalité et d'être un brin provocateur, mais on peut lui opposer la question de la nature de la création qui résulte de

5. Pour une analyse très fine du cas américain voir R. CAVES, « Organization of Arts and Entertainment Industries » in V. GINSBURGH & D. THROSBY, *Handbook of Economics of Art and Culture*, Princeton University Press, à paraître.

6. On qualifie ces structures d'oligopoles à frange concurrentielle.

7. T. COWEN, *Creative Destruction. How Globalization is Changing the World's Cultures*, Princeton University Press, 2002.

ces syncrétismes; si les cultures du Sud, parent pauvre des échanges culturels, sont admises au sein des cultures des pays les plus développés, c'est le plus souvent à la condition d'un formatage imposé par les industries culturelles. Le phénomène prend toute sa mesure dans le secteur musical; le processus de standardisation affaiblit le contenu identitaire des productions et la diversité est pour partie de façade.

Une question demeure ouverte, en amont de ces réflexions, celle des préférences collectives. Comment peut-on justifier la supériorité de ce qui offre le plus de diversité? L'analyse montre que cette supériorité peut être mise en défaut. On n'insistera pas ici sur l'invasion, à chaque rentrée littéraire, d'une telle quantité de titres nouveaux que la quasi totalité est condamnée à disparaître, quelle qu'en soit la qualité. Pour rester sur l'exemple du livre, il faut rappeler que la loi sur le prix du livre, qui interdit le discount au-delà de 5 %, peut être ainsi interprétée: en empêchant de réduire le prix du *best seller* afin de préserver la variété des circuits de distribution et la diversité de l'offre, elle conduit à ce que le lecteur populaire subventionne le lecteur de livres difficiles. Elle relève d'un arbitrage prix-diversité en faveur de la diversité, au détriment du prix et en défaveur du lecteur de livres « faciles ».

Certains économistes transposent les acquis de la biologie afin de démontrer qu'un système présentant un degré plus élevé de diversité est plus robuste aux changements de son environnement. Mais cet appel à la biologie⁸ ne peut manquer de susciter un malaise, dans la mesure où il peut avoir partie liée avec des présupposés de liens entre caractéristiques naturelles, y compris celles qui seraient intrinsèques aux individus, et production culturelle⁹. Cela étant, l'analogie peut mener au constat de l'amenuisement de la diversité biologique quand on la laisse livrée à elle-même; même en ce domaine la main bien visible de l'homme doit intervenir afin de préserver la diversité. En matière culturelle, et en l'absence de résultats robustes, on peut penser que la diversité est mieux préservée lorsque l'échange n'est pas trop inégal et que des conditions saines de compétition sont remplies. De ce point de vue, l'action réglementaire ou d'accompagnement des pouvoirs publics se justifie pleinement.

● Du quota à la diversité.

Changement de moyens ou changement de paradigme ?

Le quota est pensé comme un des moyens les plus efficaces de préserver de la globalisation. Les arguments en faveur des quotas de diffusion ne manquent pas: protection des industries naissantes ou des industries de prototype, érection de barrières à l'arrivée de produits déjà amor-

Si les cultures du Sud, parent pauvre des échanges culturels, sont admises au sein des cultures des pays les plus développés, c'est le plus souvent à la condition d'un formatage imposé par les industries culturelles.

8. Voir notamment D. THROSBY, Conférence sur la diversité culturelle, université de Paris 1-Panthéon Sorbonne, 26 mai 2004, et F. MOREAU et S. PELTIER, « Cultural Diversity in the Movie Industry: a Cross-National Study », *The Journal of Media Economics*, vol. 17, n° 2, 2004, p. 123-143.

9. Dans une conférence sur la question de la qualité des biens culturels (Chicago, 2004), l'économiste V. GINSBURGH construit ainsi des correspondances entre diversité biologique et productions culturelles (« Languages, Genes and Cultures. Three Case Studies », *Journal of Cultural Economics*, à paraître).

10. Voir par exemple I. GRILIO et J.-F. THISSE, « Engouement collectif et concurrence », *Revue économique*, vol. 50, n° 3, mai 1999, p. 593-600.

11. Source : SNEP.

tis sur le vaste territoire américain, protection de productions locales socialement désirées mais non rentables, mais il est très malaisé d'apprécier l'effet du quota sur la diversité. Si certains auteurs voient dans les quotas le plus sûr moyen d'assurer la diversité de la demande¹⁰, l'exemple de la simultanéité de la réduction de la diversité dans les *play lists* à la radio et de l'application de quotas de chansons françaises laisse perplexe. L'application de quotas d'œuvres françaises par les radios généralistes (40 % au moins de la programmation musicale, dont 20 % de nouveaux talents), semble avoir engendré une remontée de la part de la variété française et des investissements en faveur de productions françaises : la part de la chanson française dans les ventes de disques est passée de 44,7 % en 1993 à 58 % en 2001. En 2002, toutefois, le mouvement se tasse : la part des disques français passe à 48,5 % pour les singles et 53 % pour les albums. Dans le même temps, moins de 3 % des titres réalisent plus de 75 % de l'ensemble de la programmation de l'ensemble des radios¹¹.

Il est indéniable, en revanche, que le glissement de l'exception vers la diversité contient implicitement, non pas un renoncement au protectionnisme, mais un souci de repenser la politique culturelle en affichant que les enjeux ne sauraient se focaliser dans la seule et trop simple opposition entre produits culturels américains et européens. En cela, il y a vraiment changement de stratégie, et peut-être de paradigme ; mais le flou des objectifs et la faiblesse des moyens imposent de reconnaître qu'un slogan aussi attrape-tout ne suffit pas à donner un contenu programmatique à la politique culturelle. La diversité reste à penser, et le concept, rassembleur en apparence, cache bien des zones d'incertitude. ●