

POURQUOI LES MESSAGES DES ÉCONOMISTES NE PASSENT-ILS PAS ?

Intervention au congrès 2006
de l'Association des économistes québécois
Montréal, 5 mai 2006

Pierre Fortin
UQAM et Groupe d'analyse

Commençons par un contre-exemple. Un message économique fondamental du *Manifeste pour un Québec lucide* rendu public en octobre 2004 a été que le vieillissement de la population – beaucoup plus d'aînés, beaucoup moins de jeunes – aura des conséquences majeures pour l'économie et les finances publiques et, plus généralement, pour le bien-être des générations futures, et que rembourser la dette permettrait d'attaquer ce problème avec succès. Or, contrairement au pessimisme sous-jacent à la question posée en titre, les sondages d'opinion récents démontrent que ce message économique a été compris et entériné par la population québécoise. Le remboursement de la dette fait maintenant partie de ses priorités exprimées. Le ministre des Finances du Québec l'a d'ailleurs reconnu en lançant un Fonds des générations dans son budget d'avril dernier. Il reste évidemment à mettre de l'argent dedans, mais, au moins, l'institution a été créée, le premier pas a été franchi.

Mais il demeure vrai que, bien souvent, les messages des économistes ne passent pas, et il est légitime de se demander pourquoi. Il y a trois réponses à cette question. Premièrement, c'est que nous ne parlons pas. Deuxièmement, quand nous parlons, on ne nous comprend pas. Et troisièmement, quand on nous comprend, on n'aime pas ce que nous disons. Je reprends ces trois réponses une à une.

Nous ne parlons pas

La première est que, Canadiens ou Québécois, les économistes ne parlent pas beaucoup. Comme dirait Jean Perron, l'ancien entraîneur-chef du Canadien, ceux qui parlent, on peut les compter «sur le dos de la main». Les chercheurs universitaires en économie sont des scientifiques formés à une discipline où l'usage des mathématiques est devenu absolument dominant au niveau de la maîtrise et du doctorat depuis les années 1960, et où l'*homo oeconomicus* est purement un maximisateur de l'utilité tirée de sa richesse personnelle. L'«homme unidimensionnel» de Marcuse n'est pas loin. L'un des meilleurs théoriciens québécois contemporains, Michel Truchon, de l'Université Laval, a d'ailleurs déjà affirmé que, dans un sens, «l'économie est une application particulière de la théorie mathématique de l'optimisation sous contrainte.» Dans la formation des chercheurs, aucune attention n'est accordée à la psychologie ou à la sociologie du comportement économique, même si les plus grands économistes des deux derniers siècles – Mill, Pareto et Keynes – ont beaucoup insisté sur ces questions. Il y a une dizaine d'années, dans le *Journal of Economic Perspectives*, Dave Colander, de Dartmouth College, a interrogé un échantillon d'étudiants au doctorat de grandes universités américaines sur les dix facteurs qui pouvaient le plus contribuer à leur succès

scolaire: la compétence en maths est arrivée en première place; la connaissance des faits économiques, en dixième et dernière place. Donc, formation à base mathématique très prononcée, négligence totale des autres disciplines des sciences humaines, et ignorance crasse des faits économiques. Ça prépare mal à parler et à intervenir intelligemment en public.

Une fois intégré dans l'enseignement universitaire, le chercheur n'est guère plus incité à faire avancer sa connaissance de l'économie canadienne ou québécoise. La reconnaissance scientifique et les promotions viennent presque exclusivement des publications arbitrées dans les revues scientifiques internationales. Or, la plupart de ces revues ne s'intéressent guère aux études qui portent sur l'économie canadienne. Les chercheurs comprennent donc assez vite que les études canadiennes, et a fortiori québécoises, sont une perte de temps du point de vue de l'avancement de leur carrière.

Il y a quelques années, j'ai examiné en détail, dans le *Canadian Journal of Economics*, l'orientation des recherches des économistes universitaires canadiens. Deux résultats très clairs en sont ressortis. Premièrement, avec le temps, leur activité s'est progressivement déplacée de la recherche appliquée vers la recherche théorique. Deuxièmement, ce qu'il reste de recherche appliquée est de moins en moins canadien et de plus en plus étranger. C'est notamment le cas en macroéconomie, où la simulation calibrée de modèles d'équilibre général dynamiques stochastiques à laquelle s'adonnent plusieurs collègues s'effectue habituellement avec des données américaines. Il n'y a pas grand différence entre ce que ces macroéconomistes font à l'UQAM et ce qu'ils feraient au Claremont-McKenna College à Los Angeles. Ces deux résultats – de plus en plus de recherche théorique et de plus en plus de recherche appliquée à des données étrangères – résultent sans doute en partie d'une progression réelle et souhaitable de nos chercheurs vers la maturité scientifique internationale. Mais il est clair que cela découle aussi de la forte incitation des chercheurs à publier dans des revues étrangères, dont l'intérêt pour les résultats canadiens est au pire inexistant et au mieux minuscule, s'ils veulent obtenir la reconnaissance et les promotions tant désirées. On considère souvent, parmi des collègues, que les chercheurs qui consacrent une bonne partie de leur activité aux études canadiennes ou québécoises perdent tout simplement leur temps. S'ils sont jeunes, ils compromettent leur carrière; s'ils sont plus vieux, c'est la preuve qu'ils sont passés date.

Bien sûr, ce que je viens de décrire est une caricature de la réalité. Il y a des exceptions à la règle. Il y a des économistes universitaires très solides qui parviennent à mener de front une carrière scientifique de calibre international fructueuse et à consacrer du temps aux études canadiennes ou québécoises. Mais, justement, ils sont d'autant plus remarquables qu'ils ont caractère d'exceptions. La situation est évidemment un peu moins décourageante aux États-Unis, où les revues scientifiques acceptent, comme de raison, de publier les travaux d'économie appliqués à l'économie américaine. La connaissance que les économistes américains ont de l'économie américaine est bien meilleure que la connaissance que les économistes canadiens ont de l'économie canadienne et les économistes américains sont plus nombreux à parler avec compétence en public de l'économie de leur pays. Cette situation est renforcée par les institutions et la tradition américaines, qui encouragent beaucoup plus qu'au Canada les allers-retours

entre l'université, le gouvernement et le secteur privé. Les Galbraith, Okun, Tobin, Solow et Heller, autrefois, et les Stiglitz, Fischer, Summers, Yellen, Blinder, Sachs, Krugman, Mankiw et Bernanke, aujourd'hui, sont tous l'objet d'admiration dans leur pays pour le temps qu'ils ont passé dans le service public. Évidemment, les Américains sont dix fois plus nombreux que nous, mais, même proportionnellement, nous ne faisons pas le poids.

Une règle fondamentale pour qu'un message passe est qu'il soit répété cent fois. Bien évidemment, il est difficile de répéter ce qui n'a pas été dit même une seule fois.

On ne nous comprend pas

Bref, les économistes universitaires canadiens ou québécois ne parlent pas ou ne parlent pas beaucoup. La deuxième réponse à la question posée en titre est que, quand ils parlent, on a de la misère à comprendre ce qu'ils disent. Il suffit d'avoir été directeur ou rédacteur d'une revue scientifique pendant quelque temps pour se rendre compte que les chercheurs universitaires en économie qui écrivent bien ne sont pas nombreux. Ce qui est vrai pour la langue employée dans les revues scientifiques l'est encore plus pour celle qui est utilisée dans les médias.

Il y a deux problèmes. Le premier est que ceux qui s'essaient dans les médias ont de la difficulté à quitter le jargon scientifique et à employer un langage simple et accessible au grand public, même scolarisé. Ils font un peu «professeur Tournesol». Hier, dans *La Presse*, je lisais que le collègue Marcel Boyer, de l'Université de Montréal, avait dit la veille que l'électricité ne se vendait pas assez cher au Québec parce que son «coût d'opportunité» était beaucoup plus élevé que 5 cents le kWh. Je peux vous mettre 100 \$ qu'aucun lecteur de *La Presse* n'a compris ce qu'est un «coût d'opportunité». (En passant, je n'ai rien contre Marcel, au contraire. C'est l'un des rares économistes québécois de réputation à s'impliquer dans les débats publics, et il avait dans ce cas peut-être même pris la peine d'expliquer simplement à son auditoire ce que voulait dire cette expression.) Ce problème n'est évidemment pas propre aux économistes; il touche les chercheurs de toutes les disciplines scientifiques.

Le second problème est que, même lorsqu'ils sont clairement et simplement exprimés, nos messages sont la plupart du temps de type analytique et déductif, alors que le public pense et réagit avec son expérience immédiate, son intuition, son idéologie, ses émotions. La polarité n'est pas la même pour le récepteur que pour l'émetteur. Celui-ci emploie le lobe droit de son cerveau, le lobe cognitif; celui-là absorbe le message avec son lobe gauche, le lobe émotionnel. Pour aller chercher le public, il faut partir de son expérience et de sa perception immédiates pour l'amener au sujet. Il faut lui parler avec le coeur, pas seulement la raison. Il faut lui donner des exemples qu'il comprend et qui vont le faire rire et le faire pleurer. Et cela peut être fait sans mettre en péril l'authenticité du message qu'on veut passer.

On n'aime pas ce que nous disons

La troisième raison qui explique que les messages des économistes ne passent pas est que, même lorsqu'on nous comprend parfaitement, on n'aime pas du tout ce que nous disons. Il y a trois choses à dire là-dessus. Premièrement, lorsque les médias nous interrogent, c'est très souvent pour tenter de comprendre une évolution malheureuse dans l'économie: le prix de l'essence a grimpé à 1,50 \$, les taux d'intérêt ont encore augmenté, 40% des travailleurs gagnent moins de 20 000 \$, 600 travailleurs du vêtement perdent leur emploi à Huntingdon, Lebel-sur-Quévillon va fermer, le projet de la Gaspésie a foiré, les tarifs d'Hydro-Québec vont grimper de 5,3%, etc. Ça fait mal partir l'interview. Et plutôt que de manifester quelque empathie pour les personnes en difficulté, notre discours se limite souvent à expliquer ces occurrences malheureuses, voire à les justifier. La science économique fait vraiment figure, dans ces circonstances, de «science lugubre» ou, comme le disent les Anglais, de «dismal science». Alors, on n'aime pas.

Deuxièmement, notre incompetence en psychologie et en sociologie des perceptions et du comportement économique nous joue de mauvais tours. Pareto, par exemple, a beaucoup insisté sur le fait que le bonheur des gens ne dépend pas seulement de ce qu'ils ont, mais aussi, dans une très large mesure, de ce qu'ils sont. Ainsi, toute intervention d'un économiste qui commence par attaquer l'identité canadienne ou québécoise, rurale ou urbaine, montréalaise ou régionale, etc., de ses interlocuteurs part perdante. Critiquer son propre pays ou sa propre province est absolument essentiel, mais c'est un genre extrêmement difficile à traiter, il faut y mettre toute la délicatesse et les nuances nécessaires. Alain Dubuc a compris cela, et c'est pourquoi le livre qu'il vient de publier, *Éloge de la richesse*, est promis à un bien meilleur avenir que ses attaques d'il y a quelques années contre le modèle québécois. Un autre exemple qui nous joue de mauvais tours est la difficulté que nous éprouvons à mesurer le bien-être autrement qu'à l'étalon de la richesse personnelle. Le bonheur d'une personne dépend bien sûr de sa richesse, mais beaucoup plus de sa position relative dans la hiérarchie des revenus que de son niveau absolu. C'est pourquoi, dans l'esprit de la plupart des gens, les considérations d'équité l'emportent sur tout le reste et la répartition de la richesse importe beaucoup plus que sa création. Il faut en prendre acte.

Troisièmement, les gens n'aiment pas ce que nous disons parce que nous ne répondons pas au genre de questions qui les intéressent. Notre discours analytique est souvent complexe et exige beaucoup d'attention de la part des gens. Mais c'est le matin, et ils sont pressés; ou c'est le soir, et ils recherchent la détente. Ils veulent comprendre vite, et cela n'est possible qu'en employant les raccourcis du cerveau émotionnel ou intuitif. Ils vérifient si la teneur du message correspond à leur idéologie acquise. À l'émission de la radio de Radio-Canada *Indicatif présent*, par exemple, l'animatrice Marie-France Bazzo n'arrête pas de demander à ses invités si leur message est de gauche ou de droite. Un autre exemple de raccourci idéologique est celui qui a tué le projet du CHUM à Outremont. L'opinion publique a conclu que ce devait être un mauvais projet, puisqu'il avait obtenu l'appui du financier Paul Desmarais. Les gens cherchent à comprendre ce que le messenger lui-même pourrait bien avoir en arrière de la tête, qui l'a payé pour dire ce qu'il dit, s'ils peuvent lui faire confiance. Ils veulent savoir qui sont les

«bons» et qui sont les «méchants». Ils sont plus intéressés à savoir qui sont les «crosseurs» qui sont responsables de l'explosion du prix de l'essence qu'à comprendre quels facteurs d'offre et de demande sous-jacents ont pu provoquer la hausse.

Et les «lucides» ?

Comme je l'ai noté au départ, le message des «lucides» a récemment connu un certain succès. Nous avons parlé, on nous a compris, et on a aimé l'idée de protéger les finances publiques de l'instabilité et les générations futures de la disette. Mais ce succès est encore loin d'être complet pour deux raisons. La première est que les sacrifices financiers que notre manifeste propose portent sur des objets futurs qui sont encore loin de la perception immédiate des gens. La plupart du temps, cela prend une crise pour amener la population à accepter un virage majeur. Les changements démographiques sont à venir et n'ont pas encore provoqué de crise. Alors, pourquoi s'en faire ?

La seconde raison est que la voie du remboursement de la dette, que ce soit avec des hausses majeures des tarifs d'électricité ou avec d'autres sources de fonds, est politiquement difficile à suivre. À part Winston Churchill en 1940, il n'y a pas beaucoup de politiciens dans le passé qui se sont fait élire en promettant une cuillerée d'huile de castor à leurs électeurs. Tout le monde veut le bien des générations futures, mais personne ne veut payer. Et si on ramasse un peu d'argent, il y a tellement de bonnes causes à financer à court terme plutôt que de favoriser un objectif à long terme comme le remboursement de la dette – comme dirait Marcel Boyer, il y a un coût d'opportunité ! C'est exactement le même problème que l'on retrouve dans le secteur forestier en région. Tout le monde veut préserver la forêt boréale, mais personne ne veut réduire les coupes forestières.

Mais le progrès est réel et nous allons continuer. La vérité ne peut faire son chemin que si elle est cent fois répétée.