

POURQUOI LES MESSAGES DES ÉCONOMISTES NE PASSENT-ILS PAS?

Dans toute statistique, l'inexactitude des nombres est compensée par la précision des décimales.

- Sondeur français dont le nom m'échappe -

INTRODUCTION

Contrairement aux personnes qui m'entourent, je ne suis pas économiste. Une bonne partie de mon travail se fait plutôt en relations publiques et en communications. C'est essentiellement donc de cette perspective que je vais tenter de répondre à la question qui nous mobilise ce matin.

Déformation professionnelle oblige, je commencerai mon intervention en citant des résultats de sondage ! Je sais que parler de sondage a déclenche souvent le même réflexe que le bouton « snooze » sur votre réveil, mais je promets d'être bref!

En février dernier, comme à chaque année, nous publions le palmarès des professions où les Canadiens expriment la confiance qu'ils ont à l'égard de différentes catégories de professionnels, du pompier au politicien. Cette année, sachant que je serais ici aujourd'hui, les économistes ont été ajoutés à la liste des professions testées. Voici quelques résultats pour des professions que j'ose comparer à la vôtre:

- les médecins : ils sont quatrièmes avec une note de 89%
- les ingénieurs : ils sont sixièmes avec une note de 88%
- les politiciens : ils sont derniers avec une note de 14%, tout juste derrière les vendeurs de voitures et les vendeurs d'assurances.
- les journalistes : ils sont hors du Top 20 avec une note de 49%

Selon vous, où se trouvent les économistes?

- à 62%, proches des journalistes qui sont 49% et, à mon grand désespoir, seulement 1% derrière les sondeurs!!!

Donc, la population jette un regard assez critique sur votre profession. Pourquoi ?

Mon humble contribution ce matin se résumera à cinq réponses que je voudrais apporter à cette question du manque de confiance à votre égard. Ces réponses sont toutes inter reliées.

1. ON CRAINT CE QU'ON NE CONNAÎT PAS

Le langage de l'économiste est souvent hermétique. Le sérieux que certains pourraient accorder à votre science quant elle s'exprime en concepts denses, en formules remplies de symboles bizarres et en un discours obscur, deviendra, aux yeux du public, source de méfiance.

Si je ne comprends pas ce que vous me dites, c'est que ce que vous dites n'a pas de bon sens. En psychologie, ceci est un concept tout simple. La position à adopter face à une situation qu'on ne comprend pas est « défensive », elle relève de la méfiance.

2. VICTIME D'UNE SCIENCE NORMATIVE

Le problème de la science économique réside aussi dans le fait qu'elle demeure une science normative. Le Québécois moyen ne remettra sans doute pas en question votre compétence à mesurer les phénomènes économiques. Nous n'avons pas à prendre la défense de l'empirisme.

C'est dans son contenu normatif que la science économique s'expose à se faire tirer des roches. Pourtant, la médecine est la science normative par excellence? Quelle est la différence?

3. LE REMÈDE EST POLITIQUE

À ma première, réponse vous pourriez objecter que le discours du médecin ou de l'ingénieur est aussi souvent obscur, remplies de formules bizarres et de mots qui sont payants au scrabble. Pourquoi

donc faisons-nous plus confiance à ceux-ci? Parce que le remède de l'économiste, contrairement aux deux autres catégories est POLITIQUE! Du moment que la solution de l'économiste est politique, elle devient automatiquement du domaine des intérêts. Du moment qu'elle est du domaine des intérêts, elle fait partie du processus politique avec tout ce qui s'en suit.

4. NOUS VIVONS DANS UNE ÈRE D'HYPER-RELATIVISME

Aux États-Unis, un Blanc ne peut s'exprimer sur l'histoire de l'Amérique PARCE QU'IL NE PEUT PAS LA COMPRENDRE, IL N'EST PAS NOIR. Je ne peux pas parler du sort de la femme pour les mêmes raisons, etc. Les postmodernes en sciences sociales et dans les arts ont transmis cette maladie contagieuse de l'hyper-relativisme à tant d'autres.

Dans le discours politique d'aujourd'hui, ceci veut dire que tout ce qu'on exprime est NATURELLEMENT, MAIS AUSSI, NÉCESSAIREMENT motivé par notre position dans la structure sociale. Donc, votre propos est basé sur le fait que vous faites partie de l'élite dont les revenus moyens sont supérieurs à la moyenne et que vous UTILISEZ LA SCIENCE afin de faire avancer vos intérêts particuliers. Dans le cas où un économiste prendrait la position du gagne-petit (on a tout de suite un cas qui nous vient à l'esprit) et bien les tenants de l'hyper-relativisme vous diraient qu'il le fait pour des intérêts particuliers aussi, pour attirer les « kodaks » et l'attention, pour mousser sa popularité personnelle, etc.

5. LE PIÈGE DU « DANS VINGT ANS »

Si la science économique se heurte aux jeux des intérêts, parler du long terme cadre mal dans ce jeu. La population accepte mal de devoir se serrer la ceinture aujourd'hui pour s'assurer de ne pas être confrontée à une situation de « dans vingt ans ». Si l'intérêt du politicien est de se faire réélire dans quatre ans, le « dans vingt ans » ne représente pas une motivation. Si l'électeur veut être heureux aujourd'hui, le « dans vingt ans » prend très peu de place. Dans le jeu des intérêts, le transfert intergénérationnel de la dette prend

tout son sens. L'héritier du problème était celui qui ne pouvait pas défendre ses intérêts car il n'était pas né.

Dans ce cadre, l'économiste qui voudra défendre qu'il faut se faire mal aujourd'hui pour se faire du bien dans vingt ans est voué à l'échec.

LES SOLUTIONS

Pour moi, il existe trois pistes de solutions :

- a) L'approche multidisciplinaire. Les individus sont plus disposés à écouter une thèse si elle vient de multiples sources. Si la science économique peut trouver un moyen d'intégrer d'autres voix venant d'autres disciplines, elle gagnera en crédibilité.
- b) La vulgarisation. Sans tomber dans un excès d'exemples réducteurs, il est certainement possible de vulgariser certains concepts clés de votre discipline. L'économiste doit se rappeler que son auditoire n'est pas un autre économiste, mais bien Joe Public. Un discours hermétique créera la chaîne de réactions dont nous parlions tout à l'heure.
- c) La visibilité. Les médias ont un pouvoir important. Vous pouvez en profiter en y étant plus présents ou en subir les conséquences en les fuyant. Contrairement à ce qu'on peut croire, une plus grande visibilité de votre discipline ne peut être que bénéfique.