

LA CONTROVERSE MÉDIATIQUE SUR LE DÉCLIN ÉCONOMIQUE DE LA FRANCE

À l'été 2003, la revue *Commentaire* publie « Le déclin français ? »¹, un article de Nicolas Baverez, historien et économiste (mais aussi avocat et éditorialiste au *Point* et du *Monde*). L'article reprend les thèses d'un livre *La France qui tombe* qui sort peu après, et qui fera un malheur de librairie.² Modèle du genre « essai économique » qui façonne les débats³, le livre de Nicolas Baverez déclenche une controverse immédiate qui dure encore aujourd'hui. Qualifié de « décliniste » et de « déclinologue » par ses détracteurs, Nicolas Baverez incarne une conception pessimiste de l'économie française.⁴

On s'attachera à montrer ici que la controverse médiatique sur le déclin économique, renvoie à toutes sortes de vérités... et à leur contraire. En particulier, ni l'histoire économique, ni les données quantitatives, ni la comparaison internationale, trois grandes ressources mobilisées dans *La France qui tombe*, ne permettent d'établir la vérité sur le déclin une bonne fois pour toute. Cela invite à relativiser, du moins est-ce ce à quoi nous nous limiterons ici, l'apparente neutralité des discours sur le déclin économique, quels qu'ils soient, en révélant, de manière descriptive, la multiplicité des histoires ou des récits (*stories*) autour du déclin.⁵ Cela invite aussi à prendre acte de la pertinence de l'analyse du discours économique dans le champ des Sciences de l'information et de la communication pour aborder tout à la fois la création du sens, la prescription de l'action et les représentations à l'œuvre dans la sphère économique.⁶

A. L'histoire économique de la France, entre instabilité chronique et gestion des contradictions

La France qui tombe est une réflexion sur une situation contemporaine qui utilise l'histoire, l'économie et le genre de l'essai dans un but pragmatique : susciter le changement. Il s'y déploie, sous la plume d'un auteur habité d'une apparente mission patriotique, une évaluation négative de la situation économique où s'entremêlent la description et la prescription dans la perspective d'une action ayant pour but de mettre fin

à la situation décriée. « *Je ne suis ni un prophète ni un pessimiste, mais tout à l'inverse, un analyste et un optimiste, s'est ainsi expliqué Nicolas Baverez. Je fais un pari sur l'intelligence des Français, sur leur énergie, et leur imagination pour comprendre les causes réelles des difficultés présentes, sur leur patriotisme et leur capacité à transcender les intérêts corporatistes pour relever leur pays. Il ne s'agit donc pas de se lamenter mais d'agir, afin de reconstruire la puissance de la France dans l'univers du XXI^e siècle.* »⁷ Alliant l'analyse et la politique économiques, Nicolas Baverez a aussi pour ambition d'inscrire le constat du déclin dans la durée plutôt que dans l'instant présent.⁸ Aussi convoque-t-il l'histoire, en particulier l'histoire économique, pour appuyer sa thèse. Or en exposant sa vérité historique sur le déclin, c'est la réactivation des controverses historiographiques sur le déclin qui s'enclenche.

Le point de départ fait consensus en histoire de l'économie : sur la longue durée, l'économie française alterne les périodes d'expansion et de crise. Toutefois, chez Baverez, l'alternance est interprétée de manière exclusivement négative. Assimilée à une « *instabilité chronique* » à laquelle est associé « *un profond conservatisme* », « *une extrême difficulté à s'adapter aux grandes transformations* » (p. 11), l'économie française est en l'espace de quelques pages et au gré des périodes historiques affublée d'une série de stigmates : « *refus d'adapter des structures obsolètes* », « *immobilisme du monde rural* », « *balkanisation du tissu industriel* », « *multiplication des obstacles à la création de grandes entreprises* » (p. 12), etc. De la fin du XIX^e siècle à nos jours, et en quelques pages, Nicolas Baverez dépeint un pays qui a manqué le coche de la deuxième révolution industrielle avant de sombrer dans la crise ; qui a refusé, malgré son dynamisme scientifique et technologique, d'adapter ses structures attaquées par l'immobilisme du monde rural ; qui a favorisé l'artisanat et le commerce au détriment de la grande industrie ; qui s'est coupé de l'ouverture économique et qui a ralenti le progrès de la technique et de la productivité par malthusianisme ; qui hait la ville, l'industrie, le capitalisme et l'étranger ; qui est le dernier pays à avoir surmonté la crise des années 1930, comme aujourd'hui celle des années 1970 et de l'après-guerre froide.

Or des historiens de l'économie dits « révisionnistes » ont pris en grippe depuis les années 1960 de telles litanies, se demandant au bout du compte « *comment diantre la croissance française a bien pu se déployer depuis deux bons siècles* » ?⁹ L'un d'eux, titulaire de la chaire d'Histoire économique et sociale en Sorbonne, monte au créneau et publie notamment *La guerre des deux France, celle qui avance et celle qui freine* (2004)¹⁰. Jacques Marseille contre-attaque ainsi : « *Si les premières Trente Glorieuses ont permis, entre 1945 et 1973, un triplement du niveau de vie des Français, les nouvelles Trente Glorieuses ont aussi pavé la voie à une augmentation du pouvoir d'achat de plus de 50 % ! À l'encontre des idées reçues et des lamentations convenues, j'ai voulu d'abord montrer que le "progrès" a été aussi vif pendant les années dites "de crise" que pendant les Trente Glorieuses. Contrairement à un mythe tenace, les Français se sont autant, voire plus, enrichis de 1973 à nos jours que de 1945 à 1973.* »¹¹ Dans l'esprit de la tendance révisionniste en histoire économique, Jacques Marseille prend en compte à la fois l'existence d'une partie qui avance et d'une partie qui freine, et renvoie à une conception de la croissance qui conjugue à la fois les dynamismes et les blocages. Cela procède de la « *gestion des contradictions* », surenchérit Jean Bouvier, en ajoutant qu'il s'agit d'un « *art où la France n'est pas plus mal placée en moyenne et longue durée* ». ¹²

B. Des chiffres pour ou contre le déclin ?

Outre les controverses liées aux interprétations historiques, la réalité même du déclin cristallise une partie des débats et prend la forme d'une opposition centrée sur les statistiques. Nicolas Baverez oppose souvent la « réalité » de son constat à la « chimère idéologique »¹³ et revendique la nécessité de « partir de la vérité », de « faire la vérité sur la situation réelle »¹⁴ en conférant aux chiffres le pouvoir de représentation du réel. Aussi, la preuve de la chute advient-elle par le moyen de pages entières de statistiques et d'un usage intensif des classements internationaux, comme l'illustre l'exemple suivant : « *Au plan économique, le décrochage est en passe de se muer en déclassement hors du groupe de tête des pays développés. (...) Il s'inscrit dans un mouvement long de dégradation des performances économiques françaises dont le sens et l'ampleur sont discutables. Ainsi, le PIB de la France qui était de 25 % supérieur à celui du Royaume-Uni dans les années 1970 est désormais inférieur de 9 % (1 520 milliards d'euros contre 1659 en 2002). La France se classe en 2001 au 10^e rang de l'Union, au 19^e rang de l'OCDE pour le PIB par habitant (24 000 euros contre 48 100 euros pour le Luxembourg, premier), au 17^e rang du PNUD pour le développement humain (alors qu'elle occupait la deuxième place au début des années 1990). La croissance moyenne depuis 1990 ressortit à 1,8 %, soit le 25^e rang sur les trente pays que compte l'OCDE dont l'activité a progressé de 2,8 % en moyenne.* » (pp. 69-70)

Le recours aux statistiques ne pose pas problème... à ceci près que les chiffres sont un instrument dont savent disposer les opposants à la thèse du déclin. Ainsi peut-on inverser le regard, tel cet article beaucoup plus nuancé qui commence par un bilan statistique positif : « *Quel est encore le poids de la France sur la scène internationale ? Quatrième ou cinquième puissance économique mondiale depuis des années qu'elle est au coude à coude avec le Royaume-Uni, la France se place derrière les États-Unis, le Japon et l'Allemagne en termes de produits intérieur brut, voisin de 1 500 milliards de dollars. Quatrième exportateur mondial derrière les trois mêmes pays (historiquement les États-Unis, l'Allemagne, et le Japon, encore que la patrie de Gerhard Schröder se soit hissée cette année, au premier rang mondial des exportateurs), l'Hexagone détient un peu plus de 5 % du marché mondial de produits agricoles. Première place financière d'Europe continentale et cinquième mondiale (derrière Wall Street, Tokyo, le Nasdaq et la Bourse de Londres, Paris est aussi le 4^e investisseur à l'étranger (derrière l'Allemagne, les États-Unis et le Royaume-Uni). Un rang honorable pour un pays qui demeure la première destination touristique mondiale (devant l'Espagne, les États-Unis, l'Italie et la Chine) avec près de 80 millions de visiteurs chaque année.* »¹⁵ On peut aller de même contre de la thèse du déclin, tel l'économiste Daniel Cohen qui cite les statistiques du Conseil d'analyse économique : « *Baverez prend la perte d'attractivité du territoire pour l'un des signes patents du déclin français, déplorant que les effectifs de l'emploi industriel soient passés de 5,6 à 3,9 millions depuis 1975, "en raison des délocalisations en Asie", ajoutant que d'autres menaces se profilent du fait que "le rapport du coût du travail est de 1 à 2 avec la Pologne et de 1 à 7 ou à 8 avec la Roumanie et la Bulgarie."* Un rapport récent du Conseil d'analyse économique (CAE), intitulé "Compétitivité", rédigé par Michèle Debonneuil et Lionel Fontagné, met pourtant en garde contre les jugements trop hâtifs en ce domaine. Si l'on juge un arbre à ses fruits tout d'abord, l'attractivité du territoire français ne pose guère de problèmes. La France est en excellente position en termes d'accueil des investissements internationaux. Elle a reçu 60 milliards d'euros d'investissements directs en 2001, presque deux fois plus que l'Allemagne. Le rapport du CAE ajoute que la compétitivité coût de la France est excellente, s'améliorant de près de

20 % au cours des vingt dernières années, les hauts salaires français étant compensés par une productivité meilleure. »¹⁶ En somme, l'évidence quantitative, qui n'existe sans doute pas ou alors qui demeure hautement problématique, sert aussi bien aux déclinophiles qu'aux déclinophobes.

C. La comparaison internationale n'est pas raison

Autre pilier de l'argumentaire des déclinologues : la comparaison internationale. On la trouve explicitement à l'œuvre sous une certaine forme (et sous une certaine forme seulement) avec les indicateurs et les classements internationaux. Leur usage, incontesté tant pour les partisans que les pourfendeurs du déclin, a une portée davantage politique que scientifique, car en dernière analyse l'enjeu consiste à qualifier une position de « bonne » ou « mauvaise »...¹⁷ En revanche, il existe une critique « épistémologique » de la comparaison qui oppose déclinophiles et déclinophobes et qui a trait plus particulièrement à la référence aux pays étrangers comme modèles.

L'analyse déclinophile est en effet associée à l'idée nécessaire d'une convergence des économies nationales. « *La France se trouve engagée depuis les années 1980 dans une phase de déclin, écrit encore Nicolas Baverez, en raison de son incapacité à se moderniser pour prendre en compte la nouvelle donne issue de l'après-guerre froide et du surgissement du terrorisme de masse, de la mondialisation, de la révolution des technologies de l'information et des sciences du vivant, de l'avènement d'une société des risques.* » Dans l'analyse de la crise du capitalisme qui s'entremêle à celle de la crise politique de l'après-11 septembre, l'auteur évoque la « *violente divergence du système mondial* » associée à une « *géopolitique du chaos* » (p. 41) et procède à la stigmatisation de la situation de la France par contraste avec les États-Unis : « *Aux antipodes des États-Unis qui ont redéfini de fond en comble les orientations et plus encore les principes de leur politique intérieure et extérieure, en appliquant systématiquement l'impératif de la réponse en temps réel et de la flexibilité, la France a choisi d'ignorer la grande transformation du XXI^e siècle, en cultivant le statu quo et la rigidité.* » (p. 42)

Quelques acteurs de la controverse vont reprocher à l'analyse ce biais implicite du *one best way*. Deux exemples, pris dans le malstrom journalistique qui a suivi la publication de *La France qui tombe*. Le journaliste du *Nouvel observateur*, Laurent Joffrin, reproche ainsi à l'ouvrage d'être « *politiquement à sens unique* », de chercher à coller implicitement et le plus rapidement aux « *normes mondiales* » sans questionner si celles-ci sont « *souhaitables, acceptables, justes* » et de tenir pour un « *fait de nature* » la « *mondialisation libérale* ». ¹⁸ Dans le même esprit, Daniel Cohen, tout en affirmant ne pas avoir de sympathie pour l'idée de déclin, cite Montaigne et déplore encore dans l'analyse de Nicolas Baverez la pratique de la comparaison ayant lieu sur ce mode : « *L'économie, la maison, le cheval de mon voisin, en égale valeur, valent mieux que les miens, de ce qu'ils ne sont pas miens.* »¹⁹

D. Le discours économique comme objet scientifique

« L'activité économique, ainsi que l'a écrit Nicole d'Almeida, ne peut plus se faire, sans se dire, s'expliquer et se conter ». ²⁰ Corollairement, l'activité économique ne peut plus se comprendre ou s'étudier sans l'analyse des discours qui l'accompagnent. Une brève analyse de la controverse médiatique sur le déclin économique de la France s'inscrit dans ce courant général en s'attachant plus particulièrement à la dimension de la controverse. Cette dernière permet d'aborder l'économie non simplement en unité mais aussi en multiplicité telle qu'elle se pense, telle qu'elle se vit et telle qu'elle se fait réellement sans réifier le mythe de la rationalité économique. Elle montre ici, par un regard en surplomb, que ni l'histoire, ni les statistiques, ni la comparaison internationale n'épuisent en elles-mêmes la vérité sur le déclin.

Ce constat n'a pas pour intention d'invalider les discours sur le déclin économique de la France : l'analyse des discours économiques, du moins telle que nous la concevons, ne se constitue ni pour ni contre son objet mais bien à propos de celui-ci. ²¹ Elle participe à la dénaturalisation du déclin non seulement en tant que discours mais en dévoilant à travers lui les tensions, les représentations, les idéologies et les croyances qui lui sont constitutives. Cette dénaturalisation a porté ici exclusivement sur le contenu mais elle mériterait d'être étendue aux conditions de production, à la médiation et à la réception des divers discours économiques (scientifiques, médiatiques, organisationnels, institutionnels, experts, etc.), multiples donc et irréductibles les uns aux autres.

Notes

¹ Nicolas Baverez, « Le déclin français ? », *Commentaire*, n° 102, été 2003, pp. 299-315.

² Nicolas Baverez, *La France qui tombe*, Paris, Perrin, 134 p.

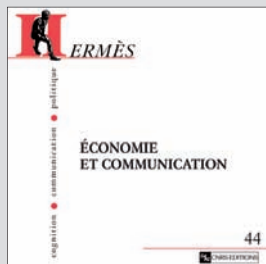
³ Sur les essais économiques, voir Frédéric Lebaron, *La croyance économique, Les économistes entre science et politique*, Paris, Seuil, coll. « Liber », 2000, pp. 169-173. Sur la définition du genre, cf. Dominique Maingueneau, « Les rapports des organisations internationales : un discours constituant ? », in Gilbert Rist, *Les Mots du pouvoir. Sens et non-sens de la rhétorique internationale*, Paris, Presses universitaires de France, 2002, pp. 119-132.

⁴ D'autant qu'après avoir publié *Les trente piteuses* en 1995, Nicolas Baverez a publié *Nouveau monde, vieille France* en janvier 2006. À l'occasion de ses vœux à la presse durant cette période, le Premier ministre Dominique de Villepin a ironisé sur les « déclinologues » stigmatisant leur pessimisme et appelant au contraire à une « positive attitude ».

⁵ Sur l'économie comme lieu de récits, voir Nicole d'Almeida, *Les promesses de la communication*, Paris, Presses universitaires de France, 2002 ; Nicole d'Almeida, « Les organisations entre récits et médias », *Canadian Journal of Communication*, vol. 29, 2004, pp. 25-46 ; Deirdre N. McCloskey, *The Rhetoric of Economics*, Wisconsin, University of Wisconsin Press, 1998 (1985), 217 p.

⁶ Nicole d'Almeida, *Ibid.*, 2004, p. 28.

- ⁷ Nicolas Baverez, « Le vide politique ouvre un espace à la violence sociale », *Le Figaro Magazine*, 3 octobre 2003, p. 24.
- ⁸ Nicolas Baverez, « Regarde la chute et tais-toi ! », *Le Monde*, « Dossiers et documents », février 2004, p. 1.
- ⁹ Jean Bouvier, « Libre propos autour d'une démarche révisionniste », in Patrick Fridenson et André Straus (dir.), *Le capitalisme français XIX^e-XX^e siècle, blocages et dynamisme d'une croissance*, Paris, Fayard, 1987, pp. 15-16.
- ¹⁰ Jacques Marseille, *La guerre des deux France, celle qui avance et celle qui freine*, Paris, Plon, 2004. Deux ans avant la parution des *Trente piteuses* de Baverez, en 1993, Jacques Marseille a publié un livre au titre optimiste : *C'est beau la France. Pour en finir avec le masochisme français*, Paris, Plon.
- ¹¹ Entretien avec Jacques Marseille et Élie Cohen (propos recueillis par Baudouin Bollaert, Alexis Lacroix et Marie-Laure Germon, « Ces économistes récuse le "déclinisme" et s'affrontent sur les carences de la réforme », *Le Figaro*, 2 février 2004.
- ¹² Jean Bouvier, *op. cit.*
- ¹³ Nicolas Baverez, *op. cit.*, *Le Monde*, 2004.
- ¹⁴ Nicolas Baverez, « Le vide politique ouvre un espace à la violence sociale », *Le Figaro Magazine*, 3 octobre 2003, pp. 24 et 26.
- ¹⁵ Serge Marti, « La mode du "déclinisme" », *Le Monde*, Dossiers et documents, février 2004.
- ¹⁶ Daniel Cohen, « Une idée qui ne passe pas », *Le Monde*, 9 septembre 2003.
- ¹⁷ Sur ce point, voir Michel Lallement et Jan Spurk, *Stratégies de la comparaison internationale*, Paris, CNRS éditions, 2003, p. 9.
- ¹⁸ Laurent Joffrin, « La France tombe-t-elle ? », *Le Nouvel observateur*, 11-17 septembre 2003, p. 64.
- ¹⁹ Jean-Paul Fitoussi, « Déclin ou régression sociale ? », *Le Monde*, 17 septembre 2003.
- ²⁰ Nicole d'Almeida, *op. cit.*, 2004, p. 43.
- ²¹ Tel que l'a formulé Nathalie Heinich pour l'étude du champ de l'art. Nathalie Heinich, *Ce que l'art fait à la sociologie*, Paris, Minuit, coll. « Paradoxe », 1998, p. 8.



ISBN : **2-271-06440-6**
 Format : **22 x 22**
 Nombre de pages : **248**
 Prix : **25 €**

www.cnrseditions.fr

CNRS ÉDITIONS

15, rue Malebranche • 75005 PARIS
 Tél. : 01 53 10 27 00 • Fax : 01 53 10 27 27
 Mél : cnrseditions@cnrseditions.fr

LA LIBRAIRIE

de CNRS ÉDITIONS

151 bis, rue Saint Jacques • 75005 PARIS
 Tél. : 01 53 10 05 05 • Fax : 01 53 10 05 07
 Mél : lib.cnrseditions@wanadoo.fr

HERMÈS 44

ÉCONOMIE ET COMMUNICATION

Numéro coordonné par Joëlle Farchy et Pascal Froissart

Collection : HERMÈS - Cognition, communication, politique

Le développement des Technologies de l'information et de la communication (TIC) s'accompagne de véritables bouleversements économiques. À preuve les débats sur l'émergence selon les cas d'une « nouvelle économie », d'une « économie numérique », d'une « économie de l'information et de la communication », voire d'une « économie de la connaissance ». La « communication » est-elle un secteur économique parmi d'autres ? Conduit-elle à l'émergence de nouveaux modèles de croissance ?

Les nouvelles formes de communication transforment la vie économique dans les entreprises et imposent de repenser les modes de régulation publique. La publicité, le marketing, l'intelligence économique sont autant de formes renouvelées d'ajustement entre l'offre et la demande. Par ailleurs, l'activité économique ne peut plus se faire sans s'expliquer, sans s'accompagner d'interventions dans les médias qui la déforment, la transforment, ou finalement la « font exister ».

Paradoxalement, face à ces réalités nouvelles, où l'univers de la communication et celui de l'économie s'interpénètrent de plus en plus, le dialogue entre sciences économiques et sciences de l'information et de la communication (SIC) est limité. La communication, étudiée comme secteur d'activité n'est pas encore l'objet d'un corpus théorique reconnu pour les économistes. Les SIC, quant à elles, s'inspirent d'une longue tradition d'étude de l'économie politique de la communication, mais les liens avec les travaux économiques récents sont encore faibles. Pourtant l'information et la communication sont des facteurs essentiels de la connaissance.

Pointer le paradoxe, c'est déjà contribuer à favoriser un dialogue interdisciplinaire. La question d'Internet, la place de la propriété intellectuelle ou encore le poids des réseaux dans les économies immatérielles sont parmi les thèmes d'actualité pour lesquels ce type de dialogue est particulièrement fécond. C'est l'objet de ce numéro.

Joëlle Farchy, Maître de conférence à l'université Paris XI, membre du Matisse (modélisation appliquée, trajectoires institutionnelles, stratégies socio-économiques).

Pascal Froissart, Maître de conférence à l'université de Paris VIII, membre du laboratoire "Communication et Politique".

BON DE COMMANDE • BON DE COMMANDE • BON DE COMMANDE • BON DE COMMANDE • BON DE COMMANDE

À compléter et à retourner accompagné de votre règlement à **CNRS ÉDITIONS - 15, Malebranche - F 75005 PARIS**

ISBN	TITRE	QUANTITÉ	PRIX TTC	TOTAL
2-271-06440-6	HERMÈS 44		25,00 €	

ÉCONOMIE ET COMMUNICATION

Numéro coordonné par Joëlle Farchy & Pascal Froissart

SOMMAIRE

Joëlle Farchy et Pascal Froissart

Introduction

Le paradoxe de l'économie et de la communication 9

1. LES INDUSTRIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION AU CŒUR DES TRANSFORMATIONS DE L'ÉCONOMIE

Nathalie Coutinet

Définir les TIC pour mieux comprendre leur impact sur l'économie 19

Bernard Spitz et Aline Rutily

Les nouveaux enjeux de la révolution numérique 29

Alain Le Diberder

Histoire du multimédia : un succès et deux enterrements..... 33

Pascal Petit

TIC et nouvelle économie : entre mirages et miracles 39

Patrick-Yves Badillo et Serge Proulx

Mondialisation de la communication, à la recherche du sens perdu 47

2. LA COMMUNICATION, MODE DE COORDINATION ENTRE LES AGENTS ÉCONOMIQUES

Emmanuelle Walkowiak

Coordination, communication et modernisation des entreprises 57

Stéphane Olivesi

Communication d'entreprise : une économie du pouvoir 65

Pierre-Jean Benghozi

La gestion de projet dans le secteur culturel 71

Cécile Méadel

Le marché eBay : qualification croisée des biens et des personnes 79

3. INFORMATION ET COMMUNICATION : DES OUTILS STRATÉGIQUES DE PROMOTION DE L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

Christophe Blanc, Éric Delbecque et Thomas Ollivier

Intelligence économique : quand l'information devient stratégique 87

Jean-Michel Utard

La publicité soluble dans l'économie 93

Joël Augros

La politique marketing du cinéma hollywoodien 99

Sandrine Paillard et Dominique Namur

Science et communication : promettre ou éclairer ? 107

4. L'ÉCONOMIE COMME OBJET DU DISCOURS MÉDIATIQUE

Julie Bouchard

La controverse médiatique sur le déclin économique de la France 115

Nick Couldry

La télé réalité, ou le petit théâtre secret du néolibéralisme 121

Gérard Leblanc

L'économie, objet esthétique dans les émissions de télévision 129

Philippe Riutort

Les nouveaux habits du journalisme économique 135

Frédéric Lebaron

Les essais économiques et la construction de l'ordre social 143

5. SCIENCES ÉCONOMIQUES, SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION : UN DIALOGUE LIMITÉ *

Bernard Miège

Billet irrévérencieux sur l'économie et le communicationnel 153

Christian Pradié

Considérations sur le tiers-secteur médiatique 157

Yves Thepaut

Le concept d'information dans l'analyse économique contemporaine 161

Alain Rallet

Une économie de la communication ? 169

Michel Mathien <i>Enseigner et étudier l'économie des médias.....</i>	<i>179</i>
Nathalie Moureau <i>Société de l'information et modèles de star system.....</i>	<i>183</i>
Isabelle This-Saint-Jean <i>Autoréalisation et communication en économie.....</i>	<i>191</i>
 VARIA 	
Éric Dacheux <i>Les quatre temps de la démocratie européenne.....</i>	<i>201</i>

Joëlle Farchy

Centre d'économie de la Sorbonne, Université de Paris I, CNRS

Pascal Froissart

Université de Paris VIII

et Laboratoire « Communication et politique » (CNRS)

INTRODUCTION

Le paradoxe de l'économie et de la communication

L'introduction des TIC (Technologies de l'information et de la communication) aurait dû en toute logique augmenter la productivité du travail. Il n'en est rien : entre 1990 et 1995, la productivité française augmente moins vite que durant la période précédente (1974-1989). Le paradoxe est décelé par Robert Solow à la fin des années quatre-vingt, sur les données américaines : ni croissance, ni productivité au rendez-vous des TIC...

C'est à un type similaire de paradoxe que nous tentons ici de nous attacher : on voit de la communication partout dans le monde économique sauf dans l'analyse économique. Les pratiques sociales et professionnelles conduisent de plus en plus à voir l'univers de la communication et celui de l'économie s'interpénétrer. Pourtant, face à cette réalité nouvelle, le dialogue scientifique entre science économique et sciences de l'information et de la communication (SIC) apparaît extrêmement limité.

Pour comprendre ce paradoxe, notre parti pris, dans ce numéro d'*Hermès*, a été d'étudier non *l'économie de la communication*, entendue comme l'analyse du fonctionnement économique d'un vaste secteur d'industries de la communication, mais d'interroger ce concept même et l'ensemble des passerelles entre *économie ET communication*. Toutes deux partagent une même difficulté épistémologique : elles sont à la fois objets (la communication entre deux instances, l'économie d'un pays) et titres génériques d'approches scientifiques disciplinaires (les sciences de l'information et de la communication, les sciences économiques) ; cette difficulté commune loin, de les rassembler, les a plutôt éloignées.

Le développement des TIC a entraîné des bouleversements économiques et sociaux tels que les observateurs ont été conduits à s'interroger sur l'émergence de ce que l'on nomme alternativement nouvelle économie, économie numérique, économie de l'information et de la communication ou encore économie de la connaissance. Il s'agit selon les cas de rendre compte du développement des moyens de communication à l'échelle mondiale, des gains de productivité induits par les TIC ou encore d'une nouvelle étape du développement des économies capitalistes. Nous n'avons pas tenté de choisir entre ces diverses acceptions mais seulement de pointer quelques facettes de la multiplicité des liens entre économie et communication; le contraste avec le dialogue limité entretenu par les deux disciplines est alors saisissant. Comprendre ce paradoxe, c'est déjà contribuer à favoriser un dialogue interdisciplinaire susceptible de fournir des réponses adaptées au monde professionnel et social.

Économie et communication : des liens multiples

Les industries de l'information et de la communication au cœur des transformations de l'économie

Les TIC sont d'abord pour les économistes un ensemble d'activités aux contours flous. Ces difficultés de mesure viennent en partie de l'absence de définitions précises et homogènes au niveau international. C'est pourquoi depuis une quinzaine d'années, les organisations internationales et les instituts nationaux de statistiques ont adopté d'importantes modifications de nomenclatures dont la finalité est de mesurer l'impact des TIC sur l'économie et leurs effets en termes de gains de productivité et de croissance (Coutinet). La communication ne serait alors pas un secteur économique parmi d'autres mais un moteur pour l'ensemble de l'activité économique conduisant à l'émergence de nouveaux modèles de croissance. Au-delà du chiffrage, la question des modes de régulation face à la mondialisation de la communication et au développement des TIC se trouve posée (Rutly et Spitz). L'arrivée de nouveaux entrants comme les opérateurs de télécommunication dans les métiers de la distribution de contenus audiovisuels instaure des rapports de force inédits et nécessite de nouvelles formes de régulation.

Les opérateurs intervenant dans les télécommunications, l'électronique grand public, l'informatique, l'audiovisuel peuvent parfois être considérés comme relevant d'une seule et même méga-industrie de l'information et de la communication ou encore de ce que l'IDATE (2005) appelle le *DigiWorld*. Pourtant, si la numérisation rend possible la convergence technologique, la convergence des entreprises de communication a été, depuis plus de vingt ans, l'histoire d'un échec (Le Diberder). Le poids commercial des marques, celui des réglementations, la résistance des traditions de travail, le fonctionnement des

marchés des capitaux, tous ces facteurs se combinent pour éventuellement contrebalancer ce que le seul facteur technologique commanderait et rend pourtant possible. Il n’y a aucun déterminisme technologique (Petit), toute transformation reste dépendante de la façon dont nos sociétés savent en façonner les cadres institutionnels. De plus, derrière les TIC se trouvent surtout les télécommunications et les infrastructures ; celles-ci sont au cœur de la mondialisation de la communication et ont polarisé tous les investissements tandis que les industries du contenu jouaient un rôle subalterne. La mise en place effrénée de nouveaux équipements a eu tendance à se faire au détriment d’une considération pour la qualité et le sens de l’information qui circulait dans ces « tuyaux » (Badillo et Proulx).

La communication, mode de coordination entre les agents économiques

Le mouvement de modernisation des entreprises caractérisant les économies développées depuis les années 1990 (voire peut-être même avant) dont l’adoption massive et transversale des TIC constitue la face la plus visible, s’accompagne de profondes transformations organisationnelles. Ces changements sont associés à des transformations des modes de coordination et de communication entre les salariés notamment à travers le développement de réseaux de communication non hiérarchiques (Walkowiak). La connaissance de ce qu’il est convenu d’appeler « la communication des organisations » suppose cependant de ne pas la couper des enjeux sociaux et économiques structurant la vie des entreprises. Le recours croissant à la communication peut aussi apparaître comme un moyen de pacifier la violence des rapports sociaux (Olivesi).

En se référant, implicitement, à des modèles conceptuels issus des industries manufacturières, la plupart des travaux d’économie et de gestion ont du mal à rendre compte de phénomènes, qui ont souvent émergé dans le secteur de la communication et se diffusent désormais dans le reste de l’économie (gratuité, propriété intellectuelle, dématérialisation des productions, rôle des réseaux, ou poids de la conception) (Benghozi). Les organisations de la culture et des médias ont su développer des solutions originales en matière d’organisation. Au-delà de ces secteurs, le développement des TIC a conforté le constat de l’efficacité de modèles radicalement nouveaux de production, offrant des alternatives aux organisations traditionnelles et centrés sur la coopération au sein de réseaux ou de communautés évolutifs. L’importance accordée à la notion de communauté est également au cœur du fonctionnement de la plus grande plate-forme électronique de commerce, eBay créée aux États-Unis en 1995 (Méadel). eBay se présente comme un espace où sont explicitement posées les questions qui touchent à l’ajustement de l’offre et de la demande, une sorte d’archétype de la transformation des marchés recourant de manière croissante aux technologies de l’information. La plate-forme met à parité acheteurs et vendeurs en les qualifiant à la fois par leur “réputation” et par leur “carrière”.

Information et communication : des outils stratégiques de promotion de l'activité économique

Un autre moyen de coordination est la mobilisation par les acteurs économiques des outils offerts par les spécialistes de l'information et de la communication. Dans un contexte de concurrence exacerbée, cela donne naissance à des concepts exotiques comme ceux de guerre ou d'intelligence économique (Blanc, Delbecq, Ollivier). Cela pousse également à s'interroger sur le rôle de l'information commerciale, de la publicité en particulier (Utard).

Dans des contextes plus précis, cela amène à s'intéresser aussi bien aux paillettes d'Hollywood (Augros), archétype d'un modèle de communication réussi à l'échelle de la planète, qu'aux austères « paillasses » de la recherche scientifique (Namur, Paillard). Pour établir son hégémonie, Hollywood a élaboré des techniques de vente de ses films, a travaillé à promouvoir son image et à s'ouvrir aux marchés étrangers. La réussite des exportations de films hollywoodiens est notamment liée au support politique apporté par Washington et par des organisations professionnelles redoutablement efficaces. Face aux contraintes de financement qui tiennent à la fois aux politiques budgétaires restrictives et au coût croissant des projets, les chercheurs, quant à eux, sont conduits à diversifier leurs ressources et développent des stratégies de promotion de leurs projets auprès des entreprises et des pouvoirs publics. Celles-ci s'appuient souvent sur une communication à base de promesses à destination des investisseurs, mais aussi de l'opinion publique dans l'espoir qu'elle influencera les décisions d'investissement mais au risque de renforcer les phénomènes de méfiance et de rejet.

L'économie, un objet du discours médiatique

L'activité économique ne peut plus se faire sans se dire, s'expliquer, et corollairement sans étudier l'analyse des discours qui l'accompagnent (Bouchard). La popularisation médiatique et éditoriale constitue un des multiples circuits sociaux de production et de diffusion d'idées ou de croyances économiques (Couldry). Souvent réduite à sa plus simple expression dans les émissions de télévision (l'économie dissoute sous les apparences de l'argent), l'économie s'affiche (Leblanc). Alors que le rapport entretenu par le journalisme économique semble interdire, ou du moins rendre improbable, la production d'une information qui questionnerait l'opportunité des choix opérés (Riutort), le succès, à partir de 1995, d'essais économiques critiques peut apparaître comme une manifestation de la crise de légitimité rencontrée par les politiques libérales (Lebaron).

Sciences économiques, sciences de l'information et de la communication : un dialogue limité

L'économie à la marge des SIC

Les prémices des sciences de l'information et de la communication sont placées sous les auspices des sciences dures (Shannon, Wiener), des sciences du document (Dewey, Otlet), des sciences du langage (Jakobson, Barthes)... La pensée communicationnelle paye le prix de cette origine quand les phénomènes d'information et de communication sont abordés sans prudence, comme s'ils étaient déconnectés des sociétés concrètes dans lesquelles ils se développent et des formes prises par les rapports sociaux (Miège, 2004). Pourtant, dès le départ, même si c'est parfois dans la douleur, les SIC sont parvenues à maintenir le mélange entre des auteurs aussi déterministes qu'efficaces et d'autres dont les considérations sur la complexité sociale rendaient la pensée difficile à opérationnaliser. Les économistes ont pu, à bon droit, s'effrayer d'un tel mélange.

Les SIC ont pourtant tenté dès leur création de (se) rapprocher (de) l'approche économique (Miège). On en voit la trace dans les premiers congrès de la Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC), dont on connaît l'importance pour l'institutionnalisation de la discipline : après 3 contributions dans les *Actes du II^e Congrès* (1980), ce ne sont pas moins de 15 papiers et un thème principal qui sont le centre des *Actes du III^e Congrès* (1982. Comme le dit B. Miège dans son article de 1980, « *cette façon (disons comptable) d'appréhender la place de l'économie* » ne suffit pas à prouver l'importance du thème ; il en est pourtant un indicateur. Par la suite, l'importance de l'approche économique sur les débats en information et communication ne sera plus jamais aussi forte, encore qu'elle restera toujours présente (une ou deux contributions par congrès). La question économique semble s'intégrer dorénavant plus ou moins naturellement dans l'étude de chaque objet observé ; les belles envolées théoriques et les problématiques globales sont dorénavant rares ; le temps est loin où A. Mattelart fustigeait les « *faux dilemmes* (qui) *ne font que retarder le questionnement du mode de communication comme partie intégrante d'un mode de production* » (*Actes du I^{er} Congrès*, 1978). Certaines recherches en SIC sur les médias associatifs ou collaboratifs se font modestement l'écho de cet intérêt pour les questions économiques (Pradié)

La communication, objet économique non identifié

La discipline économique quant à elle, met au cœur de ses réflexions la prise de décision et les choix rationnels des individus qui nécessitent la connaissance d'informations. Pour produire des biens comme pour les échanger sur un marché, la question des échanges d'information, de la communication, aurait donc dû être au centre de l'analyse. Mais le modèle standard des origines véhicule une vision pauvre dans

laquelle toute l'information pertinente à la prise de décision individuelle transite par les prix, indicateurs de rareté des biens sur les marchés et seuls guides de la coordination des actions des agents. Quant à la production au sein des organisations, elle fut longtemps traitée comme une boîte noire, une machine opaque à transformer des *inputs* en *outputs*.

C'est seulement au cours des années 1960 que les premiers travaux d'auteurs comme G. Stigler ont placé l'information au centre de l'analyse économique en remettant en cause l'hypothèse d'information parfaite du modèle économique standard autour duquel s'est construite la théorie néoclassique aujourd'hui dominante (Thépaut). L'information cesse d'être une donnée exogène fournie par le « commissaire priseur », pour être « endogénéisée » et revêtir le statut de bien économique. Les phénomènes de pouvoir liés à la détention d'information et à la position des acteurs dans des réseaux complexes sont pris en compte. Pour des raisons tenant au postulat initial d'information parfaite puis à la domination de l'approche en termes de jeux non coopératifs dans la prise en compte des problèmes d'information imparfaite, l'analyse des structures d'échange d'informations entre les agents économiques a été longtemps négligée. L'analyse des impacts de l'imperfection de l'information sur l'efficacité des marchés et des organisations est désormais au centre des préoccupations des économistes. Alors que l'économie de l'information, même si elle recouvre des travaux qui sont loin d'être homogènes, est désormais un champ de l'analyse économique bien établi, la communication, entendue comme mécanisme d'échanges d'informations entre les agents est bien étudiée par les économistes mais ne fait pas l'objet d'un corpus théorique reconnu (Rallet).

Plutôt qu'à un mécanisme de coordination, le terme « économie de la communication » renvoie plus habituellement à un ensemble de secteurs d'activités, les industries de la communication et de la culture. Les économistes, concentrés sur l'échange de biens homogènes dans un univers d'information parfaite, ont d'abord eu quelques réticences à investir des secteurs a priori hermétiques à leurs cadres d'analyse. Les choses ont changé et les industries de la communication ont fait l'objet de nombreuses analyses sectorielles, que ce soit l'économie des télécommunications, l'économie de la culture ou des médias. L'enseignement de l'économie des médias est cependant assuré dans les cursus de SIC (Mathien) mais quasiment jamais dans les cursus d'économie. Surtout, en dehors de ces analyses sectorielles, on ne trouve pas trace, en termes de recherche, d'une véritable économie de la communication reconnue.

La communication, point focal et problématique de l'économie

On peut faire l'hypothèse que, si la communication n'a pas été plus présente dans l'analyse économique, c'est sans doute parce qu'elle remet en cause un certain nombre de ses présupposés. L'analyse, dans des domaines très différents, de la conceptualisation, par les économistes, du phénomène de *star system* ou des prophéties auto-réalisatrices illustre quelques-unes de ces difficultés. Centrés sur leur logique disciplinaire et confiants dans la capacité du marché à révéler efficacement la qualité, les premiers

économistes à s'intéresser au *star system* montrent qu'il y a une correspondance entre le choix de la *star* et la reconnaissance de son talent par le marché (Moureau). Il faut attendre le milieu des années 1980 pour que soit mis en exergue le rôle de l'information dans la création des phénomènes de *star*. Bien que l'information soit ici traitée dans sa dimension la plus réduite, à savoir la délivrance d'un signal plus ou moins fiable, car aisément modélisable, l'introduction de cette variable au sein des modèles n'est pas anodine ; les mécanismes de marché en sont profondément affectés. À la fin des années 1970, un certain nombre d'économistes ont envisagé l'hypothèse que les prévisions et les représentations théoriques des acteurs de l'économie – qu'ils forment notamment en communiquant ensemble – au lieu de simplement refléter la réalité, l'engendre ou du moins la modifie (This). L'influence que les prévisions ou que les théories économiques sont susceptibles d'exercer sur la « réalité » même qu'elles sont censées prédire ou décrire pose alors une série de problèmes épistémologiques réels que l'économiste ne peut plus ignorer.

L'information et la communication, lorsqu'elles sont intégrées platement dans les modèles économiques, reflètent une réalité sociale très pauvre. C'est une des raisons pour lesquelles a émergé dans les années 1970 l'économie politique de la communication, sous l'impulsion des Américains D. Smythe et H. Schiller dans une tout autre perspective (pour un panorama, voir Mosco, 1996). Aux antipodes d'un impérialisme économique naissant, ne reconnaissant plus de limites à l'application de la rationalité économique à l'ensemble des phénomènes humains, et dont G. Becker constitue la figure de proue, ce courant de pensée rejette une approche orthodoxe réductrice de l'économie au profit d'une vision critique inspirée de Marx et des institutionalistes américains. Les théories des industries culturelles et les SIC entretiennent des relations partielles, parfois tardives mais constructives avec ce courant. Il est cependant frappant de constater à quel point toutes ces approches se développent dans une ignorance réciproque quasi totale des évolutions, pourtant profondes et continues, de la théorie économique standard. Du coup, certaines analyses fleurissent bon l'activisme politique ; tout un pan de la sociologie critique des médias est confronté à cette difficulté de maintenir la complexité de l'analyse tout en se concentrant autour d'objectifs citoyens simples et mobilisateurs.

Sans vouloir faire œuvre d'œcuménisme à tout prix, nouer le dialogue avec des approches économiques contemporaines notamment autour de la question d'Internet, de la place des industries de contenus et de la propriété intellectuelle dans les économies immatérielles, ou de la prise en compte des interactions sociales et des réseaux dans la socio-économie pourrait se révéler particulièrement fécond ; pour répondre aux attentes sociales d'abord mais également pour qu'une économie de la communication intégrant l'épaisseur sociale, historique et symbolique des phénomènes participe au renouvellement du cadre conceptuel de la science économique comme l'économie de l'information l'a fait depuis 40 ans. Tel est l'enjeu des recherches futures.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

IDATE (Institut de l'audiovisuel et des télécommunications en Europe). *DigiWorld 2005. Les enjeux du monde numérique*. Paris, Dunod

Miège Bernard (2004). *L'information – communication, objet de connaissance*. De Boeck

Mosco Vincent (1996). *The political economy of communication*. Sage, London

SFSIC (dir.), 1978. *INFORCOM. Actes du I^{er} congrès (Compiègne, 1978)*, SFSIC

SFSIC (dir.), 1980. *Les obstacles à la communication. Actes du II^e congrès (Bordeaux, 1980)*, LASIC & SFSIC

SFSIC (dir.), 1982. *Information, économie et société. Actes du III^e congrès (Grenoble, 1982)*, Presses universitaires de Grenoble & SFSIC.