

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

EXPLORATION DE LA COUVERTURE MÉDIATIQUE DES
COMMUNICATIONS DE LA BANQUE DU CANADA PAR LES
JOURNALISTES ÉCONOMIQUES QUÉBÉCOIS : DIFFUSION ET
LÉGITIMATION DE L'ÉCONOMIE NÉOCLASSIQUE

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
SAMUEL LAMOUREUX

JUIN 2019

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.10-2015). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Je ne suis, comme dirait Saint-Denys-Garneau, qu'une bonne volonté tendue dans le désert, et j'aimerais remercier ici toutes ces personnes qui m'ont toujours, à ma surprise ces deux dernières années, tant supporté. Vous êtes mes sources et vous me faites continuer.

Marie-Pier force tranquille qui m'a appuyé dès le début peut-être me liras-tu et comprendras-tu un jour. Quand on aime quelqu'un on aime une meute, disaient Deleuze et Guattari. Un loup en moi veillera toujours sur toi.

S. qui sait si bien réconcilier toutes les forces en moi qui me déchirent. Je l'affirme toujours tu es le plus court chemin entre mon geste et l'infini.

Ma famille ma mère mon père ma sœur qui m'ont hébergé entretenu enduré.

Chantal Francoeur ses conseils son support ses 1000 lettres de recommandation ses contrats si j'ai un jour du travail ce sera grâce à toi. J'espère que notre collaboration pourra continuer dans d'autres projets ou sous d'autres cieux.

Consuelo Marie-Claude toute la gang de VOTM pour la confiance et pour une rare opportunité de travail hors de la compétitivité inutile du capital.

Mes amis Rémi Lefebvre Lebeau Travis Roch Pigeon Bouvier Blasi Jé Brault Étienne Steffi Dom Alexis Andy Boni Zack Champagne Léo vous ne m'avez pas lu mais au moins nous avons bu pour oublier.

Je tiens à saluer le collectif Occupons Montréal, plus particulièrement Philippe, Orlando, Marc-André, le Pirate et autres qui m'ont fait entendre un discours critique sur l'économie pour la première fois.

Aux quatre policiers qui m'ont piétiné, menotté et jeté dans une cellule de prison en cette manifestation du 1er mai 2012, vous vouliez la haine je vous donne des fleurs.

À ce barman du Glen cher Ricky j'espère que tu seras toujours là pour me servir et jouer aux dés.

Quand je ferme les yeux c'est à vous que je pense et c'est pour vous que j'écris.

TABLES DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX.....	vii
RÉSUMÉ	viii
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I PROBLÉMATIQUE	5
1.1 La sociologie des connaissances économiques.....	5
1.2 La sociologie du journalisme et la professionnalisation des sources.....	9
1.2.1 Le journalisme économique.....	11
1.3 Les communications de la Banque du Canada	15
1.4 Pertinence de la recherche	18
1.5 Objectifs et question de recherche	20
1.6 Hypothèse de recherche.....	21
2 CHAPITRE II L'ÉCONOMIE NÉOCLASSIQUE ET LES APPROCHES HÉTÉRODOXES.....	23
2.1 L'économie néoclassique.....	23
2.1.1 Les écoles contemporaines.....	28
2.2 Les approches hétérodoxes.....	32
2.2.1 La sociologie économique.....	32
2.2.2 L'économie postkeynésienne	33
2.2.3 L'économie marxiste.....	34
2.2.4 L'économie des conventions et l'école de la régulation	37
2.2.5 L'économie comportementale.....	39
2.2.6 Synthèse des approches hétérodoxes	40
CHAPITRE III MÉTHODOLOGIE	45
3.1 Stratégie de recherche.....	45
3.2 La collecte de données.....	47

3.2.1	L'analyse de contenu qualitative.....	47
3.2.2	Description du terrain.....	47
3.2.3	Modalité d'analyse des données	50
3.3	L'entrevue semi-dirigée.....	51
3.3.1	Modalité d'analyse des données	53
CHAPITRE IV PANORAMA DE LA PRÉSENCE DES INDICATEURS		56
4.1	La domination des postulats orthodoxes	56
4.2	Déploiement de chaque indicateur.....	59
4.2.1	Postulats hétérodoxes et limite de l'analyse de contenu	63
4.3	Indicateurs selon les trois journaux	65
4.3.1	Radio-Canada.....	67
4.3.2	La Presse	68
4.3.3	Les Affaires.....	69
CHAPITRE V DISCUSSION — RÉSULTATS DE L'ANALYSE DE CONTENU.....		71
5.1	Un véhicule pour la pensée néoclassique	71
5.2	Fossé entre journalistes et grand public.....	73
5.3	Les liens historiques entre le journalisme et le développement de l'économie.....	75
5.4	Disparition des visions alternatives	78
5.5	Conclusion et limite de l'analyse de contenu	81
CHAPITRE VI DANS LES MÉANDRES DU DISPOSITIF – PAROLE DE JOURNALISTES.....		83
6.1	Sur l'analyse scientifique des entrevues.....	83
6.2	Statut, formation et éducation.....	85
6.3	Couvrir la Banque du Canada : journée typique.....	88
6.4	Relation avec les sources	91
6.5	Vision de l'économie.....	96
CHAPITRE VII DISCUSSION — RÉSULTATS DES ENTREVUES		98
7.1	Manque de formation, trop de sens commun	98

7.2	Un travail (en)cadré de près.....	106
7.3	Pilotage automatique et symbiose d'esprit	110
7.4	Homogénéité du champ économique et effritement des sources critiques.....	113
7.5	Synthèse des résultats de recherche.....	116
	CONCLUSION	120
	ANNEXE A	
	RÉFÉRENCES DES ARTICLES CITÉS DANS L'ANALYSE DE CONTENU	126
	BIBLIOGRAPHIE	128

LISTE DES TABLEAUX

Tableaux	Page
2.1 Les indicateurs de postulats économiques orthodoxes et hétérodoxes.....	44
4.1 Présence des postulats économiques dans les articles selon trois catégories : orthodoxe, mixte et hétérodoxe	57
4.2 Pourcentage de la présence des indicateurs de postulats économiques orthodoxes pour chaque média	58
4.3 Sources citées dans les articles	66
4.4 Nombre de sources citées dans les articles	67

RÉSUMÉ

Ce mémoire examine le travail du journaliste économique et sa couverture de la Banque du Canada. Plus précisément, il a pour objectif d'analyser la couverture médiatique des communications de la banque centrale pour y comprendre de un quels postulats de l'économie y sont représentés et invisibilisés et de deux pourquoi les postulats en question y sont présents ou absents. L'économie néoclassique est aujourd'hui la forme dominante de croyance collective. L'expansion de cette théorie dépend des grandes institutions mais aussi de sa communication dans l'espace public. L'objectif plus large de ce travail est donc d'analyser les modes de production, de reproduction et de diffusion des croyances économiques afin de comprendre comment celles-ci deviennent des forces collectives dominantes.

La méthodologie utilise une triangulation des méthodes de collecte de données, soit l'analyse de contenu et des entrevues semi-dirigées. Les résultats de la première méthode démontre que les articles véhiculent très majoritairement les postulats de l'économie néoclassique sans les mettre en relation avec des postulats critiques ou hétérodoxes. On n'y trouve pas une variété d'interprétations et la réalité est cadrée en faveur des sources qui sont institutionnelles et puissantes. Le journalisme économique est donc un véhicule pour la pensée économique dominante dans sa couverture des communications de la Banque du Canada

Huit entrevues semi-dirigées avec des journalistes économiques québécois ont par la suite été réalisées pour comprendre les premières conclusions. Il en ressort que les journalistes économiques québécois ne véhiculent pas l'économie néoclassique par choix. Ceux-ci sont confrontés à un espace public où les sources critiques sont en déclin et ils manquent de formation pour critiquer eux-mêmes les postulats néoclassiques. C'est sans parler du dispositif mis en place par la banque centrale pour corriger les reporters et recadrer la nouvelle et de tous les mythes communs entourant l'institution.

Mots clés : Journalisme économique, Banque du Canada, économie néoclassique, croyance collective, postulat économique, pensée économique dominante.

INTRODUCTION

Octobre 2011, je descends du métro Square-Victoria qui donne accès au cœur du centre financier de Montréal. Un peu perdu et désorienté par toutes les options de sortie, je suis la colonne de citoyens pressés qui se dirigent vers un grand escalier. Je me laisse guider par la musique et la mystérieuse odeur de barbecue. Je monte vers la lumière.

Paf, je rejoins la terre et suis happé par la vie : un campement de près de 300 personnes occupe la place publique au centre des tours des grandes banques et des compagnies d'assurance privée. Je suis curieux, j'explore, je suis les odeurs, les bruits, je prends les tracts qui traînent sur le sol. Ça grouille de monde, des militants tag « Occupons Montréal » sur la statue de la reine Victoria au milieu et un étrange pirate cuisine un énorme buffet végétarien.

Je suis attiré par une petite foule réunie au pied de trois conférenciers prononçant un atelier d'éducation populaire. Le thème : les banques et la crise économique. Un activiste y raconte la genèse des *subprimes*, ces prêts toxiques accordés aux classes populaires par les banques américaines, ces dernières ironiquement sauvées en premier par l'État plus tard alors que tout s'écroulait. Je suis initié pour la première fois, à dix-sept ans, au beau milieu d'un parc occupé par des anarchistes, à un discours critique sur l'économie. Mais où aurais-je pu entendre ailleurs un tel discours ?

Presque huit ans plus tard, alors que j'ai réalisé des études en journalisme, je suis toujours hanté par cette initiation. Ce n'est pas le discours critique de ces militants qui m'intéresse, à vrai dire je ne m'en souviens presque plus. Ce qui m'intéresse c'est le choc que j'ai ressenti, le fameux « mais pourquoi est-ce que je n'ai jamais entendu ça

avant ? » Pourquoi faut-il se surprendre de la possibilité même qu'un discours critique qui rejette le statu quo résonne dans l'espace public ?

Ce mémoire part d'une interrogation fondamentale : pourquoi les médias grand public véhiculent-ils la pensée économique dominante tout en invisibilisant les pensées critiques ? Cette question est d'abord performative, elle vient de mes tripes : je sens que les médias grand public ne diffusent qu'une vision restreinte de l'économie. Je l'ai toujours senti. Mais comment ce phénomène se représente-t-il dans la réalité et surtout pourquoi les journalistes (qui ne sont pas stupides, je suis comme eux) participent-ils à ce processus ? Nous explorerons ensemble ces questions appliquées à un cas bien précis : la couverture journalistique des communications de la Banque du Canada.

J'estime ce traitement médiatique comme étant problématique parce que d'une part la Banque du Canada, dans ses communications, véhicule la théorie de l'économie néoclassique (Scialom, 2013) et d'autre part parce que les journalistes économiques, dans leur couverture, reprennent systématiquement (c'est mon hypothèse) cette théorie orthodoxe sans la mettre en relation avec d'autres postures hétérodoxes.

Le premier chapitre présente la problématique de recherche. Ma démarche s'inspire de deux courants de recherche : la sociologie des connaissances économiques et la sociologie du journalisme. Le premier courant analyse la diffusion, la légitimation et l'institutionnalisation de l'économie néoclassique et le deuxième s'intéresse à la manière dont la nouvelle est socialement construite par les journalistes. Ce chapitre se conclut sur une formulation des objectifs de recherche et des questions principales à la base de ce projet.

Le deuxième chapitre présente la théorie que je veux critiquer soit l'économie néoclassique. Je reviens à ses postulats de base, par exemple la valeur par utilité et la concurrence parfaite, tout en exposant les écoles contemporaines. Je décris ensuite les

approches hétérodoxes de l'économie : la sociologie économique, l'économie postkeynésienne, l'économie marxiste, l'école de la régulation, l'économie des conventions et l'économie comportementale. Je termine par un rappel des postulats néoclassiques que les approches hétérodoxes remettent en question.

Le troisième chapitre expose la démarche méthodologique. La recherche qualitative avec triangulation des méthodes de collecte de données est expliquée. Il s'agit d'une analyse de contenu qualitative de 104 articles de trois médias québécois (*La Presse*, *Radio-Canada*, *Les Affaires*) traitant des communications de la Banque du Canada suivie d'une série d'entrevues semi-dirigées avec des journalistes économiques couvrant la politique monétaire.

Le chapitre quatre présente, explique et illustre les résultats de l'analyse de contenu. Ceux-ci sont ensuite discutés dans le chapitre cinq. J'y expose dans quelle mesure les articles véhiculent les postulats de l'économie néoclassique. J'effectue aussi des parallèles avec la littérature scientifique sur le sujet dans le monde anglo-saxon tout en tissant des liens avec l'histoire et la constitution du journalisme économique en occident.

Cette première phase de la recherche ouvre plusieurs questions. Pourquoi les postulats orthodoxes sont-ils si présents ? Qui décide de mettre une source au lieu d'un autre ? Les journalistes ont-ils eux-mêmes une vision orthodoxe de l'économie ou d'autres joueurs comme leurs patrons ou leurs sources leur forcent-ils la main ?

Ces questions trouvent leur partenaire de danse dans le chapitre six qui présente les résultats des huit entrevues semi-dirigées avec des journalistes économiques québécois. Je divise cette présentation en quatre parties. J'analyse tout d'abord le statut, la formation et l'éducation des reporters pour enchaîner avec la description d'une couverture typique d'une annonce de la Banque du Canada. Je continue ensuite en

détaillant la relation avec les sources du monde des affaires des journalistes pour finir avec leur vision de l'économie.

La discussion, au chapitre sept, approfondit ces questionnements. J'aborde le manque de formation des reporters, la diffusion des croyances collectives dans le processus de création du sens commun et le processus d'encadrement de la Banque du Canada et ses dispositifs de contrôle et de surveillance. La sociologie du journalisme me permet de revenir sur les automatismes de classement des journalistes et la symbiose avec les sources. Je termine avec une description de l'homogénéité du champ économique et de l'effritement des sources critiques institutionnelles. Au final, mon mémoire trace l'esquisse d'une première histoire de la presse économique au Québec tout en démontrant comment et pourquoi les journalistes économiques couvrant la Banque du Canada sont les porte-paroles du capitalisme financier.

CHAPITRE I

PROBLÉMATIQUE

1.1 La sociologie des connaissances économiques

La sociologie des connaissances économiques est l'un des champs d'analyse de la sociologie économique (Steiner, 2005). Depuis la fin des années 1990, les sociologues qui s'en sont inspirés analysent la façon dont l'économie néoclassique, que je vais définir dans le deuxième chapitre, s'est légitimée et institutionnalisée pour devenir une croyance collective dominante. Le terme de « croyance économique » fait référence à l'œuvre classique d'Émile Durkheim qui place l'étude des croyances collectives au cœur de la sociologie scientifique. Toute société individualiste et rationaliste, pour Durkheim, a besoin de « croyances communes » pour maintenir une cohésion sociale et celles-ci doivent être fournies par les sciences qui détiennent l'autorité morale auparavant détenue par la religion (Durkheim, 2017[1895]).

Quand le sociologue Frédéric Lebaron écrit que l'économie néoclassique est désormais la croyance collective dominante, il affirme donc que cette théorie conditionne non seulement les pratiques économiques ordinaires, mais aussi les institutions et l'existence des collectifs (Lebaron, 2000). On sait par exemple que les dirigeants des banques centrales, dont la Banque du Canada, prennent leurs décisions suivant cette théorie, et les ministres de l'Économie occidentaux aussi (Scialom, 2013). Comme

dirait Durkheim, l'économie néoclassique, en tant qu'autorité morale, est ce qui maintient la cohésion sociale. C'est pourquoi il est important pour la sociologie des connaissances économiques d'analyser le mode de production, de reproduction et de diffusion des croyances économiques pour comprendre comment celles-ci peuvent devenir des forces collectives agissantes. L'enjeu donc d'une sociologie des croyances économiques consiste à « explorer la nature et la forme des relations de correspondance entre l'espace des objets de croyance et l'espace des positions et des dispositions des agents, qu'ils en soient les producteurs ou les usagers » (Lebaron, 2000 : 12).

Pourquoi est-il problématique que l'économie néoclassique s'institutionnalise comme croyance collective dominante ? Parce que l'évolution des sociétés, écrit Pierre Bourdieu, fait apparaître des champs scientifiques qui ont des lois propres et qui sont autonomes (Bourdieu, 1997). Un champ scientifique, en tant qu'espace social structuré (Bourdieu, 1992), comme l'économie ou la sociologie, est censé tendre vers son autonomie. L'autonomie est acquise dans un champ scientifique quand la valeur d'un énoncé provient du fait qu'il est reconnu par l'ensemble de ses concurrents et qu'il est conforme aux critères de vérité reconnus dans le champ (Lebaron, 2000 : 9). Un champ scientifique est homogène quand un énoncé est reconnu vrai parce que les caractéristiques de son producteur le rendent légitime, par exemple son pouvoir ou son autorité.

La thèse de Frédéric Lebaron (2000 et 2013) est d'affirmer que le champ économique risque un glissement vers l'homogénéité. Parce qu'il est influencé et infiltré par le champ du pouvoir politique (par exemple les politiciens avec les ministères de l'économie), le champ économique risque de devenir moins autonome et donc une pseudo-science ou une religion tout simplement. Plus simplement, l'économie est une science sociale, elle est donc traversée par de multiples théories. Le fait qu'une seule théorie soit mise de l'avant et domine toutes les autres met en danger premièrement

l'autonomie du champ scientifique, mais aussi la qualité du débat démocratique en général qui requiert un choc des idées divergentes (Lebaron, 2000).

Selon la littérature scientifique, quatre facteurs ont été cruciaux dans la diffusion, la légitimation et l'institutionnalisation de l'économie néoclassique depuis le 20^e siècle : son épistémologie instrumentaliste (le fait que cette théorie ne se soucie pas du réalisme de ses propositions ni des spécificités des économies nationales), son établissement dans les universités (création de programmes néoclassiques et d'écoles de commerce), la transformation des connaissances économiques en un pouvoir politique et bureaucratique et l'existence de liens transnationaux dominés par les États-Unis (Fourcade, 2006; Fourcade, 2015; Lebaron, 2000; Lebaron, 2013; Steiner, 2011; Steiner 2005). Par contre, une fois ces croyances créées, elles doivent être diffusées pour être adoptées par le grand public. C'est ici que les médias entrent en jeu.

En effet, les études faites sur le développement de la théorie économique néoclassique démontrent que sa diffusion est liée à des rapports de pouvoir entre groupes sociaux (le fait que pour avoir un travail, un économiste doit accepter de rentrer dans le rang et de diffuser la théorie néoclassique) et à la légitimité que lui accordent le monde financier et bancaire, mais aussi plus généralement les chercheurs, les journalistes, les essayistes populaires, les hommes politiques, etc. (Steiner, 2005, Lebaron, 2000). Le capital symbolique de l'économie néoclassique dépend de ceux qui le font exister en le reconnaissant. Il existe au-delà du système éducatif et politique « un travail très étendu de diffusion des croyances économiques, qui a pour but de les constituer comme des évidences communes » (Lebaron, 2000 : 153). Ce processus favorise l'élite dominante à plusieurs égards : l'élite économique qui peut se consolider dans les universités, les instituts de recherche (financé par l'État et parfois le privé), l'espace public en général, mais aussi l'élite politique qui a avantage à diffuser cette théorie puisqu'elle pacifie et

intègre les individus en considérant leurs actions comme rationnelles et adaptées à l'économie de marché (Steiner, 2005).

Le développement du journalisme économique a, en ce sens, grandement participé à la diffusion des postulats de l'économie néoclassique et à leur reconnaissance par le grand public (Lebaron, 2013). Lebaron ne décrit pas comment les journalistes économiques participent à ce processus, il en émet seulement l'hypothèse :

Le développement d'une forme particulière de presse de l'activité journalistique définie comme le « journalisme économique » a également joué un rôle non négligeable dans la diffusion des croyances économiques. Il est au principe de leur reconnaissance par un public beaucoup plus large que celui des seuls responsables [les producteurs de croyance économique] qui ont fait de la compétence économique un capital essentiel dans leurs propres stratégies de reproduction, mais également des seuls publics scolarisés dans les filières économiques (Lebaron, 2000 : 169).

Le but de mon mémoire est de vérifier cette affirmation en analysant le traitement journalistique des communications de la Banque du Canada par les journalistes économiques québécois et la construction sociale de ce traitement. Il aurait été possible de choisir une autre source économique comme une banque privée ou une grande compagnie et ses bilans financiers, mais la Banque du Canada est particulièrement intéressante puisqu'elle est une banque publique et que ses responsabilités affectent toutes les institutions bancaires (Scialom, 2013). De plus, le banquier central est le personnage emblématique de la raison économique (Lebaron, 2000 : 182). Sa crédibilité et son degré de reconnaissance font de lui un des principaux producteurs de croyance économique. Mais avant de présenter cette institution, je dois préciser que ma volonté d'analyser la relation entre les journalistes et leurs sources ne vient pas du hasard. Je m'inscris dans une tradition de recherche, la sociologie du journalisme, qui analyse depuis un certain nombre d'années la relation entre les médias et leurs sources, bien que les sources économiques, nous le verrons, sont un angle mort de cette tradition.

1.2 La sociologie du journalisme et la professionnalisation des sources

Le but de la sociologie du journalisme est essentiellement de comprendre le travail des journalistes, c'est-à-dire de comprendre comment la nouvelle est socialement construite par les journalistes (Schudson, 2003 : 4). Si, au 20^e siècle, les sociologues de l'information se sont surtout concentrés sur le travail des journalistes dans les salles de rédaction dans des travaux ethnographiques (Neveu, 2013 : 6), les développements théoriques dans le champ d'étude de la communication dans la deuxième moitié du 20^e siècle ont changé la donne¹.

En effet, à partir des années 1970 et 1980, les études en sociologie de l'information ont commencé à s'orienter vers l'analyse du fonctionnement interne des médias dans la sélection des sources. Dans un article qui a fait date, le sociologue Philip Schlesinger (1992) officialisait cette démarche en dénonçant vigoureusement le travers « médiacentrique » des études qui soutenaient la vision que le journaliste était le seul protagoniste dans le processus de production de l'information. Selon lui, il faudrait non seulement produire une réflexion sur la relation médias-sources, mais aussi adopter le point de vue des sources elles-mêmes (Schlesinger, 1992 : 77). Suivant cette nouvelle orientation de recherche, de multiples travaux ont été effectués sur la relation entre les médias et les sources officielles. Une première génération de travaux a porté sur la relation entre les médias et les sources politiques (Tunstall, 1971 ; Cockerelle, 1984,

¹ Sans faire l'histoire au complet du champ d'étude de la communication, je souligne ici surtout l'apport des théories de l'agenda-setting et de l'agenda-building dans la deuxième moitié du 20^e siècle. L'approche de l'agenda-building, particulièrement, a poussé les chercheurs, en sociologie du journalisme, à analyser l'accès aux médias en tant qu'instrument de pouvoir, et à constater comment les sources elles-mêmes jouent un rôle dans la production de l'information (Charron et al, 1991; Breton et Proulx, 2002; Boulay, 2012).

Charron, 1994), avec les fonctionnaires (Sigal, 1986), la police (Chibnall, 1977), ou encore l'armée (Adams, 1986; Schlesinger et *al.*, 1984).

Plusieurs auteurs ont alors démontré que les médias privilégiaient les sources officielles, du gouvernement et de la police par exemple, ce qui introduisait une dynamique de pouvoir dans la production de l'information (Chomsky et Herman, 2002). En effet, une bonne partie des études en sociologie de l'information tend à considérer le travail journalistique comme un travail de (co)-construction de la réalité gouvernée par l'élite (Schudson, 2003 : 150).

Il faut aussi dire que cette tradition de recherche a pris un nouveau souffle depuis le début des années 2000 avec les défis amenés par la montée des technologies de l'information et de la communication, les mutations des industries médiatiques (notamment la convergence) et l'avènement des médias socionumériques (Francoeur, 2017). Une nouvelle génération d'auteurs s'est donc intéressée à ces questions : attachés politiques et journalistes (Gingras, 2012; Strömback et Nord, 2006), l'armée et les journalistes (Bizimana, 2017), relations publiques et marketing (Davis, 2013), relations publiques et journalisme (Broustau et Francoeur, 2017; Fournier et Goudreau, 2006; Maisonneuve et *al.*, 2004), les politiques de communication d'entreprise (Dagenais, 2015). Si la première génération d'étude sur la relation médias-sources dans les années 1970-1980 a été influencée par la montée en puissance de la télévision (Gans, 1983), la deuxième est stimulée par l'arrivée d'internet. À cet égard, une des conclusions les plus récurrentes et systématiques des études portant sur la relation médias-sources depuis trente ans est la montée en puissance des relations publiques, c'est-à-dire de la professionnalisation des sources officielles. Ce phénomène affecte particulièrement le journalisme économique, notre sujet de recherche.

1.2.1 Le journalisme économique

Elfenbein (1969) définit le journalisme économique comme ceci:

The organized, systemic, and periodic extraction of news-information, knowhow, and know-what from the most authentic sources, its transformation into intelligence, and its timely distribution to the prime decision-makers and the labor force in all fields of human activity by competent editors, reporters, technical contributors, and publishers (Shaw, 2016: 24).

Chris Roush (2011) le caractérise de cette façon « all reporting and writing that is not only about business but also about the economy » (Shaw, 2016: 23). De manière plus simple, le journaliste économique écrit des articles dans les médias d'information qui traitent d'événements, de sujets et de questions liés à l'économie, aux entreprises et aux industries, ou de la façon dont les producteurs et les consommateurs dépensent leur argent dans des contextes nationaux et mondiaux. Cela comprend aussi des articles sur des activités et des problèmes concernant d'autres domaines tels que l'emploi, le chômage, les conditions de travail, l'alimentation, la santé et le bien-être, les assurances, les syndicats, la technologie, les finances personnelles, les finances d'entreprise et les finances publiques (Shaw, 2016 : 23). Au niveau des responsabilités du journaliste économique, le chercheur et ancien journaliste Ibrahim Seaga Shaw les résume de cette façon : éduquer et informer le public, offrir des points de vue divers et alternatifs et demander au pouvoir et aux institutions dominantes de rendre des comptes (*speaking truth to power*) (Shaw, 2016 : 14).

Au 20^e siècle, le journalisme économique est sous-étudié comparativement à d'autres spécialisations médiatiques comme le journalisme politique. Les recherches sur le sujet sont aléatoires et peu suivies (Parsons, 1989). Le journalisme économique a pourtant une riche histoire : ses racines remontent au début du 18^e siècle en Angleterre (la première publication connue serait le londonien *The Collection of the Improvement of Husbandry and Trade* [1692]). Les historiens libéraux s'accordent pour dire que cette

spécialisation s'est développée avec l'État moderne au 18^e siècle, qu'elle a vécu ses heures de gloire vers la fin du 19^e siècle et au début du 20^e avec le travail des journalistes d'enquête américains (les *muckrakers*) pour finalement connaître une dégénérescence à partir de la deuxième moitié du 20^e siècle causée par la chute des revenus des médias et la montée des relations publiques (Knowles, 2013; Shaw, 2016).

Le silence des chercheurs² s'explique par le fait que l'économie du journalisme est beaucoup plus étudiée au 20^e siècle que le journalisme économique en tant que tel. Les travaux, surtout en économie politique de la communication, s'intéressent à cet égard à la critique des médias de masse et non à une spécialisation journalistique en particulier (McChesney, 2004; Chomsky & Herman, 2002; Mosco, 2009; Hardy, 2014). La crise économique de 2007-2008 et surtout la couverture médiatique des événements jugée déficiente par plusieurs commentateurs (Schiffrin, 2011; Barber, 2015) provoquent cependant une renaissance ou même une naissance tout court de la littérature scientifique sur le journalisme économique. Les plumes des chercheurs anglo-saxon se délient à partir de ce moment (Schiffers et Robert, 2015, Knowles et al, 2017; Butterick, 2015; Tambini, 2010).

Ceux-ci, au fond, en viennent globalement aux mêmes conclusions³. Premièrement, la dépendance des journalistes économiques à leurs « sources » comme les *traders*, les

² Il existe plusieurs livres de praticiens sur la façon d'écrire une bonne « nouvelle » économique (Starkman, 2012; Hayes, 2014). Quand je fais référence au silence des chercheurs, je pense aux recherches empiriques et théoriques qui analysent et critiquent le travail du journalisme économique et non pas des travaux sur les bonnes manières d'écrire une nouvelle économique.

³ Cet énoncé est une généralité. Parfois certains chercheurs plus conservateurs vont défendre le journalisme économique (Roush, 2015), d'autres plus radicaux vont le critiquer encore plus fortement (Thompson, 2010). Mais majoritairement les chercheurs en viennent à ces conclusions.

investisseurs institutionnels, les gestionnaires de fonds et les instances gouvernementales minent la dimension critique des articles économiques (Riutort, 2006) : « The media tend to operate within the investment community's prevailing knowledge frameworks and reflect and broadly reinforce the prevailing market consensus » (Thompson, 2015 : 182). Ensuite, le journaliste économique est confiné à des « *short-term stories* » comme des bilans financiers et n'effectue pas du travail d'enquête. La faute reviendrait aux journalistes, trop dépendants de leurs sources du monde des affaires et manquant de connaissance sur certains sujets de fonds, mais aussi à leurs supérieurs, ces derniers ne voulant pas valoriser des reportages sur des sujets jugés trop obscurs et spécialisés comme le marché des dérivés de crédit, pourtant fondamental au fonctionnement du capitalisme financier (Schiffères et Roberts, 2015).

Les chercheurs utilisent aussi largement le concept de cadrage médiatique (*framing*) pour analyser la façon dont la réalité économique est cadrée en faveur de l'élite économique (économiste orthodoxe, ministre de l'Économie, institut de recherche néoclassique), etc.). Le cadrage médiatique étant défini comme le fait de « construire une certaine réalité en fixant des contours reconnaissables à l'enjeu, au débat » (Broustau, 2018 : 22). Le grand public est en grande partie ignoré, laissé sans voix et exclu de la version de la réalité qui est cadrée par les journalistes économiques : « Financial journalism is increasingly geared towards business sources, analysts, and PR, and that this dependence can and does lead to a pro-business bias in reportage and ideological capture » (Knowles, 2013: 331).

C'est sans parler des relationnistes économiques qui se serviraient de plus en plus de leur outil de *gatekeeping* (Tambini, 2010) pour sécuriser et donner au compte-goutte l'information. Ceux-ci peuvent par exemple retirer l'accès à un *briefing* d'une grande compagnie si un journaliste ne rentre pas dans le rang : « Access to information is granted; but only on condition that stories are presented in the required manner. [...]

Sources exert their control through granting/denying of access, the potential for treating, threat of lawsuits » (Schifferes et Roberts, 2015 : 123).

Les journalistes économiques sont donc confinés bien souvent au rôle de « *cheerleader* » ou de « *doom-monger* » de l'économie, respectivement quand une bulle grandit et quand elle éclate⁴. Conséquemment, en temps de crise, ceux-ci sont des chiens de garde qui n'aboient pas. Le fait de ne pas prévoir les crises et de cadrer la réalité en faveur de l'élite économique orthodoxe est lié car, comme nous le verrons dans la partie 2.2.6, la théorie économique néoclassique sous-estime l'importance des crises économiques en expliquant que celles-ci proviennent de chocs externes et non pas du système lui-même comme le démontrent plusieurs théories alternatives (Thompson, 2015). Travailler dans un cadre néoclassique revient à constamment sous-estimer l'impact des crises dans le cycle économique.

Il faut cependant dire que la littérature sur la question s'intéresse au travail du journaliste économique en temps de crise (crise économique avec Schifferes et Roberts, 2015; crise de l'austérité avec Basu et *al*, 2018), tandis que, comme nous le verrons, je m'intéresse au travail des journalistes économiques dans leur interaction routinière avec la Banque du Canada.

⁴ Quand un journaliste est le *cheerleader* de l'économie, il exagère l'état positif de la bulle spéculative et encourage les gens à investir. Quand il est un *doom-monger*, il s'acharne sur l'état négatif de l'économie et participe à prolonger les crises (Barber, 2015).

1.3 Les communications de la Banque du Canada

J'ai décidé d'analyser une source économique institutionnelle canadienne interagissant régulièrement avec les journalistes économiques : la Banque du Canada, banque centrale du Canada. J'ai fait ce choix car la Banque du Canada est l'institution financière la plus importante du pays et celle qui a le plus d'influence sur l'ensemble de la vie économique des citoyens et des entreprises (Scialom, 2013).

La presque totalité des pays du monde a aujourd'hui une banque centrale. Si les premières banques centrales sont apparues en Europe du Nord dès le début du 18^e siècle (Angleterre, Hollande, Suède), la majorité de ces institutions sont toutefois fondées au 20^e siècle, entre 1900 et 1950. La Banque du Canada est quant à elle créée en 1934. Au départ privée, elle est nationalisée dès 1938. Dans ce mémoire, je vais définir une banque centrale de la façon suivante : « une institution qui à son niveau le plus général exerce, pour le compte d'un État, le monopole de l'émission de monnaie à cours légal sur son territoire national » (Pineault, 1998 : 29). Les fonctions de la Banque du Canada sont de gérer les billets de banque du pays, être l'agent financier du gouvernement fédéral et le prêteur en dernier ressort des institutions de dépôt en plus de mettre en œuvre la politique monétaire, c'est-à-dire préserver la valeur de la monnaie et maintenir l'inflation à un niveau bas et stable (Scialom, 2013).

De leur fondation jusqu'au milieu des années 1990, les banques centrales ne communiquent pas avec les médias ou le grand public et sont très peu transparentes. Traditionnellement, les dirigeants des banques centrales considèrent leur rôle comme un art réservé à une élite. Si ces institutions communiquent un peu pendant cette période, elles le font avant tout par leurs actions, c'est-à-dire principalement relever ou baisser le taux directeur (Blinder et *al.*, 2008 : 910). Par communication, j'entends ici les allocutions, les témoignages devant des comités parlementaires, les conférences de

presse et toutes les autres activités médiatiques, dont les entrevues. Blinder et *al.* définissent la communication des banques centrales de cette façon : « the provision of information by the central bank to the public regarding such matters as the objectives of monetary policy, the monetary policy strategy, the economic outlook, and the outlook for future policy decisions » (Blinder et al., 2008: 913).

Vers le milieu des années 1990, un tournant s'opère autant dans la théorie que dans la pratique. La Réserve fédérale américaine publie son premier communiqué en 1994. La Banque du Canada publie un bulletin semestriel intitulé « Rapport sur la politique monétaire » depuis 1995. Un facteur important qui influence cette ouverture vers la transparence est la notion qu'une banque indépendante devrait être plus redevable au public. Les banques centrales auraient le devoir d'expliquer à la fois leurs actions et les réflexions qui sous-tendent leurs actions (Blinder et *al.*, 2008 : 912). Cet accent sur la transparence et la responsabilisation (*accountability*) veut dire que ces institutions aligneraient, selon certains analystes, leurs pratiques sur des principes démocratiques (Scialom, 2013 : 112). Dans la partie 2.1.1, j'expliquerai également comment la théorie néoclassique contemporaine des anticipations rationnelles a eu un impact majeur sur le début de la communication des banques centrales.

En 2004, le premier sous-gouverneur de la Banque du Canada, Paul Jenkins, déclare que la communication améliore l'efficacité de la politique monétaire et permet aux banques centrales de mieux s'acquitter de leur responsabilité envers le public (Jenkins, 2004). La communication améliorerait la politique monétaire car elle permettrait aux individus et aux entreprises de mieux saisir les objectifs de la banque et d'adapter leurs comportements en conséquence (Jenkins, 2004). Parmi les autres causes qui ont poussé les banques à communiquer, on retrouve aussi l'amélioration de la légitimité des institutions (Barbas, 2005 : 53), l'indépendance de ces institutions par rapport à l'État ou encore l'application d'une cible de prévisions d'inflation (la communication aide

les individus et les entreprises à comprendre la cible) (Clinton et *al.*, 2015 : 4). En fait, la littérature sur cette question est plutôt empirique et se développe sur deux axes : l'impact de la communication des banques centrales sur la volatilité des marchés financiers et la différence entre les stratégies de communication des banques centrales. Dans ce dernier cas, on peut par exemple comparer la transparence de deux banques. (voir Blinder et *al.*, 2008; et Guler, 2013 pour une revue de la littérature).

En effet, la grande question pour les chercheurs en science économique s'intéressant à la communication des banques centrales est de savoir si les communications affectent les marchés financiers ou non, c'est-à-dire de savoir si les communications peuvent déplacer les taux d'intérêt à court terme ou réduire l'incertitude du marché de manière plus générale (Blinder et *al.*, 2008 : 912). Les économistes ne s'entendent toujours pas sur la question. Hendry et Madeley (2010) suggèrent, dans leur étude sur les rendements et la volatilité des marchés de taux d'intérêt à court et à long terme de 2002 à 2008, que les communications de la Banque du Canada ont un effet surtout sur les marchés à court terme. Beck et *al.* (2013) analysent plutôt que la communication de la banque centrale est particulièrement importante pour la corrélation des taux d'intérêt à long terme au Canada et aux États-Unis. Pour Ehrmann et Fratzscher (2007), la communication est un outil pour préparer les marchés à des décisions futures. En résumé, s'il est clair que la communication peut être un outil important pour une banque centrale, puisqu'elle a la capacité d'affecter les marchés financiers, d'améliorer la prévisibilité des décisions de politique monétaire et potentiellement d'aider les banques centrales à atteindre leurs objectifs macroéconomiques, aucun consensus n'a encore émergé sur ce qui constitue une stratégie de communication optimale (Blinder et *al.*, 2008 : 910).

Sur la manière dont les médias traitent les communications de la Banque du Canada, seule une étude analyse la question en appliquant une stratégie de recherche

quantitative sur un corpus d'articles de médias canadiens anglophones – *Reuters, The Globe and Mail, National Post, Canadian Press* (Hayo et Neuenkirch, 2012). Les chercheurs en viennent à la conclusion qu'en général, la couverture médiatique n'a pas une grande influence sur la variation des marchés financiers.

Cette vue d'ensemble montre que les communications de la Banque du Canada ont fait couler beaucoup d'encre en science économique, mais pas du tout dans les disciplines ou sous-disciplines se rapportant aux études en communication. Je veux combler ce vide. C'est pourquoi mon projet de recherche vise à analyser les articles des journalistes économiques québécois traitant des communications de la Banque du Canada, et à comprendre la construction sociale de ces articles. Nous verrons ci-dessous ce que j'entends par « construction sociale des articles » et j'insisterai sur la pertinence et la contribution de cette recherche.

1.4 Pertinence de la recherche

Mon étude est pertinente pour trois raisons : (1) elle analyse le travail du journaliste économique et ses sources, un sujet sous-étudié; (2) ces sources économiques véhiculent, c'est mon hypothèse formulée dans la partie 1.6, l'économie néoclassique qui mérite une attention critique particulière; (3) les communications de la Banque du Canada n'ont été étudiées par aucun champ d'analyse des études en communication, (bien que je n'étudie que le traitement médiatique de ces communications).

En effet, des études empiriques dans les dernières années se sont intéressées aux sources culturelles, militaires, politiques et sociales des médias, mais rarement aux sources économiques (Broustau et Francoeur, 2017). La crise économique de 2007-

2008 a stimulé certaines études sur la couverture médiatique du domaine économique (De Rosa, 2010; Dumont-Blanchet, 2012; Schifferes et Roberts, 2015), mais celles-ci sont restées trop souvent dans l'analyse du contenu des médias. Je crois que l'économie représente tout un pan inexploré des sources interagissant avec les médias.

Pourtant, l'économie néoclassique, telle que promue par les grandes banques et la Banque du Canada et dont je tracerai les contours dans le chapitre 2, mérite une attention critique particulière. En effet, l'économie néoclassique est aujourd'hui une des formes dominantes de croyance collective au sein des sociétés modernes (Steiner, 2005, Bourdieu, 1997). Cependant, comme l'économie est une science sociale, elle est traversée par de multiples courants et de multiples écoles de pensées. La domination d'une école « orthodoxe » en économie est problématique parce qu'elle réduit à néant les approches hétérodoxes qui peuvent enrichir le débat et ouvrir de nouvelles alternatives. Cela mine l'autonomie du champ économique dans le sens que celui-ci est de plus en plus dominé par l'autorité de certains dirigeants que par des postulats scientifiques documentés (Fourcade, 2015).

Les communications de la Banque du Canada sont aussi un sujet inexploré par les études en communication. Les études en sciences économiques ont fait un bout de chemin, mais celles-ci sont uniquement quantitatives et surtout peu critiques (elles sont souvent financées par les banques elles-mêmes⁵). Je crois que les études journalistiques et la sociologie du journalisme devraient s'appropriier ce sujet de recherche. Ce n'est pas parce qu'un sujet est « économique » qu'il doit rester l'apanage de la théorie

⁵ Voir par exemple Hendry et Madeley, 2010 ou Guler, 2013. La plupart des banques centrales publient des *Working Paper* sur des sujets scientifiques. La Banque du Canada, de son côté, publie deux fois par année une série d'articles sur l'économie canadienne et les banques centrales dans la *Bank of Canada Review*.

économique. La sociologie économique ne cesse de le répéter depuis quarante ans (Granovetter, 2000).

1.5 Objectifs et question de recherche

Mon objectif est double. D'un côté, à travers une analyse de contenu, je veux explorer les postulats économiques se retrouvant dans les articles traitant des communications de la Banque du Canada. Je veux constater lesquels de ces postulats sont les plus présents et si ceux-ci sont mis en relation avec des sources opposées. De l'autre côté, je veux comprendre le pourquoi de la présence de certains postulats économiques dans les articles : les journalistes eux-mêmes ont-ils une conception orthodoxe ou hétérodoxe de l'économie ou vient-elle de l'extérieur (par les patrons, par les sources, par les pairs, etc.)? Pour cela, je m'intéresse à la construction sociale des textes journalistiques qui renvoie au processus d'écriture dans son ensemble, c'est-à-dire la situation sociale et intellectuelle du journaliste (son éducation et sa place dans le domaine journalistique), ses conditions de travail, etc. Autrement dit, tout ce qui se rapporte à la collecte, la réception de l'information et l'écriture de l'article. Je réaliserai cet objectif grâce à huit entrevues semi-dirigées avec des journalistes économiques. Je m'intéresse donc à la fois au texte et à la production du texte.

Suivant cette réflexion, la question de recherche est la suivante : Comment les postulats économiques sont-ils formulés et véhiculés dans le traitement journalistique des communications de la Banque du Canada ?

Deux sous-questions émergent de cette question principale : (1) Quels postulats économiques sont mis de l'avant et/ou invisibilisés dans les articles traitant des

communications de la Banque du Canada ? (2) Quelle relation peut-on établir entre la production du texte journalistique et les postulats économiques présents dans les articles ?

1.6 Hypothèse de recherche

La sociologie des connaissances économiques analyse que l'économie néoclassique en tant que croyance collective dominante s'est légitimée et institutionnalisée au 20^e siècle à partir de quatre facteurs fondamentaux : son épistémologie, les universités, les liens avec l'État nation moderne et l'hégémonie américaine. Cependant, pour se faire adopter, j'ai démontré que cette discipline avait besoin de se diffuser et de se vulgariser dans le grand public avec l'aide des chercheurs d'autres disciplines, mais surtout des essayistes populaires, des hommes politiques, des enseignants et des journalistes. Je propose donc un cinquième facteur ayant contribué à la diffusion et à la légitimation de l'économie néoclassique : les communications des banques centrales et leur traitement médiatique par les journalistes économiques.

À partir de ma question de recherche (Comment les postulats économiques sont-ils formulés et véhiculés dans le traitement journalistique des communications de la Banque du Canada) je formule mon hypothèse : les journalistes québécois participent à la diffusion, à la légitimation et à l'institutionnalisation de l'économie néoclassique comme « croyance économique » dominante par leur couverture des communications de la Banque du Canada. Ils participent à ce processus parce que, comme nous le verrons dans la partie 2.2.6, ils relaient dans leurs articles le fait que l'inflation est un phénomène monétaire, que les individus sont dotés d'anticipations rationnelles, que la crise économique vient d'un dysfonctionnement du système, que le libre-échange est

absolument nécessaire et que l'endettement est un outil permettant de mieux répartir ses dépenses.

On pourrait se demander ici si les résultats de ma recherche sont déjà connus, dans le sens que les journalistes économiques vont nécessairement véhiculer la vision de l'économie dominante proposée par la Banque du Canada. Pourtant, même si ce résultat principal était déjà connu, il serait toujours intéressant d'analyser comment se phénomène se représente dans la réalité (quels postulats sont présents par rapport à d'autres) et aussi comment les journalistes l'expliquent et l'interprètent. Mais je ne suis pas certain d'en arriver à ces résultats non plus. Une des dernières études faites sur la couverture économique des médias québécois montre que des journalistes adoptent parfois des positions critiques et nuancées par rapport à l'orthodoxie dominante (Dumont-Blanchet, 2012). Cette recherche est donc nécessaire pour vérifier la particularité québécoise du phénomène. Et si les résultats de l'analyse de contenu sont trop homogènes, les entrevues semi-dirigées de la deuxième phase de la collecte de données vont apporter des nuances et de la profondeur aux conclusions. Je crois qu'en ce sens cette recherche pourra servir autant les journalistes, les chercheurs et les observateurs critiques de la scène médiatique.

2 CHAPITRE II

L'ÉCONOMIE NÉOCLASSIQUE ET LES APPROCHES HÉTÉRODOXES

Dans ce chapitre, je vais détailler d'abord la théorie qui m'intéresse et que je veux critiquer : l'économie néoclassique. Je présenterai ses postulats fondamentaux, de l'équilibre général à l'utilité marginale en passant par l'individualisme méthodologique. J'expliquerai aussi l'influence de deux courants néoclassiques contemporains sur la politique monétaire : l'école monétariste et le courant des anticipations rationnelles. J'enchaînerai ensuite avec ce qui n'est pas pour moi l'économie néoclassique, c'est-à-dire les approches hétérodoxes en économie.

2.1 L'économie néoclassique

L'économie néoclassique est la théorie dominante en économie : elle est enseignée dans les écoles et les universités et mise de l'avant par les institutions (bancaires). Elle explique « les phénomènes économiques et sociaux à partir des choix des individus qui composent la société » (Bénicourt et Guerrien, 2008 : 5). Selon l'économiste Gary Becker, l'économie néoclassique est une méthode d'analyse qui suppose que les individus agissent toujours de manière à maximiser leur propre satisfaction (Becker, 1993). Il ne serait pas possible de résumer toutes les théories de l'économie néoclassique dans cette partie. Je vais donc me concentrer sur quelques-uns de ses postulats fondamentaux qui influencent les communications de la Banque du Canada.

L'économie néoclassique prend ses racines dans la décennie 1870. Elle regroupe au départ des auteurs connus sous le nom des « marginalistes », qui fait référence au concept d'utilité marginale développé par les économistes Léon Walras (école française), Carl Menger (école autrichienne) et William Stanley Jevons (école anglaise)⁶. Parmi les autres notions phares de cette discipline, on retrouve au départ la notion d'équilibre du marché (la concurrence parfaite), et surtout une base microéconomique fondée sur l'individualisme méthodologique, qui part du comportement des individus atomisés pour en déduire des phénomènes collectifs (Bénicourt et Guerrien, 2008).

L'économie néoclassique se développe en réaction à la montée du marxisme dans la deuxième moitié du 19^e siècle (les révolutions de 1848 par exemple, ou la commune de Paris de 1871). Les néoclassiques sont dans la continuité de la pensée des auteurs classiques de l'économie politique (comme Adam Smith et David Ricardo), mais utilisent davantage les mathématiques pour donner une légitimité supérieure à l'économie. Dès le départ, il y a donc la volonté de donner le titre de « science dure » à l'économie (Bénicourt et Guerrien, 2008).

Une des ruptures fondamentales par rapport aux auteurs classiques est la conception de la valeur. Chez Ricardo, par exemple, la valeur d'un bien équivaut à la quantité de travail nécessaire à sa production (Ouellet, 2018). Les néoclassiques parlent plutôt de valeur par utilité. Le prix d'une marchandise n'est donc pas déterminé par un travail, mais bien par l'équilibre du marché, c'est-à-dire par le prix que quelqu'un est prêt à

⁶ Si ces trois auteurs ont tous écrit des textes fondateurs de l'économie néoclassique, ils sont autonomes les uns des autres et de légères différences entre les écoles existent. Par exemple l'école autrichienne est plus attachée à la démarche subjective du comportement individuel et l'école française se préoccupe davantage des mécanismes abstraits de l'économie (Brémond, 1989).

payer pour son utilité (Bénicourt et Guerrien, 2008). Plus précisément, la valeur dans ce schéma dépend de l'utilité marginale, qui est la satisfaction que l'on obtient de la consommation d'un bien. L'utilité marginale est décroissante : l'utilité d'un bien diminue si on le possède déjà. C'est pourquoi certains penseurs critiques disent qu'il s'agit d'une abstraction de la détermination sociale de l'économie, dans le sens où cette science est fondée strictement sur l'échange et exclut le travail (Ouellet, 2018).

Comme le démontre le concept d'utilité marginale, une des grandes préoccupations de l'économie néoclassique est le comportement des consommateurs (la demande) et des producteurs (l'offre). L'objectif du consommateur est de maximiser sa satisfaction et celui du producteur de maximiser son profit. *L'homo economicus* agit rationnellement : confrontés à des alternatives, les consommateurs et les producteurs font habituellement ce qu'ils considèrent comme devant produire le meilleur résultat (Steiner, 2011 : 33).

Ces deux variables fondamentales, l'offre et la demande, se croisent sur des marchés. Un marché, selon la théorie néoclassique, est le lieu de rencontre entre une courbe d'offre et de demande d'un certain bien. Il est « l'émanation de choix rationnels d'individus [les producteurs et les consommateurs] considérés comme indépendants » (Granovetter, 2000 : 10). Puisque selon cette théorie nous vivons dans une économie formée d'échanges, les économistes néoclassiques considèrent qu'il est impératif d'analyser le fonctionnement des marchés (Brémond, 1989).

Mais plus précisément, qu'est-ce qu'un marché ? Doit-on parler de marché ou des marchés ? Un marché pour les économistes néoclassiques n'est pas un lieu déterminé où se retrouvent les achats et les ventes, mais « tout un territoire dont les parties sont unies par des rapports de libre commerce, en sorte que les prix s'y nivellent avec facilité et promptitude » (Brémond, 1989 : 30). Le but de constituer une économie de marché unifiée et équilibrée est le suivant : acheter une livre de pain dans une certaine partie

de la ville va coûter la même chose que dans une autre partie de la ville. Et aussi de pouvoir proposer des alternatives, par exemple le fait que la livre de céréales peut baisser au-dessous du prix de la livre de pain et ainsi modifier la consommation de pain. Suivons Jevons (cité dans Brémond) sur ce point :

À l'origine, un marché était une place publique dans une ville où des provisions et d'autres objets étaient exposés pour la vente; mais ce mot a été généralisé au point de signifier un corps de personnes qui sont en étroites relations d'affaires et qui effectuent sur une large échelle des transactions relatives à une marchandise quelconque. Une grande ville peut contenir autant de marchés qu'il y a de branches commerciales importantes. Le point central d'un marché, c'est la Bourse, les Hôtels de vente ou Salles d'enchères, où les commerçants ont coutume de se rencontrer et de traiter des affaires. (Brémond, 1989 : 30)

Comme le résume l'économiste Robert Boyer une question centrale occupe les économistes néoclassiques : « comment le marché peut-il rendre compatible une série de comportements d'agents indépendants, mais interagissant à travers un système de prix ? » (Boyer, 2013 : 54). Pour résoudre le problème de l'échange, c'est-à-dire comment se coordonner dans une économie de marché (et ainsi éviter une économie planifiée socialiste) l'économie néoclassique opte pour le modèle de la concurrence parfaite. Ce modèle repose sur trois conditions : « Il existe un système de prix qui assure l'égalité entre l'offre et la demande sur tous les marchés », « ce système de prix tend effectivement à se réaliser spontanément » et « cet équilibre est stable » (Bénicourt et Guerrien, 2008).

Le but de ce modèle est de démontrer qu'un ordre économique cohérent peut exister et résulter du comportement des individus rationnels. Les marchés se coordonnent avec les informations données par les prix et ces derniers sont autonomes donc indépendants de normes politiques, religieuses ou morales (Steiner, 2011 : 6). En confrontant l'offre et la demande globale pour un bien, on trouve le prix d'équilibre qui indique comment le produit sera échangé. Comme le résume l'économiste néoclassique anglais Alfred

Marshall dans ses *Principes d'économie politique* : « plus un marché approche de la perfection et plus forte est la tendance à payer les mêmes prix pour les mêmes marchandises en même temps sur tous les points du marché » (Marshall, 1971[1890]). Les conséquences d'un marché bien régulé touchent toute la société, si les trois conditions sont réalisées, le marché autorégule l'activité économique sans chômage et sans gaspillage : « puisque tous les facteurs de production sont utilisés, l'offre égale la demande sur tous les marchés, y compris le marché du travail » (Brémond, 1989 : 45).

En effet, dans ce modèle, le salaire provient de la rencontre entre l'offre et la demande de travail (Ouellet, 2018). On travaille en échange d'un salaire. Si aucun problème ne vient contrecarrer le marché de l'emploi comme une intervention de l'État par exemple, le plein-emploi est assuré, car les salaires seront assez bas et en accord avec l'offre de travail pour embaucher la population active. Encore une fois, le social est absent de cette analyse dans le sens où elle ne prend pas en compte les rapports de classes (être un patron ou un employé) ni ce que John Maynard Keynes appellera « le chômage involontaire » dû aux trop faibles salaires dictés par certains employeurs (Keynes, (1969[1936])).

En résumé et suivant Marc Lavoie, je peux résumer les présupposés de l'économie néoclassique de cette façon : une épistémologie instrumentaliste (une hypothèse est fructueuse si elle permet de faire des prédictions ou de calculer des coordonnées sans aucun souci de réalisme), l'individualisme méthodologique, une rationalité illimitée et une économie fondée sur l'échange et la rareté (Lavoie, 2004 : 12). Les approches hétérodoxes de l'économie, que nous verrons dans la partie 2.2, ont au contraire une épistémologie réaliste, un holisme méthodologique, une rationalité procédurale (les agents ont une capacité limitée à acquérir ou traiter l'information) et une économie de production (Lavoie : 2004 : 12).

Il faut dire que la diffusion et l'institutionnalisation de l'économie néoclassique sont aussi étroitement liées au développement et à la consolidation du capitalisme, ce dernier étant défini comme une « relation sociale médiatisée par une forme abstraite de richesse qui doit s'accumuler sans fin » (Ouellet, 2016 : 292). Je n'ai pas l'espace ni l'intention de démontrer comment le développement des idées économiques orthodoxes a pu influencer le régime économique capitaliste depuis 200 ans. Mais dans ce mémoire, je considère que les économistes néoclassiques ont contribué au développement du capitalisme (Henry, 1990). Le mouvement monétariste que je présenterai dans la prochaine partie est par exemple lié à la guerre froide libre-marché américain contre économie planifiée soviétique; les nouveaux idéologues du capitalisme numérique de la Silicon Valley se réclament aussi de l'économiste néoclassique Schumpeter pour qui l'innovation est le moteur de l'économie (Ouellet, 2018). Si bien sûr le capitalisme n'est pas mon sujet de recherche, son histoire et ses formes successives surgiront dans mon analyse et ma critique.

2.1.1 Les écoles contemporaines

Près d'un siècle et demi plus tard, la théorie néoclassique fonctionne encore aujourd'hui avec les mêmes postulats expliqués précédemment, à savoir, l'équilibre général et l'utilité marginale. Cependant, je ne peux passer sous silence l'apport des économistes néoclassiques contemporains à partir des années 1970. Les économistes néoclassiques se regroupent aujourd'hui autour de cinq courants : le courant de l'équilibre général, du « public choice », la nouvelle micro-économie, l'école monétariste et le courant des anticipations rationnelles (Brémond, 1989; Bénicourt et Guerrien, 2008). La grande différence avec le courant originel est que les nouvelles approches répondent aux critiques du keynésianisme, que nous définirons dans la partie 2.2.2. Pour mon sujet, je me focaliserai uniquement sur les deux dernières écoles dans

la mesure où elles impactent directement la politique monétaire et donc la Banque du Canada.

Le monétarisme (école de Chicago) s'érige contre le keynésianisme mis de l'avant par les États occidentaux dans les décennies suivant la Deuxième Guerre mondiale. Pour le keynésianisme, les États doivent intervenir dans l'économie pour stimuler la demande et la croissance. Les salaires doivent également être élevés et le développement des syndicats encouragés (Lavoie, 2004). Pour les monétaristes, l'inflation est toujours un phénomène monétaire et la monnaie est exogène et non endogène, c'est-à-dire que l'offre de monnaie dépend exclusivement d'une action délibérée de la banque centrale et non de facteur social ou politique (Lavoie, 1982).

Milton Friedman, l'économiste le plus connu de l'école monétariste, invite les États à renoncer à toute tentative de stimulation de l'activité économique, surtout par création monétaire. En termes de politique monétaire, les États doivent se fixer comme seul objectif le maintien de la stabilité des prix donc de maintenir l'inflation à un niveau stable et bas (Brémond, 1989 : 168). Pour Friedman, la cause immédiate de l'inflation est toujours la même : un accroissement trop rapide de la quantité de monnaie par rapport au volume de production. Conséquemment, « la seule politique monétaire efficace est celle qui consiste à accroître la quantité de monnaie à un taux stable et régulier qui suit approximativement l'évolution prévue de la production » (Friedman, 1969).

Suivant ces postulats, les monétaristes pensent que les gouvernements ne devraient pas intervenir dans l'économie, mais bien mener une politique monétaire stricte pour limiter la quantité de monnaie en circulation. Les États devraient plutôt viser l'équilibre budgétaire et laisser le libre-échange faire son travail de régulation. « Les années 1970 ont sonné le glas de l'ère keynésienne et vu l'émergence d'une nouvelle doctrine

économique affirmant le primat de la lutte contre l'inflation. [...] Les monétaristes firent de la lutte contre l'inflation leur cheval de bataille » (Scialom, 2013 : 108).

L'autre école importante est celle qui a fait émerger le courant des anticipations rationnelles. En effet, à partir des années 1970, la théorie néoclassique (anti-keynésienne) des anticipations rationnelles commence à acquérir beaucoup d'influence dans la sphère macroéconomique. La thèse de cette théorie, formulée entre autres par Robert Lucas et Thomas Sargent, est simple : les décisions des agents économiques, en termes d'investissement, en termes de consommation, ne dépendent pas seulement de ce qui se passe dans la période courante, ne dépendent pas seulement du passé, ils dépendent aussi de l'avenir (Julien, 2016 : 154). Les prises de décision des agents économiques, selon la théorie des anticipations rationnelles, dépendent de leur anticipation de l'avenir. Par exemple, un individu va devancer l'achat d'une maison s'il croit que les taux d'intérêt sont appelés à monter dans un futur proche. L'idée de base de cette théorie est que les individus vont prendre toute l'information publique disponible pour essayer de faire les meilleures prévisions possibles de manière à ne pas commettre d'erreurs systématiques. Ces hypothèses de rationalité — d'hyperactionnalité diront certains auteurs (par exemple Lavoie, 2004) — sont au fondement de l'économie néoclassique contemporaine.

Selon l'économiste Alain Paquet, la théorie des anticipations rationnelles a eu un impact majeur sur la politique monétaire promue par les banques centrales (Paquet, 2018, communication personnelle, 14 février 2018). C'est parce que la théorie des anticipations rationnelles postule que l'inflation courante dépend de l'anticipation des gens que les banques centrales vont commencer à appliquer une cible de prévisions d'inflation dans les années 1990. Le Canada applique sa cible dès 1991 (Clinton et *al.*, 2015 : 4). La Banque du Canada va commencer à communiquer dans les années 1990 pour suivre son objectif d'affecter les anticipations des agents rationnels (Clinton et *al.*,

2015). Les communications dans ce schéma servent principalement à préparer les investisseurs et les individus à l'annonce de changement de taux d'intérêt.

Si certains auteurs considèrent que l'économie néoclassique originelle et l'économie néoclassique actuelle ont certaines divergences (Scialom, 2013), je considère que ces deux courants participent à la même orthodoxie économique et s'appuient tous les deux sur les mêmes présupposés de base, c'est-à-dire un individualisme méthodologique et une croyance dans certains postulats comme le libre-marché et la concurrence parfaite. Ces deux courants se sont aussi érigés contre deux pensées plus socialisantes, le marxisme et le keynésianisme. Dans ce mémoire, je désignerai donc par économie néoclassique autant les premiers auteurs marginalistes (Walras, Jevons, Menger, Marshall) que les penseurs contemporains (Friedman, Lucas, Debreu, Arrow, Becker).

On pourrait aussi définir l'économie néoclassique par ce qu'elle n'est pas, c'est-à-dire par les approches hétérodoxes de l'économie qui vont à l'encontre du courant orthodoxe. Pour moi, les courants économiques qui ne relèvent pas de l'économie néoclassique sont la sociologie économique, l'économie postkeynésienne, l'économie marxiste, l'économie des conventions, l'école de la régulation qui relève des économistes institutionnalistes et l'économie comportementale (Orléan, 2011, Steiner, 2011). Je présenterai chacun de ces courants de manière très brève dans la prochaine partie. Mon objectif n'est pas de comparer ces courants entre eux, ni d'en préférer un aux autres, mais de tracer une limite plus claire de l'économie néoclassique en montrant ce qu'elle n'est pas. De plus, les approches hétérodoxes me seront utiles lors de l'analyse de mes données, car elles traceront les limites des postulats orthodoxes.

2.2 Les approches hétérodoxes

2.2.1 La sociologie économique

La sociologie économique étudie les faits économiques en les considérant comme des faits sociaux. Son but n'est pas de nier en bloc les affirmations de la théorie économique, mais plutôt de lier analyse sociologique et économique afin d'expliquer les phénomènes socio-économiques mieux que ne le fait la science économique (Steiner, 2011 : 27). Dans le monde anglo-saxon, la *new economic sociology* est fondée sur trois postulats : (1) Toute action économique est une action sociale; (2) L'action économique est socialement située et (3) Les institutions économiques sont des constructions sociales (Lévesque et *al.*, 2001 : 129). Comme l'affirme Benoit Lévesque et *al.* :

Les sciences économiques relèvent d'une conception endogène des phénomènes économiques, c'est-à-dire dont les processus sont interprétés comme s'ils se réalisaient selon la seule logique pure de l'action rationnelle (selon la logique marchande) [...] Plutôt que supposer la détermination économique de la société, la sociologie économique affirme la construction sociale de l'économie. (Lévesque et *al.*, 2001, p. 27).

Pour la nouvelle sociologie économique, les marchés ne sont pas formés par un ordre spontané d'agents économiques voulant maximiser leurs transactions marchandes, ces derniers sont plutôt les résultats « d'un ensemble non coordonné de décisions institutionnelles (politiques, juridiques, économiques), de relations personnelles et culturelles subissant et véhiculant les contingences de l'histoire » (Steiner, 2011, p. 72). Le marché est en effet une institution où les « agents économiques » doivent composer avec de multiples incertitudes, ce qui mine grandement leur agir rationnel.

Un des grands apports de la sociologie économique est d'analyser les médiations sociales qui permettent aux individus de s'orienter dans les situations d'incertitude, par

exemple les réseaux interpersonnels ou d'autres dispositifs comme les guides (le guide de l'auto, des meilleurs vins, etc.), les marques (les marques de vêtements par exemple), etc. (Karpik, 2007; Granovetter, 1974). La contribution de la sociologie économique est double. D'un côté, les chercheurs décrivent de manière empirique les dispositifs et les comportements à l'œuvre dans les formes de coordination. Une forme de coordination étant par exemple la manière dont les individus se comportent dans un marché particulier. De l'autre, ils vont élaborer des propositions théoriques suivant ces analyses (Steiner, 2011 : 37-38). Le but central étant, comme le dit Granovetter, de renverser « l'impérialisme économique » en proposant des analyses sociologiques de thèmes économiques comme les marchés, les contrats, l'argent, le commerce, les banques, etc. (Granovetter, 2000 : 203).

2.2.2 L'économie postkeynésienne

L'économie keynésienne prend ses racines dans l'œuvre de John Maynard Keynes. Le terme postkeynésien désigne les économistes qui se sont inspirés de Keynes pour pousser son travail plus loin. Dans son œuvre majeure *Théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie* (1936), Keynes introduit deux concepts qui entrent en contradiction avec l'économie néoclassique : le chômage involontaire et la demande effective.

Dans la théorie néoclassique de l'emploi, le salaire est égal au produit du travail et la hausse du salaire minimum provoque une hausse du chômage. Le plein-emploi est donc atteint quand les salaires sont assez bas pour faire travailler le plus de travailleurs. Keynes pourfend cette analyse. Selon lui, des salaires trop bas peuvent conduire à une nouvelle forme de chômage qu'est le chômage involontaire. Il faut par conséquent monter les salaires pour encourager les gens à se joindre à la population active: « La

hausse des salaires réels permet un accroissement de la demande globale réelle, et ainsi un accroissement de la production et de l'emploi » (Lavoie, 2004 : 86). Le principe de demande effective indique quant à lui que la production s'ajuste à la demande. L'économie est menée par la demande et non « par les contraintes issues de l'offre et des dotations existantes [revenu étatique assigné à faire fonctionner un service public] » (Lavoie, 2004 : 17). Suivant ce principe, il est bon que l'État stimule la demande pour relancer l'économie. Les postkeynésiens critiquent bien d'autres postulats de l'économie néoclassique : un accroissement de la demande ne provoque pas une hausse des prix, la baisse de l'épargne ne déclenche pas la chute de l'investissement, la flexibilité des prix ne ramène pas l'économie à son équilibre (Lavoie, 2004 : 5). Ceux-ci jugent au contraire que des syndicats forts, des salaires minimums élevés et des législations contre la libre circulation des capitaux sont nécessaires pour réguler le capitalisme qui peut être un bon système à condition qu'il soit bien encadré et règlementé (Lavoie, 2004 : 113).

2.2.3 L'économie marxiste

L'économie marxiste constitue le volet économique de la pensée de Karl Marx. Marx, dans *Le Capital* (1977[1867]), explique que le travail abstrait (et non le travail lui-même) donne de la valeur aux marchandises. Dans le capitalisme, le sujet réifié (transformé en chose) est une chose mesurable en temps de travail (Ouellet, 2016). Autrement dit, la substance de la valeur est le travail et la mesure de sa quantité est la durée du travail. « Ce n'est que dans le capitalisme que le travail, au lieu d'être « enchâssé » dans l'ensemble des relations sociales, comme c'était le cas dans les sociétés précapitalistes, devient lui-même un principe de médiation sociale » (Jappe, 2011). La domination n'est donc plus seulement la domination de classe comme dans les sociétés

aristocratiques où les nobles dominaient les cerfs, mais le fait que la société est organisée autour du travail abstrait (le salariat est au centre du lien social).

Pour Marx, l'élément fondamental du capitalisme est le fétichisme de la marchandise qui est créée par l'institutionnalisation de la norme temporelle qui associe le temps à l'argent. En effet, la valeur d'échange des choses supplante leurs valeurs d'usage. « C'est seulement dans leur échange que les produits du travail acquièrent comme valeurs une existence sociale identique et uniforme, distincte de leur existence matérielle et multiforme comme objets d'utilité » (Marx, 1977[1867] : 69). Pour accumuler du capital, les capitalistes achètent de la force de travail et des moyens de production pour produire de nouvelles marchandises qui sont vendues pour acquérir du nouvel argent qui sera en partie réinvesti. Marx distingue deux sphères d'accumulation du capital : la sphère de la circulation et la sphère de la production (Fuchs, 2010 : 182).

Dans la sphère de la circulation, l'argent est transformé en marchandise, et les capitalistes achètent la force de travail et les moyens de production. Dans la sphère de production, un nouveau bien est produit, augmenté par la valeur de la force de travail et des moyens de production. De retour dans la sphère de la circulation, la marchandise est vendue sur le marché à un prix supérieur à son coût de production ce qui provoque une plus-value. Le capital monétaire initial M devient M' . Une partie de M' est réinvestie pour continuer à faire tourner la roue. La plus-value dans ce schéma est générée par le travail non payé des ouvriers (Fuchs, 2010 : 182-183). Pour Marx, la valeur ne vient que de l'abstraction de l'activité sociale qui permet la quantification du travail et son échange contre un salaire (Ouellet, 2016). Je peux alors dire que la marchandise dans le capitalisme est fétichisée parce l'échangeabilité des marchandises apparaît comme une propriété interne et naturelle, et non comme une conséquence de leur production par les humains. Les économistes marxistes s'inspirent donc de la pensée de Marx. Bien entendu, ce courant de pensée n'est pas unifié et a connu

quelques scissions au 20^e siècle, entre autres entre les marxistes plus attachés au *Capital* et les marxistes-léninistes liés au militantisme communiste (Martin et Ouellet, 2014).

Influencés par la financiarisation de l'économie dans la deuxième moitié du 20^e siècle, c'est-à-dire l'influence grandissante de la finance et des banques dans la reproduction du capital, plusieurs économistes marxistes vont faire une distinction entre le capitalisme libéral d'origine et le capitalisme avancé. Les quatre grandes caractéristiques de ce dernier sont : la grande corporation, le système des brevets, des marchés à tendance monopolistique ou oligopolistique et le système financier (Duhaim, 2018). Une des transformations majeures est la séparation entre la propriété et la gestion et surtout l'apparition de la propriété intangible (Pineault, 2008). Les compagnies ne sont plus possédées par une seule personne ou une seule famille, mais bien par des actionnaires. Les corporations (sociétés anonymes par actions) deviennent les institutions centrales des capitalistes. Plutôt que de simplement vendre des marchandises à des prix supérieurs à leur coût de production, les corporations anticipent leur profit dans le futur, notamment en détruisant les barrières à l'entrée et en éliminant les compagnies rivales. Facebook est un bon exemple de ce processus alors que cette compagnie a acheté ses rivaux (Instagram et Oculus Rift) au lieu d'accepter une saine concurrence (Ouellet, 2018).

Pour résumer la théorie, avant (19^e siècle et début 20^e) le capitalisme libéral accumulait du capital avec des actifs matériels (usine, travailleurs, marchandise), maintenant (deuxième moitié 20^e siècle) le capitalisme avancé accumule du capital par des actifs immatériels (valeur de l'action en bourse, structure monopolistique, image de marque, publicité). Par exemple si Apple vaut 1000 milliards, ce n'est pas à cause d'un profit matériel sur chaque cellulaire, c'est à cause de la stimulation de la valeur de l'action en bourse (Fuchs, 2010; Fuchs, 2012).

C'est ainsi que le problème classique de la baisse tendancielle du taux de profit⁷ fait place en contexte monopolistique à un problème de suraccumulation, d'où l'idée du crédit pour stimuler la reproduction de la force de travail. Le problème avec les grandes compagnies comme les GAFAs (Google, Apple, Facebook, Amazon) est qu'ils ont trop accumulé de capital. Ils sont donc plus puissants que beaucoup d'États-nations (Ouellet, 2018). « C'est un capitalisme de surproduction, écrit Deleuze. [...] Ce qu'il veut vendre, c'est des services, et ce qu'il veut acheter ce sont des actions (1990). »

2.2.4 L'économie des conventions et l'école de la régulation

L'économie des conventions est une théorie qui explique la façon selon laquelle les individus effectuent des choix dans des situations d'incertitude. Il s'agit d'un courant d'études très foisonnant depuis les années 1980, qui se situe aux frontières de la sociologie et de l'économie (Rallet, 1993 : 47). Keynes avait déjà affirmé dans le chapitre 12 de la *Théorie générale* que la spéculation boursière (le fait d'acheter des actions en bourse et de spéculer sur leurs valeurs futures) se basait sur des conventions et non sur des informations claires. « Cette convention consiste essentiellement dans l'hypothèse que l'état actuel des affaires continuera indéfiniment à moins qu'on ait des raisons définies d'attendre un changement » (Keynes, 1969[1936] : 164).

⁷ Selon la théorie de la valeur, la production capitaliste de marchandises contient à la base une contradiction interne très importante. Pour être le plus performant possible, le capitaliste doit acquérir la meilleure technologie disponible, mais cette même technologie vient progressivement remplacer la force de travail qui est justement la source principale de profit. Le développement des technologies diminue les profits dans leur totalité. Moins une marchandise contient de travail, moins elle a de valeur. C'est ce que Marx a appelé la baisse tendancielle du taux de profit.

Les conventionnalistes reprennent cette hypothèse en la poussant plus loin. En effet, le mécanisme de valorisation boursière, selon André Orléan, repose plutôt sur une logique mimétique basée sur la confiance. Les agents économiques actifs sur le marché boursier ne fondent pas leur choix sur des critères rationnels, mais bien sur une prévision et une anticipation du mouvement de l'opinion majoritaire. Au contraire des présupposés de la théorie des anticipations rationnelles, la bourse n'est pas un lieu désocialisé où se rencontrent des acteurs rationnels. Elle est plutôt un lieu de socialisation (Ouellet, 2016). Il ne s'agit pas d'analyser les effets des informations, mais de prévoir la réaction des autres investisseurs (Orléan, 2011 : 279).

Pour Orléan, les évaluations financières sont caractérisées par une « subjectivité irréductible » (Orléan, 2011 : 257). Les acteurs économiques ne peuvent jamais être réellement rationnels et informés, comme le prétend l'économie néoclassique, car « l'incertitude est ce qui caractérise la vaste majorité des situations auxquelles un homme d'affaires est confronté » (Orléan, 2011 : 254). Dans une situation d'incertitude, l'individu n'a que sa faculté de juger, donc ses opinions personnelles. Dans une telle perspective, « l'idée d'une objectivité du futur, même de nature probabiliste, est totalement inutile, pour ne pas dire incongrue » (Orléan, 2011 : 251).

L'école de la régulation est quant à elle apparue au milieu des années 1970 avec les travaux de Michel Aglietta sur le développement du capitalisme aux États-Unis. On peut dire que cette approche a pour mission l'étude, « avec l'aide de concepts intermédiaires, de la transformation des rapports sociaux créant des formes structurelles reproduisant un mode de régulation », la notion de mode de régulation étant « un ensemble cohérent de mises en formes de divers rapports sociaux (à travers les institutions, les normes et la routine sociale) formant système et assurant une régularité à ces rapports dans une société, pour une période donnée » (Lévesque et al., 2001 : 92-93). Pour les régulationnistes, le concept de mode de production marxiste est

trop englobant (le mode de production capitaliste contre le mode de production féodaliste, par exemple). Ceux-ci introduisent le concept de mode de régulation pour analyser les différentes formes du capitalisme.

En effet, Aglietta analyse les différentes formes du capitalisme aux États-Unis, du taylorisme de la fin du 19^e au début du 20^e jusqu'au fordisme après la Deuxième Guerre mondiale. Le fordisme étant caractérisé par la montée de la consommation de masse et de la société de consommation en général. Dans ce modèle, le marché devient une institution comme une autre et s'intègre dans un ensemble plus vaste de codifications sociales, de dynamiques, d'espaces de régulation et de trajectoires nationales (Lévesque et al., 2001 : 95). Des travaux plus récents de régulationnistes évoquent le passage du fordisme analysé par Aglietta à un nouveau modèle fondé davantage sur la finance, ce que Robert Boyer nomme « l'accumulation extensive avec consommation de masse » et régnant depuis la fin du 20^e siècle sur notre économie (Boyer, 2004).

2.2.5 L'économie comportementale

Il n'est pas possible de ne pas mentionner l'économie comportementale. Après tout, le Nobel d'économie a été remis à un de ses théoriciens en 2017, Richard Thaler. L'économie comportementale provient de la rencontre entre la psychologie et l'économie. Comme la sociologie économique, cette théorie remet en question les postulats orthodoxes du marché efficient habités par des acteurs hyperrationnels. Au contraire, l'humain est sujet à de nombreux biais dans sa prise de décision. On peut en dénombrer plusieurs par exemple le biais de cadrage (comment les options sont présentées), le biais d'ancrage (se fier à une situation de référence) ou encore le biais d'aversion pour la perte (on déteste davantage perdre de l'argent qu'aimer en gagner) (Bergeron et al, 2018).

Suivant ces observations, le postulat fondamental de cette théorie est le suivant : la suggestion indirecte peut influencer la prise de décision de façon aussi efficace que l'instruction directe. En ce sens, il est possible d'introduire des dispositifs (des *nudges*) pour modifier les biais de rationalité et inciter les gens à prendre de meilleures décisions individuelles. Il s'agit de modifier le comportement des consommateurs en douceur pour les orienter vers ce qui est jugé comme étant le bien général (Bergeron et al, 2018). Par exemple, le fait de placer les aliments sains dans une meilleure position que le *fast food* dans une cafétéria va inciter les consommateurs à mieux s'alimenter.

Toutefois, si l'économie comportementale critique la rationalité de l'économie néoclassique, elle n'émet pas une critique fondamentale de cette théorie, dans le sens que les consommateurs pourraient être rationnels si bien avertis. Ce courant supposément hétérodoxe s'appuie aussi sur de l'individualisme méthodologique (Bergeron et al, 2018). J'ai donc beaucoup de réserves pour cette théorie qui souhaite apprendre aux gens à bien agir en modifiant leur comportement. Je la mentionne ici mais je tiens à garder mes distances avec elle.

2.2.6 Synthèse des approches hétérodoxes

Voici une courte synthèse présentant les postulats de l'économie néoclassique que les approches hétérodoxes remettent en question. Pour l'économie néoclassique, l'individu (*l'homo economicus*) agit toujours rationnellement pour maximiser son résultat, sa satisfaction s'il est consommateur et son profit s'il est producteur. L'individu est même doté d'anticipations rationnelles : il va dépenser plus quand les taux d'intérêt sont bas et moins quand les taux montent. Il va adapter son comportement au taux d'inflation. L'économie des conventions démontre plutôt que c'est l'incertitude qui caractérise la vaste majorité des situations auxquelles les individus sont confrontés. Loin d'être

rationnels, les choix des individus sont basés sur des conventions (l'état actuel des affaires continuera indéfiniment) et ces conventions, basées sur des opinions personnelles, sont très fragiles. La sociologie économique va dans le même sens en démontrant que les choix économiques des individus reposent oui sur des conventions, mais aussi sur des médiations sociales comme des réseaux, des relations personnelles, des guides, des marques. L'économie comportementale parle elle des nombreux biais des consommateurs. Tous des facteurs minant la rationalité de *l'homo economicus*.

Si pour l'économie néoclassique les individus sont rationnels, l'endettement est alors simplement un outil pour mieux répartir ses dépenses (Poloz, 2018). Plus sa vie avance, plus l'individu va vouloir posséder des actifs (une maison, une voiture, etc.). Le crédit est indispensable pour permettre aux personnes d'accéder à la propriété. Les causes de l'endettement sont donc le désir de propriété et la hausse des prix des logements (Poloz, 2018). L'économie marxiste montre plutôt que le crédit est le moteur de l'économie depuis la troisième révolution industrielle dans les années 1970. Loin d'être un choix, l'endettement est une obligation car il est une condition de possibilité pour permettre la reproduction du travail (Lohoff et Trenkle, 2014). L'économie industrielle n'étant plus capable de maintenir son rythme d'accumulation, l'économie financière prend le relais et les actifs immatériels comme le crédit participent à la création de la valeur.

Autre facteur : pour l'économie néoclassique, l'économie est constituée d'échange, il faut donc défendre le libre-échange à tout prix. Non seulement faut-il défendre le libre-échange, mais il faut aussi abattre les imperfections qui entravent la libre concurrence ou la circulation d'une information parfaite (Lavoie, 2004). Il faut signer le plus de traités de libre-échange possible et tenter de produire une flexibilité des prix parfaite (concurrence parfaite) à travers toutes les économies. « S'il était seulement possible de se débarrasser des imperfections qui entravent la libre concurrence ou la circulation d'une information parfaite, la parfaite flexibilité des prix permettrait d'arriver au

meilleur des mondes ». (Lavoie, 2004 : 15). Pour les économistes postkeynésiens, l'économie n'est pas constituée d'échanges, mais de production et donc de monopole (Lavoie, 2004). Le libre-échange sans entrave mène à la formation de corporations monopolistiques ou oligopolistiques où les entreprises peuvent contrôler les prix pour nuire aux firmes rivales. Les entreprises opèrent dans le cadre de marchés de concurrence imparfaite. Sans nécessairement s'opposer au libre-échange, les postkeynésiens prônent souvent que l'intervention de l'État peut être nécessaire pour stimuler la demande.

De plus, pour les économistes néoclassiques, les crises économiques sont provoquées par un choc externe venant perturber le fonctionnement parfait des marchés. Les crises proviennent du dysfonctionnement du système provoqué par les autorités, par exemple de l'intervention étatique, du protectionnisme, et des barrières contre le libre-échange. Pour John Maynard Keynes, les crises économiques viennent plutôt d'une insuffisance de la demande. Chez l'école de la régulation, les crises trouvent leur fondement dans le changement des conditions générales de production et, pour le postkeynésien Minsky, les crises sont endémiques au capitalisme parce que les périodes de prospérité encouragent les emprunteurs et les prêteurs à prendre des risques (Thompson, 2015).

Pour finir, pour l'économie néoclassique, et particulièrement dans l'école monétariste, l'inflation est strictement un phénomène monétaire. Le stock de monnaie circulant dans l'économie dépasse la quantité de biens et services offerts. « Les néoclassiques attribuent l'inflation au taux de croissance excédentaire de l'offre de monnaie fournie par la banque centrale » (Lavoie, 1987). La banque centrale doit par conséquent combattre l'inflation en montant les taux d'intérêt. Chez les approches hétérodoxes, l'inflation peut au contraire avoir des causes sociales et politiques. Pour les postkeynésiens, l'inflation dépend de la croissance des salaires nominaux par rapport à la productivité des entreprises (Lavoie, 1987). Pour les économistes marxistes,

l'inflation vient de la demande (l'offre de biens et de services est inférieure à la demande) (Duménil et Lévy, 1999).

Cette synthèse permet de formuler mes cinq indicateurs de présence de l'économie néoclassique dans les articles ayant comme sujet les communications de la Banque du Canada. J'ai développé ces indicateurs en effectuant une revue de la littérature de la théorie économique néoclassique et des approches hétérodoxes, et je les ai ensuite testés par une pré-analyse de vingt articles. De manière très synthétique, mes cinq indicateurs sont les suivants : (1) **l'inflation** comme phénomène monétaire, (2) une **crise économique** comme dysfonctionnement du système, (3) **l'hyper-rationalité** des agents économiques, (4) pour un **libre-échange** sans entrave, (5) **l'endettement** comme outil qui permet de mieux répartir les dépenses. Passons maintenant au chapitre trois consacré à la méthodologie.

Tableau 2.1

Les indicateurs de postulats économiques orthodoxes et hétérodoxes

Indicateurs	Inflation	Rationalité des individus	Crise économique	Libre- échange	Endette- ment
Orthodoxe	Phénomène strictement monétaire	Hyper- rationalité des agents économiques	Vient de choc externe	Le plus possible sans entrave	Un outil pour répartir ses dépenses
Hétérodoxe	Peut avoir des causes sociales ou politiques	Les agents économiques ne sont pas rationnels	Endémique au capitalisme	Doit être régularisé et limité.	Une obligation imposée par le système

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE

3.1 Stratégie de recherche

Puisque ma démarche vise la compréhension d'un phénomène c'est-à-dire la relation entre la production du texte journalistique et les postulats économiques présents dans les articles, mais aussi parce que je vise la création de sens et la modélisation, j'ai opté pour une stratégie de recherche qualitative (Mongeau, 2008 : 84). L'approche qualitative permet aussi d'extraire le sens social des textes, ce qui offre un niveau de lecture augmenté par rapport à l'approche quantitative qui réduit les documents à des données textuelles (Gauthier, 2009 : 431).

Cependant, comme l'écrit le chercheur Michael Quinn Patton (1999), comme elle ne vise pas la généralisation par des techniques scientifiques systématiques comme l'analyse quantitative, l'analyse qualitative fait face à trois tests de crédibilité. Le chercheur qui veut utiliser une approche qualitative doit déployer des techniques rigoureuses pour recueillir des données de qualité, en accordant une attention particulière aux questions de validité, de fiabilité et de triangulation; ensuite, il doit s'assurer de sa crédibilité en tant que chercheur, ce qui dépend de sa formation, de son expérience et de ses antécédents; pour finir, il doit avoir une « croyance

philosophique » dans la valeur de la recherche qualitative, c'est-à-dire une appréciation des méthodes qualitative et de l'analyse inductive (Patton, 1999 : 1990).

Pour répondre à ces défis de crédibilité, mais aussi pour éviter certains obstacles rencontrés par des recherches sur la relation médias-sources qui ont utilisé l'analyse de contenu (voir Francoeur et Boulay, 2014), j'ai choisi d'utiliser la triangulation en combinant deux méthodes de collecte de données qualitatives. On peut définir la triangulation de cette façon : « triangulation refers to the use of multiple methods or data sources in qualitative research to develop a comprehensive understanding of phenomena » (Carter et *al.*, 2014: 545). C'est essentiellement le fait de croiser des méthodes de collecte de données pour confirmer ou infirmer les hypothèses de recherche. Puisque chaque méthode de recherche révèle différents aspects de la réalité empirique, combiner plusieurs méthodes de collecte et d'analyse des données ajoute de la fiabilité aux résultats (Patton, 1999 : 1192). Cela permet aussi d'éviter les biais causés par les erreurs de collecte de données. « La multiplication des méthodes (entrevues, études de statistiques, revue de presse, etc.) permet au chercheur « d'asseoir » ses observations sur des bases plus solides » (Gauthier, 2009 : 30).

Il existe plusieurs méthodes de triangulation. Le chercheur peut combiner les méthodes de collecte de données, les sources de données, les analyses en répétant une même analyse plusieurs fois, ou encore les théories en utilisant plusieurs perspectives théoriques sur les mêmes données (Carter et *al.* : 545). J'ai opté de notre côté pour une triangulation des méthodes, en utilisant à la fois l'analyse de contenu et l'entrevue semi-dirigée.

3.2 La collecte de données

3.2.1 L'analyse de contenu qualitative

Selon le méthodologue Berelson, « l'analyse de contenu est définie comme une technique de recherche objective, systématique et quantitative de description du contenu manifeste de la communication » (Berelson, 1952 : 9). Cette définition classique et positiviste de l'analyse de contenu est toutefois critiquable, car elle interdit de dépasser le contenu manifeste et ne permet pas d'accéder à la notion « d'inférence » qui « implique la nécessité de relier les messages à leur contexte de production ou de réception » (de Bonville, 2000 : 13).

En rapport à mes objectifs de recherche qui s'intéressent à la relation médias-sources, la définition de Paul Sabourin est un peu plus juste : « L'analyse de contenu est un ensemble de démarches méthodologiques recourant à des méthodes et des techniques utilisées en vue d'interpréter des documents dans le but de connaître la vie sociale » (Gauthier, 2009 : 416). De plus, l'analyse de contenu est particulièrement adaptée à des messages qui font l'objet d'une production routinière comme des articles de journaux (de Bonville, 2000 : 16).

3.2.2 Description du terrain

J'ai choisi trois médias québécois pour mon corpus : *La Presse*, *Radio-Canada* et *Les Affaires*. Le journal *La Presse* est fondé en 1884 par William Blumhart. Ce média a connu cinq propriétaires, mais est surtout associé à son appartenance à la société de gestion de portefeuille *Power Corporation* de 1967 à 2018. Pendant ces années, le média est généraliste, mais promeut une ligne éditoriale libérale et fédéraliste: il endosse généralement les politiciens appartenant aux partis libéraux provinciaux et

nationaux (Larocque, 2018). Depuis le 8 mai 2018, *La Presse* a toutefois rompu ses liens avec la multinationale pour devenir un organisme sans but lucratif (la multinationale a tout de même injecté 50 millions dans la restructuration du journal). Le but étant de pouvoir recueillir les dons du public avec l'aide d'une fiducie d'utilité sociale (Bourdeau, 2018). Avant-gardiste en termes de transition numérique, le journal a lancé *La Presse +*, son édition numérique, dès 2013 et a définitivement abandonné sa version papier fin 2017.

La Société Radio-Canada est le radiodiffuseur public national du Canada. Créée en 1936, elle est le service de diffusion le plus ancien du Canada et a pour tâche, entre autres, de refléter la globalité canadienne et de contribuer à la création de l'identité nationale. Son objectif ultime est de « servir l'intérêt public » c'est-à-dire « d'informer, de révéler, de contribuer à la compréhension d'enjeux d'intérêt public et d'encourager la participation des Canadiens à notre société libre et démocratique » (Radio-Canada, 2018). Historiquement présent à la radio et la télévision, *Radio-Canada* a pleinement assumé la transition numérique et la convergence des contenus vers le web depuis une dizaine d'années (Francoeur, 2011).

Fondé en 1928, et possédé par la multinationale TC Média depuis 1979, *Les Affaires* est un journal bi-mensuel économique. Créé par Raoul Renault, sa mission est d'abord de stimuler l'entrepreneuriat des Canadiens-français. Aujourd'hui, les pages de ce média « témoignent des défis et des succès des entreprises d'ici et de leurs dirigeants, de la transformation de l'économie, des industries, du paysage local et de la scène internationale » (Cailliau, 2018). Le public cible est la communauté d'affaires québécoise, la publication poussant des réflexions concernant les stratégies d'entreprise, l'entrepreneuriat ou les finances personnelles (Cailliau, 2018).

La sélection de ces trois journaux est représentative de l'écosystème médiatique québécois pour plusieurs raisons. Tout d'abord, j'ai choisi des médias présents sur internet, car « le web est devenu un moyen de communication particulièrement important en ce qui a trait à la politique monétaire » (Jenkins, 2004). En 2015, *La Presse* possédait 24,6 % des parts de marché des quotidiens québécois. La version numérique menait le peloton en attirant 1 910 000 lecteurs par semaine en 2016 (Jacques, 2017). Du côté de *Radio-Canada*, le site web a attiré 18 millions de personnes par mois entre avril et octobre 2017 (CBC/Radio-Canada, 2017). *Les Affaires* avait pour leur part un auditoire de 374 000 personnes par mois en 2016, au second rang chez les magazines derrière *Ricardo* (Jacques, 2017).

Ces médias sont donc représentatifs parce qu'ils ont une grande portée, mais aussi parce qu'ils couvrent le domaine économique de façon systématique. Dans un article du *Trente* publié en 2012, plusieurs intervenants ont déclaré que *La Presse*, certains chroniqueurs des *Affaires* et *Radio-Canada* étaient les médias qui couvraient le mieux l'actualité économique au Québec (Castonguay, 2012). Mon terrain est aussi représentatif parce qu'il mêle médias privés et publics, ainsi que des quotidiens et des magazines. De plus, tous les articles sont disponibles sur Eureka.cc, ce qui facilite la collecte de données.

Au niveau de la délimitation temporelle du corpus, j'ai choisi d'observer les articles publiés entre décembre 2017 et décembre 2018 concernant les communications de la Banque du Canada (104 articles). Les communications de la Banque du Canada sont toutes préétablies d'avance. La publication du rapport sur la politique monétaire a toujours lieu en avril et en octobre, et la mise à jour du rapport en janvier et en juillet (Jenkins, 2004). Le rapport sur la politique monétaire n'est pas la seule communication de la Banque du Canada, celle-ci publie parfois des allocutions, des témoignages, des conférences de presse et des entrevues (Jenkins, 2004). La banque centrale publie aussi

certaines études sur la confiance des entreprises ou des investisseurs. J'ai évalué le traitement médiatique de toutes les communications de la banque centrale.

3.2.3 Modalité d'analyse des données

Toute analyse de contenu bien menée comprend trois phases principales : « la préparation de l'analyse, le traitement des données, et enfin, l'interprétation des résultats » (de Bonville, 2000 : 23). La phase la plus longue du traitement des données est la catégorisation des messages. Durant cette étape, « chaque élément du corpus est analysé et des catégories lui sont attribuées, souvent sous forme de codes » (de Bonville, 2000 : 28). L'utilisation de grilles d'analyse est donc centrale dans le processus d'analyse des données.

Pour coder, j'ai choisi d'utiliser une méthode mixte, qui est un modèle intégrant le modèle ouvert, pour lequel les catégories sont définies *a posteriori* (à partir des messages eux-mêmes), et du modèle fermé pour lequel celles-ci sont définies *a priori* (à partir de la théorie) (Bonneville et al., 2007 : 194). Les catégories émergent à la fois à partir de la lecture de la théorie et de la lecture du corpus. Concrètement, cela veut dire que mes indicateurs ont été prédéterminés dès le départ comme dans une approche hypothético-déductive (partie 2.2.6), mais je me suis autorisé à modifier ces indicateurs si la lecture de mon corpus faisait émerger de nouveaux indicateurs, comme dans une approche inductive.

Pour résumer ma démarche, la première étape du travail est de constituer l'échantillon des articles. J'ai ensuite lu les articles de mon corpus à la lumière de ma problématique de recherche. Puis, j'ai découpé les articles en unités d'analyse, c'est-à-dire procédé au codage des informations contenues dans les documents. Dans une analyse qualitative,

« le chercheur lit et parcourt les documents et repère les noyaux de sens, c'est-à-dire les plus petites unités de sens qui peuvent être tantôt une phrase, tantôt un groupe de phrases » (Bonneville et *al.*, 2007 : 194). Il faut coder son matériel en fonction de l'unité d'analyse ce qui fait émerger les catégories. « L'analyse de contenu renvoie à l'application systématique des règles de codification que le chercheur construit au fur et à mesure qu'il travaille sur les documents analysés » (Bonneville et *al.*, 2007 : 194). J'ai ensuite procédé à l'interprétation des résultats.

Puisque j'utilise une méthode mixte pour développer les catégories, le plus grand risque est la fidélité des résultats. La mesure de fidélité concerne la constance du chercheur dans le travail de codage. « La fidélité d'une analyse de contenu est fonction de son degré d'indépendance à l'égard de la subjectivité de l'analyste et des codeurs » (de Bonville, 2000 : 178). Pour assurer l'objectivité de ma recherche et sa fiabilité, je me suis assuré pendant le codage de suivre les notions de répétabilité, de reproductibilité et d'exactitude. Cela veut dire que j'ai œuvré avec les mêmes règles et le même état d'esprit pour chacune des séances de codage.

3.3 L'entrevue semi-dirigée

Selon Kackman et Kearney (2018), les études journalistiques ont trois angles de recherche (la production, la réception et le texte lui-même) et doivent en choisir au moins deux pour être efficaces. J'ai choisi d'effectuer huit entrevues semi-dirigées pour compléter et mettre en contexte mon analyse de contenu. En m'intéressant à la production du texte, et non seulement au texte, je peux avoir une vue plus globale du processus de construction sociale de l'information.

L'entrevue est « une interaction verbale entre des personnes qui s'engagent volontairement dans pareille relation afin de partager un savoir d'expertise, et ce, pour mieux dégager conjointement une compréhension d'un phénomène d'intérêt pour les personnes en présence » (Savoie-Zajc, 2009 : 339). L'entrevue semi-dirigée est toutefois différente de l'entrevue régulière dans le sens qu'elle est une interaction verbale animée de façon souple. Le but est de se laisser guider par l'échange et d'aborder, sous le mode de la conversation, les thèmes généraux identifiés auparavant. (Savoie-Zajc, 2009 : 340). Une grille de questions est préparée à l'avance, mais celle-ci n'est pas rigide et le chercheur peut sauter d'un sujet à l'autre et même inventer une question si la discussion se dirige vers un sujet qui n'était pas prévu. Élément fondamental, le chercheur ne pose que des questions ouvertes ou semi-ouvertes avec des termes généraux, s'abstenant de définir un terme ou un sujet à la place de la personne interviewée. (Savoie-Zajc, 2009 : 340). Les questions sont ouvertes, mais pas vagues, elle encourage la description détaillée.

L'entrevue semi-dirigée est centrale dans une perspective interprétative. Cette technique de collecte de données vise la compréhension d'un phénomène « ancrée dans le point de vue et le sens que les acteurs sociaux donnent à leur réalité » (Savoie-Zajc, 2009 : 337). Il faut comprendre le monde de l'autre et mettre l'accent sur les perspectives individuelles d'un phénomène donné. Dans mon cas, je cherche à comprendre le phénomène de la construction sociale du texte journalistique portant sur les communications de la Banque du Canada. J'ai donc questionné les journalistes sur tout le processus de construction sociale de leurs articles, c'est-à-dire la collecte de l'information, la couverture de la conférence de presse, les entrevues avec les sources et l'écriture du texte. Je peux ainsi comprendre le processus de production de l'information et comprendre comment les journalistes interprètent et font sens de ce processus. Je veux aussi comprendre, si mon hypothèse se confirme, pourquoi les journalistes économiques véhiculent les postulats de l'économie néoclassique dans leur

couverture des communications de la Banque du Canada. J'ai par conséquent questionné les journalistes à propos des cinq indicateurs que j'ai développés. Cela m'a permis de savoir s'ils ont eux-mêmes une conception orthodoxe de l'économie, ou si cette conception vient de l'extérieur (par les patrons, par les sources, par les pairs, etc.).

Huit entretiens semi-dirigés d'environ une heure ont été réalisés. L'unique critère de sélection est d'être un journaliste économique québécois qui couvre les communications de la Banque du Canada. Il est difficile d'évaluer le nombre exact de journalistes couvrant ce sujet. Il y a très peu de journalistes qui ont comme tâche principale de couvrir la Banque du Canada au Québec. J'évalue que moins de dix journalistes ont cette fonction, et probablement entre 4 et 6 pour être plus précis. Mais, beaucoup de journalistes économiques plus généralistes vont aussi parfois entrer en contact avec la Banque du Canada. Par exemple un journaliste économique qui couvre le commerce va parfois citer la banque centrale sur les impacts des taux d'intérêt sur le commerce. J'estime qu'environ 30 journalistes québécois citent de temps à autre la Banque du Canada, que ce soit à l'écrit, à la télé ou à la radio. Je vais donc m'adresser aux noyaux durs des 4-6 journalistes qui couvrent directement la banque, et élargir ce spectre aux journalistes plus généralistes qui couvrent de temps en temps la banque. De cette façon, il sera plus difficile d'identifier les journalistes interviewés. Si jamais les propos des journalistes permettaient de les identifier, ils seront alors paraphrasés.

3.3.1 Modalité d'analyse des données

Les entrevues ont été enregistrées, transcrites en verbatim mots à mots et codées (82 pages, 11, Times New Roman, interligne 1.15). Pour analyser les données collectées, il faut identifier des thèmes (Ryan & Bernard, 2003). Pour ce faire, je vais encore une fois adopter une méthode mixte. La première étape est de constituer une grille d'analyse

provisoire. Cette grille est construite à partir des thèmes identifiés à priori par la recherche : la construction sociale des articles, l'économie néoclassique, les approches hétérodoxes, l'inflation, la rationalité, les crises économiques, l'endettement, le libre-échange, etc. Cette maquette est utilisée lors de la première lecture des verbatims. Les thèmes de la grille d'analyse provisoire proviennent des enjeux identifiés par la revue de la littérature, des caractéristiques du phénomène étudié, mais aussi du cadre théorique et des expériences personnelles du chercheur (Ryan & Bernard, 2003 : 88).

Ensuite, la deuxième étape est de laisser la grille provisoire et de relire ligne par ligne les verbatims pour chercher des répétitions, des similarités ou des divergences dans la parole des interviewés. Cette étape de codage permet de faire émerger de nouveaux thèmes non identifiés à priori. Ces deux étapes sont importantes parce que les thèmes proviennent à la fois des données (approche inductive) et de la compréhension théorique du chercheur du phénomène étudié (Ryan & Bernard, 2003 : 88). Mais plus précisément, qu'est-ce qu'un thème ? Comment en repérer ? Les thèmes sont des constructions abstraites qui relient des expressions contenues dans des textes, mais aussi des expressions contenues dans des images, des sons, des objets (Ryan & Bernard, 2003 : 87).

You know you have found a theme when you can answer the question, What is this expression an example of? Themes come in all shapes and sizes. Some themes are broad and sweeping constructs that link many different kinds of expressions. Other themes are more focused and link very specific kinds of expressions (Ryan & Bernard, 2003 : 87).

On peut identifier des thèmes par la répétition, par l'utilisation de termes spécialisés ou de métaphores ou d'analogies, par des transitions dans le ton ou le discours, par des similarités ou des différences (regrouper des expressions), ou pour finir par ce qui ce manque, ce qui n'a pas été dit et qui est important (Ryan & Bernard, 2003 : 89-94).

Avant d'entamer mon terrain de recherche, j'ai obtenu un certificat éthique du CERPE pour l'étude qui concerne les êtres humains. L'enjeu pour moi était de garantir l'anonymat aux participants interviewés, conformément à la Politique sur l'éthique de la recherche avec des êtres humains de l'UQAM (2018). Les noms des participants interviewés n'ont pas été révélés dans le mémoire. Ceux-ci n'ont pas été identifiés par leur nom, mais par un code alphanumérique (J1, J2, etc.). Il n'est pas possible de les identifier d'aucune façon et tous les fichiers pouvant les identifier sont protégés dans des disques durs dotés de mot de passe. Les coordonnées et les formulaires de consentement sont conservés à l'écart des données pour protéger la vie privée des participants. J'ai également fait signer un formulaire de consentement qui garantit la confidentialité aux journalistes que j'ai interviewés. Le formulaire expliquait que la personne consent à ce que ces paroles soient enregistrées.

Mon analyse sera divisée en quatre chapitres. Je commencerai par la présentation et l'interprétation des résultats de l'analyse de contenu. Je poursuivrai avec la présentation des résultats des entrevues semi-dirigées et l'analyse de ces résultats.

CHAPITRE IV

PANORAMA DE LA PRÉSENCE DES INDICATEURS

Ce chapitre présente les résultats de la lecture et de l'analyse de contenu de mon corpus. Je vais tout d'abord détailler la présence des indicateurs avant d'exposer les résultats pour chaque journal. J'indiquerai aussi la présence des postulats hétérodoxes et préciserai les limites de ma démarche et la surreprésentation de certains indicateurs.

4.1 La domination des postulats orthodoxes

Pour rappel, le corpus analysé est composé de 104 articles — 31 de *Radio-Canada*, 34 de *Les Affaires* et 39 de *La Presse* — couvrant les communications de la Banque du Canada entre décembre 2017 et décembre 2018. J'ai codé manuellement les articles pour détecter la présence des postulats économiques. J'ai formé trois catégories, les articles véhiculant uniquement les postulats orthodoxes, ceux diffusant uniquement les postulats hétérodoxes et finalement ceux que j'appelle « mixtes », véhiculant à la fois les postulats orthodoxes et hétérodoxes. Mes résultats sont sans équivoque : 101 articles sur 104 (97,12 %) diffusent au moins un postulat orthodoxe de l'économie sans le mettre en relation avec un postulat hétérodoxe. Trois articles sont mixtes et aucun n'est uniquement hétérodoxe. Le Tableau 4.1 indique le codage des articles selon ces trois positions et le Tableau 4.2 détaille la présence des indicateurs pour chaque média.

Tableau 4.1

Présence des postulats économiques dans les articles selon trois catégories :
orthodoxe, mixte et hétérodoxe

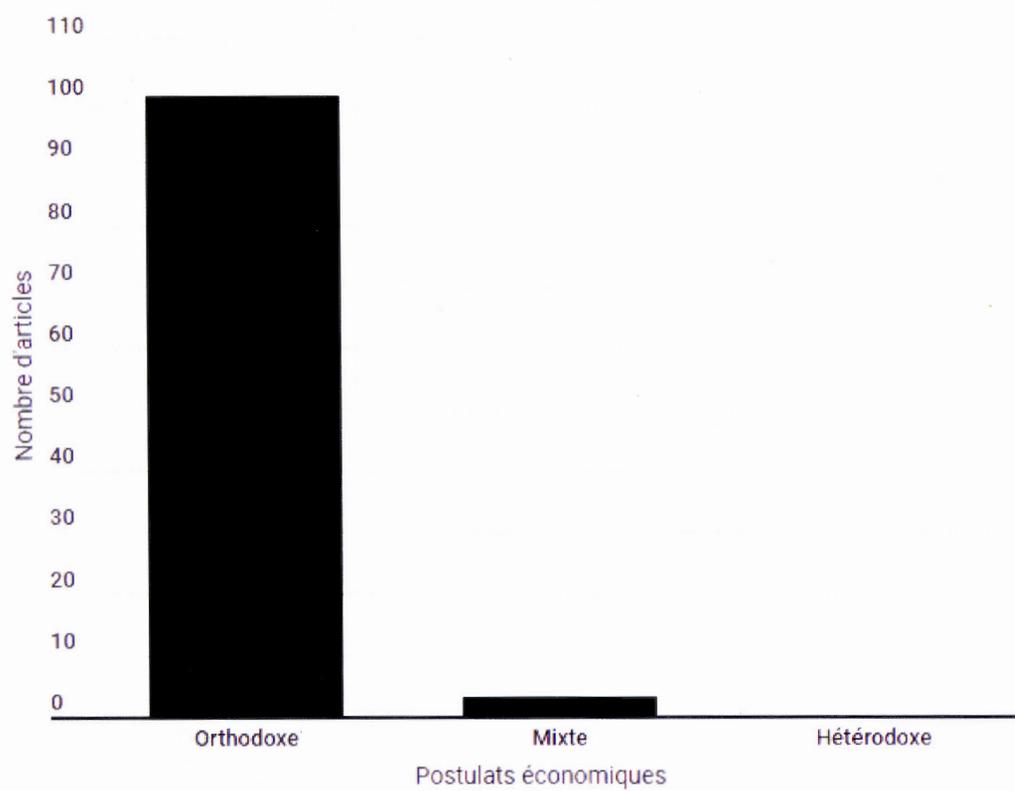
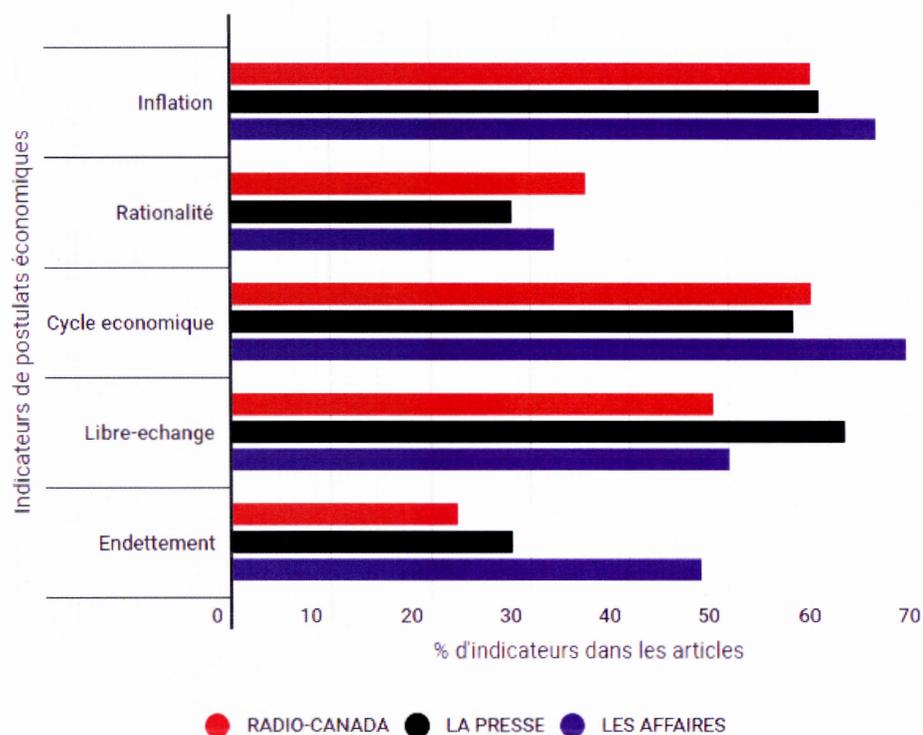


Tableau 4.2

Pourcentage de la présence des indicateurs de postulats économiques orthodoxes pour chaque média



Précisons que le tableau ci-dessus montre la présence de tous les postulats orthodoxes détectés et non des trois postulats hétérodoxes trouvés dans les articles mixtes. Un coup d'œil rapide sur ce tableau indique que la répartition des indicateurs se ressemble pour chaque média, si on exclut l'indicateur endettement qui est plus mobilisé dans *Les Affaires*. Mais avant d'aller plus loin, je vais commencer par détailler la présence de chacun de ces indicateurs : concrètement, comment se manifestent-ils dans les articles ?

4.2 Déploiement de chaque indicateur

La première chose à souligner est l'interrelation entre plusieurs indicateurs. Par exemple, il est mentionné dans un article qu'une crise économique, notre 3^e indicateur, peut être provoquée par l'incertitude causée par la perte de libre-échange (4^e indicateur) ou par le trop grand endettement des ménages (5^e indicateur). L'endettement est souvent lié à la rationalité des agents économiques (2^e indicateur) qui adaptent supposément leurs dépenses avec les variations du taux d'intérêt. La montée ou la baisse du taux d'inflation (1^{er} indicateur) fait varier le comportement des agents économiques (2^e indicateur). En ce sens, quand je présente les indicateurs, il faut garder en tête que ceux-ci sont entrelacés et interreliés parce qu'entretenant entre eux des relations de cause à effet. Tous les indicateurs détaillés ci-dessous représentent un postulat orthodoxe de l'économie néoclassique.

Quand apparaît l'indicateur « inflation » cela signifie que l'article postule que les variations du taux directeur de la banque centrale impactent le taux d'inflation. L'inflation est un phénomène strictement monétaire : on combat l'inflation en montant le taux d'intérêt et on le stimule en le baissant. Le rôle principal et primordial de la banque centrale et de la politique monétaire serait de maîtriser le niveau d'inflation :

Ses hausses du taux directeur sont [la Banque du Canada] son principal outil pour empêcher l'inflation de grimper trop haut (Radio-Canada, 18 mai 2018).

La Banque du Canada a dû augmenter à trois reprises son taux directeur. Le but : éviter une surchauffe de l'économie et contrôler l'inflation. (Diotte, *Les Affaires*, 1^{er} mars 2018).

Plus radicalement, la politique monétaire a comme but général de freiner l'inflation :

Mettre en œuvre la politique monétaire qui vise à contenir l'inflation (Radio-Canada, 24 octobre 2018).

L'indicateur inflation est parfois interrelié avec celui de rationalité. Comme dans cet exemple où est associé « montée de l'inflation » avec « ralentissement de la consommation » :

Les banques centrales augmentent leur taux pour éviter un emballement de l'inflation. Si l'indice des prix monte à 3%, 4% ou 5%, un ralentissement désordonné de l'économie pourrait survenir alors que les gens pourraient réduire ou reporter leurs achats. (Radio-Canada, 25 octobre 2018).

On le constate dans ce dernier cas, l'indicateur rationalité est présent quand les articles indiquent que les individus adaptent leur comportement face aux variations du taux directeur ou de l'état général de l'économie.

Les dépenses des ménages sont freinées par les taux d'intérêt plus élevés (Les Affaires, 11 juillet).

Les consommateurs dépenseront moins, parce qu'ils seront freinés par l'augmentation des taux d'intérêt [...]. La banque prévoit que les ménages pourraient être incités à épargner davantage (Baril, *La Presse*, 11 juillet 2018).

Les dépenses des ménages sont freinées par les taux d'intérêt plus élevés et le resserrement des lignes directrices sur les prêts hypothécaires, peut-on lire dans le communiqué de la Banque du Canada (Radio-Canada, 11 juillet).

L'indicateur rationalité est souvent lié à l'endettement. La hausse des taux d'intérêt force les consommateurs à moins utiliser le crédit.

Dans un contexte de taux d'intérêt plus élevés et de forte croissance des revenus, il est cependant probable que les ménages aient moins recours au crédit pour financer leurs achats. (d'anjou, *Les Affaires*, 2 juin 2018).

Le gouverneur de la banque centrale Stephen Poloz suggère aux Canadiens à la fin octobre 2018 de se doter d'un plan pour planifier leurs dépenses. Les médias reprennent ce message :

Stephen Poloz a même conseillé les Canadiens d'avoir un « plan » pour réduire leur endettement (Germain, *Les Affaires*, 25 octobre).

La principale cause de l'endettement est l'immobilier :

[L'évolution des prix de l'immobilier est] la principale cause de l'élévation du niveau d'endettement des ménages. (Vallières, *La Presse*, 13 mars).

Ce facteur s'explique simplement : les ménages, au cours de leur vie, veulent posséder des actifs comme « toute personne normale ».

Ceux-ci [les Canadiens] en profitent [la croissance économique] pour acheter des actifs, ce qui est tout à fait normal à ce stade de leur vie (Diotte, *Les Affaires*, 1 mars 2018).

Ils sont stimulés à s'endetter par la bonne tenue de l'économie :

Les ménages canadiens continuaient, jusqu'à tout récemment, à augmenter rapidement leur endettement alors que l'environnement économique favorable ainsi que l'appréciation rapide de la valeur de leurs actifs les incitaient à dépenser plus que ce qu'ils gagnaient (D'anjou, *Les Affaires*, 2 juin).

Les Canadiens doivent s'endetter pour profiter de la croissance économique depuis dix ans, car ce n'est pas avec un chèque de paie que l'on en profite, mais plutôt avec la spéculation boursière et l'investissement immobilier :

Plusieurs Canadiens qui ont des actions ou des investissements dans le milieu immobilier ont profité de la reprise économique au cours de la dernière décennie ce qui n'est pas le cas des travailleurs qui ne dépendent que de leur chèque de paie. (Radio-Canada, 26 février).

L'économie fonctionne par cycle. En effet, la Banque du Canada baisse son taux d'intérêt pour stimuler l'économie et le relève pour mettre le couvercle sur la marmite.

La première sous-gouverneure de la banque centrale, Carolyn Wilkins, a évoqué la décision de baisser les taux d'intérêt en 2015 afin de redonner vie à une économie en perte de vitesse (Radio-Canada, 22 novembre).

Cependant, les tensions commerciales avec les États-Unis créent de l'incertitude et pourraient provoquer une crise économique.

La Banque précise que les tensions politiques et commerciales sur la scène mondiale pourraient freiner la croissance de certaines économies (Radio-Canada, 30 mai).

L'institution reconnaît que l'incertitude élevée autour de cet accord commercial continuera de brider la croissance des investissements des entreprises. (Bergeron et Croteau, *La Presse*, 18 janvier).

À cet égard, le libre-échange est absolument nécessaire pour une économie comme le Canada et pour ses entreprises exportatrices.

Les tensions commerciales freineront les entreprises exportatrices (Baril, *La Presse*, 11 juillet).

Les tensions commerciales pèsent sur les investissements dans certains secteurs (Les Affaires, 11 juillet).

Il faut protéger à tout prix les accords de libre-échange, parce qu'après tout, tout le monde est pour le commerce.

Bien entendu, tout le monde ou presque au Canada est en faveur du libre-échange (Normand, *Les Affaires*, 19 mai).

Face à l'incertitude provoquée par un tel conflit, la banque ne peut pas intervenir politiquement. Elle peut simplement prévoir et gérer les risques.

Le gouverneur de la BdC, Stephen Poloz, a souvent répété que la politique monétaire était un processus de gestion des risques. (Les Affaires, 20 octobre).

Pour finir, comme dit Francis Vailles dans un article d'analyse, quand la banque centrale parle, il faut l'écouter :

Pour les néophytes, il faut savoir que les propos du grand patron de la banque centrale canadienne ne sont pas insignifiants. C'est lui qui fait varier les taux d'intérêt à court terme au Canada, dont l'influence est marquante sur les autres taux, comme ceux pour les prêts hypothécaires. Chacun des mots de Stephen Poloz est donc scruté à la loupe par les analystes pour tenter de connaître les intentions de l'homme à ce sujet. (Vailles, *La Presse*, 21 décembre 2017).

Sur ces sages paroles, passons aux postulats hétérodoxes.

4.2.1 Postulats hétérodoxes et limite de l'analyse de contenu

Mon analyse a fait émerger trois postulats économiques hétérodoxes. Un article de *Les Affaires* sur l'endettement inclut une chercheuse de l'institut de recherche et d'informations socioéconomiques (IRIS), Julia Posca. Celle-ci, dans son intervention, émet un point de vue postkeynésien et marxiste sur le problème de l'endettement :

« Le problème, c'est que l'endettement des consommateurs soutient la croissance de l'économie. C'est comme si on n'avait pas tenu compte des leçons de la crise financière de 2008 », affirme celle qui estime que les institutions financières ne sont pas totalement neutres lorsqu'elles traitent de l'endettement, car elles font partie du problème (Diotte, *Les Affaires*, 1^{er} mars).

Ce postulat est hétérodoxe car il rejette l'optimisme ambiant des économistes orthodoxes sur l'endettement comme phénomène « normal » et bénéfique. Il critique aussi les banques, fait unique dans mon corpus. Je reviendrai à cet article dans l'interprétation des résultats.

Un article de *La Presse* fait quant à lui état d'une lettre signée par plusieurs économistes qui réclament un changement dans les objectifs de la Banque du Canada. Un professeur au département de science économique de l'Université d'Ottawa, Mario Seccaracia, émet un point de vue postkeynésien et régulationniste sur la politique monétaire.

Le plein-emploi est un objectif tout aussi désirable pour le Canada et il devrait faire partie du mandat de la banque centrale, propose le groupe spécialiste (Baril, *La Presse*, 29 mai)

Cette proposition va à l'encontre du consensus néoclassique qui explique que la banque centrale ne devrait s'occuper que de gérer le taux d'intérêt. Cet article est par contre mixte, car il se conclut par des commentaires d'économistes orthodoxes. Dans une de ses analyses, le journaliste Gérald Fillion émet lui aussi un point de vue critique sur certains postulats de l'économie néoclassique.

Si l'ouverture des marchés a pu faire des gagnants et augmenter leurs niveaux de vie, un grand nombre de personnes ont souffert de la mondialisation, ont perdu leur emploi ou vivent des angoisses financières profondes (Fillion, *Radio-Canada*, 15 décembre 2017).

Cette analyse contre le libre-échange et la mondialisation, est critique sans par ailleurs appartenir à une école hétérodoxe en particulier. Plus tard dans l'article, l'auteur mentionne les travaux d'Alain Denault critique des paradis fiscaux et de Thomas Piketty économiste marxiste pourfendeur des inégalités⁸. L'article est par contre mixte compte tenu du fait que le journaliste cite le point de vue du gouverneur Stephen Poloz sur l'endettement des ménages.

⁸ Voir Deneault, A. (2014). *Paradis fiscaux: la filière canadienne*. Montréal : Les Éditions Écosociété et Piketty, T. (2013). *Le capital au XXIe siècle*. Paris : Le Seuil.

En terminant, il est important de mentionner la limite et la surreprésentation de certains indicateurs. Je suis conscient que l'indicateur libre-échange est surreprésenté par rapport aux années précédentes. L'actualité économique de 2018 a été médiatiquement dominée par la renégociation de l'Accord de libre-échange nord-américain. Les indicateurs libre-échange et crise économique sont alors fort probablement trop présents, comme possiblement ceux de pétrole ou de ressource naturelle si j'avais choisi l'année 2014 ponctuée d'une grave chute du cours du pétrole dans l'Ouest canadien (Radio-Canada, 5 décembre 2018). La prochaine partie de la présentation des résultats s'attardera davantage sur la différence entre les trois médias. Si la présence de chaque indicateur est très similaire dans tous les articles, il existe cependant quelques différences dans la couverture médiatique des trois médias.

4.3 Indicateurs selon les trois journaux

Le tableau 4.2 indique une certaine ressemblance dans la couverture médiatique des trois journaux. Le pourcentage d'indicateurs varie peu entre les médias. Or, les tableaux 4.3 et 4.4, que nous verrons par la suite, apportent de la nuance à nos résultats. Le tableau 4.3 analyse les sources citées dans les médias et le Tableau 4.4 le nombre de sources présents dans les textes. Prenons par exemple un article sur une annonce de la Banque du Canada dans lequel sont inclus le gouverneur de la banque centrale et un économiste. Dans ce cas classique, je codais que le gouverneur et l'économiste avaient été cités et donc que l'article contient deux sources. Pour qu'une source soit citée, il faut spécifiquement lire dans l'article « dit cette source ». Quand un rapport ou un communiqué est cité, il faut voir « selon le communiqué ou le rapport ».

Tableau 4.3

Sources citées dans les articles

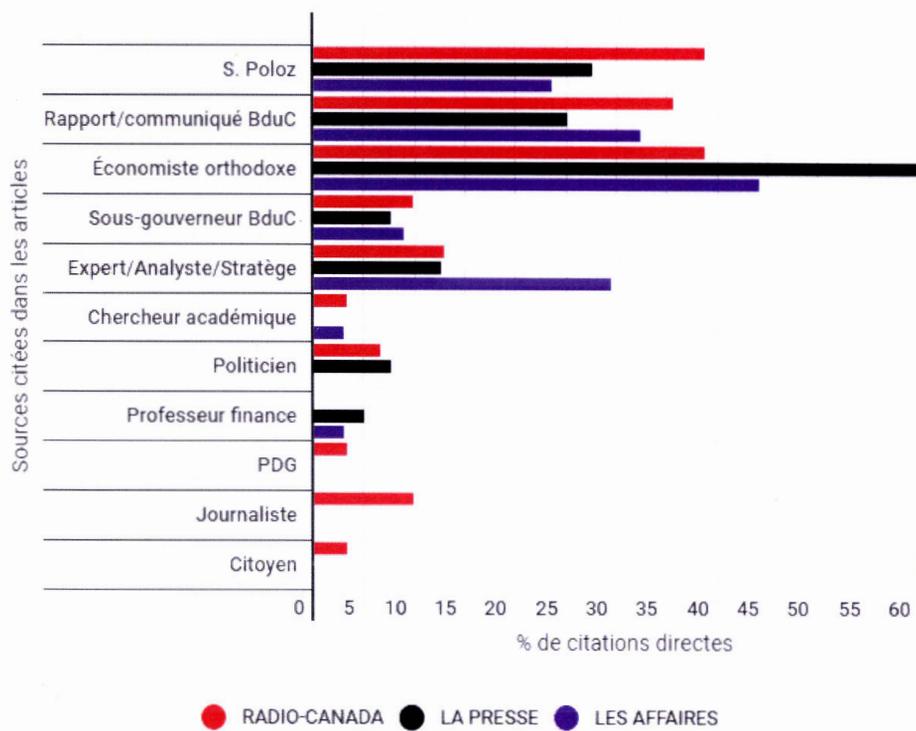
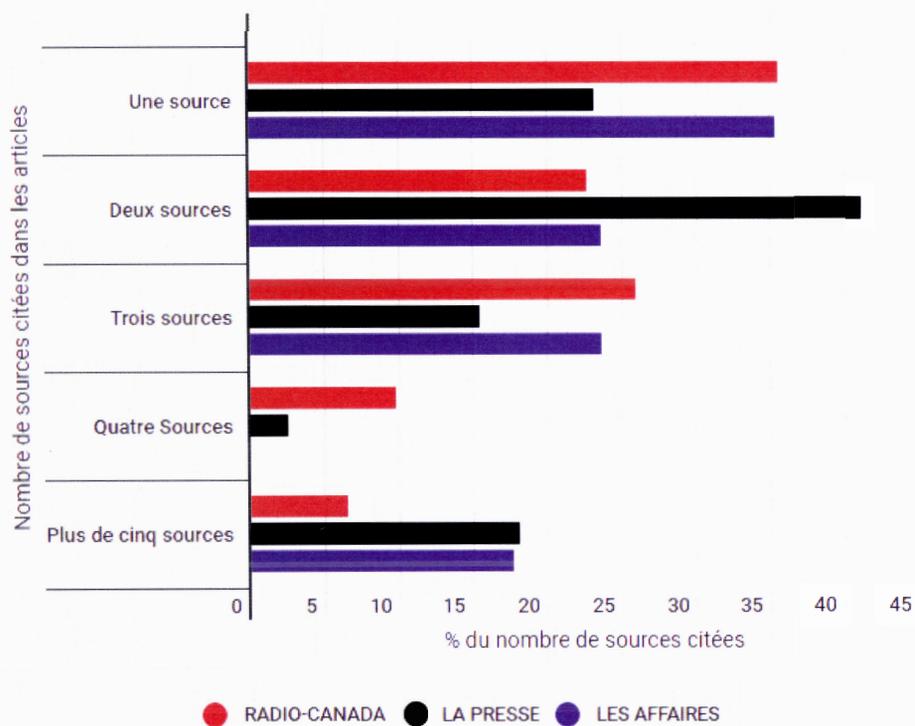


Tableau 4.4

Nombre de sources citées dans les articles



4.3.1 Radio-Canada

Radio-Canada comme les deux autres médias ne contient qu'un article mixte sur 31 (97 % orthodoxe). Les indicateurs inflation et crise économique sont présents à la hauteur de 58.1 %, tandis que libre-échange est présent à 48.4%, rationalité 35.5 % et endettement 22.6 %. Particularité de ce média : la grande majorité des articles ne sont pas signés. Les seuls qui le sont, et que j'ai considérés, sont les trois analyses macroéconomiques de Gérald Fillion.

Radio-Canada cite davantage Stephen Poloz et le rapport ou les communiqués de la banque centrale que les deux autres médias. Par contre, il incorpore plus de variétés de sources alors qu'il fait intervenir à quelques reprises des politiciens, des journalistes spécialisés en économie, une fois un PDG d'une grande compagnie et une fois un fermier (donc un citoyen) pour commenter un rapport de la Banque du Canada sur la hausse du salaire minimum. Il est le média le plus généraliste alors qu'il cite beaucoup de sources sans faire intervenir souvent des spécialistes très pointus.

Au niveau du nombre de sources, *Radio-Canada* utilise le plus souvent une seule source (35,5 %). À sept reprises on ne mentionne que le rapport ou le communiqué de la Banque du Canada. À quatre reprises il est fait référence au gouverneur ou au sous-gouverneur de la banque centrale. À deux reprises il ne sera mentionné que le gouverneur et le rapport. C'est donc dire que 13 articles sur 31 (42 %) des articles ne mentionnent qu'une source interne de la Banque du Canada. Ce chiffre est impressionnant considérant qu'il n'est jamais recommandé en journalisme de ne citer qu'une seule source (Martin-Lagardette, 2005).

4.3.2 La Presse

Les articles de *La Presse* sont orthodoxes à 97%. L'indicateur libre-échange domine à 61,5 % tandis que les indicateurs inflation et crise économique suivent à la hauteur de 58,9 % et 56,4 %. Les indicateurs rationalité et endettement ferment la marche à 28,2 %. Les articles de ce média sont signés par de nombreux collaborateurs. Les journalistes se partagent les tâches. Le *breaking news* d'une annonce de la Banque du Canada est couvert par la journaliste Hélène Baril. Dans les jours qui suivent l'annonce, souvent le lendemain, d'autres journalistes de la section économie viennent ajouter des articles de fond ou d'analyse pour commenter la décision.

La Presse cite des économistes orthodoxes à une hauteur de 61 %. Non seulement ce média cite-t-il souvent des économistes, mais il s'agit souvent des mêmes, c'est-à-dire les économistes en chef des grandes banques du pays comme Douglas Porter (Banque de Montréal), Stéphane Marion (Banque Nationale), Sébastien Lavoie (Banque Laurentienne) et Benoit P. Durocher (Desjardins). Oui l'économie est un monde d'hommes, aucune femme économiste n'est citée dans le corpus. *La Presse* a par contre tendance à mobiliser ses correspondants à Québec pour citer le ministre des Finances de 2014 à 2018, Carlos Leitaó. On ne retrouve aucune source citoyenne.

En grande majorité, *La Presse* a recours à deux sources dans les articles (41 %) et il se démarque par plusieurs articles à plus de cinq sources (18%). Dans ce dernier cas, il s'agit souvent d'une table ronde où un journaliste invite plusieurs économistes pour discuter d'un enjeu. Tout de même 23 % des articles n'utilisent qu'une source. Parmi ceux-ci, cinq articles citent seulement le communiqué et trois uniquement le gouverneur ou le sous-gouverneur de la banque. Au niveau du nombre de sources, *La Presse* fait globalement mieux que les deux autres médias.

4.3.3 *Les Affaires*

Les articles des *Affaires* sont également orthodoxes à 97%. L'indicateur crise économique est le plus présent (67,6%). Suivent respectivement les indicateurs inflation (64,7%), libre-échange (50%), endettement (47,1%) et rationalité (32,4%). Les articles font intervenir neuf collaborateurs. Comme avec *La Presse*, l'article du *breaking news* d'une annonce de la Banque du Canada est habituellement court et simple. On y retrouve souvent seulement une source. Dans les jours qui suivent, les collaborateurs du journal vont s'activer pour produire des articles de fond et d'analyse.

Contrairement à *La Presse*, ce n'est pas des économistes que l'on retrouve dans les articles, mais plutôt des « experts », c'est-à-dire des stratèges ou des analystes quantitatifs qui ont pour métier d'étudier la bourse ou les investisseurs institutionnels. En effet, deux fois plus d'experts sont cités dans *Les Affaires* que dans les deux autres médias (29 %). S. Poloz est moins mentionné qu'à *Radio-Canada*, mais on retrouve plus d'économistes. C'est le média où il y a le moins de sources issues de la société civile : ni politicien et ni citoyen.

Au niveau de la quantité de sources, un grand nombre d'articles de ce journal n'en contient qu'une seule (35%). Ce sont souvent les articles *breaking news* qui font suite à une annonce de la banque. Les autres articles ont majoritairement une ou deux sources (24 % pour les deux). À neuf reprises un article de ce média n'a comme source qu'un rapport ou un document de la Banque du Canada. À deux reprises seulement le gouverneur ou le sous-gouverneur sont présents dans un article. À ce chapitre, *Les Affaires* fait tout de même un peu mieux que *Radio-Canada*, mais pire que *La Presse*. J'analyserai ces résultats dans le prochain chapitre.

CHAPITRE V

DISCUSSION — RÉSULTATS DE L'ANALYSE DE CONTENU

5.1 Un véhicule pour la pensée néoclassique

L'analyse de contenu démontre que la très grande majorité des articles (97%) portant sur les communications de la Banque du Canada des trois médias de mon corpus véhicule les postulats de l'économie néoclassique sans les mettre en relation avec des postulats hétérodoxes ou critiques. En ce sens, les journalistes économiques québécois ne mettent pas de l'avant des visions alternatives de l'économie dans leur couverture des communications de la Banque du Canada. Proposer d'autres visions ou d'autres interprétations auraient l'avantage de promouvoir la discussion et les débats sur des enjeux d'intérêt public, ce qui fait partie du rôle du journaliste (Knowles, 2013). Dans mon corpus, je n'ai trouvé que trois articles véhiculant des postulats économiques mixtes, qui suscitaient tous un débat d'intérêt public : d'où vient l'endettement et comment l'enrayer ? La banque centrale devrait-elle avoir un rôle politique ou simplement économique ? La mondialisation a-t-elle été bénéfique pour tout le monde ou seulement pour les plus riches ? (Diotte, *Les Affaires*, 1er mars 2018; Baril, *La Presse*, 29 mai 2018; Fillion, *Radio-Canada*, 15 décembre 2017).

L'analyse des sources démontre que les porte-paroles de la banque centrale comme le gouverneur ou les communiqués de l'institution sont très représentés comparativement

aux sources non affiliées à la banque comme les professeurs d'université et les politiciens. S'il est normal qu'un politicien ne soit pas souvent cité pour commenter les décisions de la banque centrale vu l'indépendance de l'institution, il est possible qu'un ministre des Finances vienne commenter une question secondaire plus politique comme l'incertitude reliée au commerce ou au pétrole (Bergeron et Croteau, *La Presse*, 18 janvier).

Les journalistes citent une variété de voix quand les sources présentes dans l'ensemble de leurs articles (et non dans chaque article pris individuellement) représentent toutes les couches de la société, toutes les classes sociales (Knowles, 2013). Les résultats démontrent que les journalistes économiques québécois ne citent pas une variété de sources dans leur couverture des communications de la Banque du Canada. Seule une seule source de la société civile est présente dans les 104 articles. Encore là, le citoyen est un fermier qui est inclus dans le reportage pour donner son avis sur un rapport de la banque centrale sur la hausse du salaire minimum, mais ne commente pas une décision de la Banque du Canada (Radio-Canada, 26 février). Quant aux nombres de sources citées, les médias ne font également pas bonne figure : bien souvent une seule source officielle se retrouve dans les textes. Cette démarche ne correspond pas à tous les standards journalistiques qui requièrent au moins deux sources par article, sinon bien souvent trois (Martin-Lagardette, 2005).

Les journalistes de *La Presse* sont dépendants des économistes en chef des grandes banques privées canadiennes (ils les citent dans 61 % des cas) tandis que les journalistes des *Affaires* sont dépendants de ces mêmes économistes et des experts (stratèges, analystes quantitatifs, experts de la bourse). Ces économistes et ces experts sont souvent les mêmes et comme le fait remarquer Lebaron dans son analyse du champ économique français (2000), ils se lisent et se citent eux-mêmes. Au final, ils disent tous la même chose, ce qui dilue encore plus la variété de points de vue dans les articles

(nous reviendrons plus longuement sur l'homogénéité du champ économique dans la partie 7.4).

Radio-Canada tente de parler à un plus grand nombre de sources (Tableau 4.3) tandis que *La Presse* et surtout *Les Affaires* s'adressent à un public composé d'initiés comme des investisseurs et des experts. Ces résultats ne sont pas particulièrement étonnants puisque le public cible des *Affaires* est avant tout la communauté d'affaires québécoises (Cailliau, 2018). Mais comme le démontre la plupart des manuels de *business writing*, ce n'est pas parce qu'on veut parler à une communauté spécialisée qu'on ne doit pas vulgariser (Starkman, 2012; Hayes, 2014). Ces constats sur la couverture économique — omniprésence des postulats orthodoxes, réalité cadrée en faveur des sources institutionnelles puissantes comme les économistes en chef des banques privées, absence de sources critiques, pratique journalistique non rigoureuse (entre 23 % et 35 % des articles ne citent qu'une seule source) — ne sont pas des réalités uniquement québécoises, ils s'inscrivent dans une dynamique qui affecte le journalisme occidental en général. Examinons les résultats des autres études publiées sur le sujet.

5.2 Fossé entre journalistes et grand public

Mes conclusions viennent confirmer le constat effectué à de multiples reprises dans la littérature scientifique sur le journalisme économique depuis la crise économique de 2007-2008 : il y a un déclin ou du moins un problème dans le travail du journaliste économique (Schifferes et Robert, 2015, Shaw, 2016, Knowles et al, 2017; Schiffrin, 2011). Mes résultats sont encore plus radicaux que ceux observés par Sophie Knowles en 2013. Dans son codage de la couverture médiatique de la crise économique de 2007-2008 qui révèle la domination des sources du monde des affaires, la chercheuse

constate toutefois que les politiciens sont encore présents à une hauteur de 10 à 15 % et les citoyens à environ 5 % dans les articles (Knowles, 2013 : 248).

Anya Schiffrin en arrive à des résultats similaires dans son analyse de la couverture médiatique du plan de relance économique américain de 2009 : le public est encore présent à 5-10 % et les organisations non gouvernementales parfois même à 30 % (Schiffrin, 2015 : 35). Mon analyse démontre que ces chiffres fondent à 4,8 % pour les politiciens et à 0,96 % pour les citoyens. Shaw a donc raison d'affirmer que le problème est plus important pour les journalistes couvrant la macroéconomie (la politique monétaire, par exemple) que la microéconomie (les consommateurs), secteur moins abstrait qui impose davantage un contact avec le public (Shaw, 2016 : 81).

Knowles constate aussi que le public visé par les articles des journalistes économiques change des consommateurs dans la deuxième moitié du 20^e siècle aux investisseurs au début du 21^e siècle. Celle-ci conclut que les articles sont de plus en plus destinés aux investisseurs aux dépens d'un public non-actionnaire, que les professionnels des relations publiques sont majoritairement utilisés pour encadrer des événements, qu'il y a peu d'alertes et de scepticisme pour avertir d'une crise économique (que les journalistes sont donc des cheerleaders) et que dans l'ensemble, l'économie est présentée avec un cadre de réalité de plus en plus restreint (Knowles, 2013 : 301).

The financial media are too embedded within the capitalist system to be able to think independently and critically about the values and practices that shape the business environment. As a result they become a constitutive part of the capitalist process rather than taking on a watchdog role with reporting that is fair and balanced, appropriately objective, and intent on representing reality to the public-at-large. (Knowles, 2013 : 29).

Les résultats de mon étude confirment ces affirmations en les radicalisant. Parce qu'ils invisibilisent des interprétations, parce qu'ils ne mobilisent pas de sources diversifiées, parce qu'ils sont trop près ou dépendants de sources du monde des affaires, les

journalistes économiques québécois participent à l'expansion et à la diffusion de l'économie néoclassique et donc du capitalisme financier en général dans leur couverture de la Banque du Canada. Comme le dit Shaw, les journalistes économiques sont aujourd'hui

mostly found tipping the balance in favour of boosting the corporate interests of the owners of capital or the means of production and not necessarily the real producers and consumers of goods and services (Shaw, 2016: 19).

En réponse à la sous-question de recherche « quels postulats économiques sont mis de l'avant et/ou invisibilisés dans les articles traitant des communications de la Banque du Canada ? », je réponds donc à 97 % des postulats orthodoxes de l'économie. Plus précisément, ces postulats énoncent que le fait que l'inflation est un phénomène monétaire, que les individus sont hyper-rationnels, qu'une crise économique vient de choc externe, que le libre-échange est nécessaire et que l'endettement est un outil pour mieux répartir ses dépenses. Quels postulats sont invisibilisés ? Presque tous les postulats hétérodoxes. Mais avant de détailler les conséquences de cette invisibilisation, revenons sur les liens entre la presse commerciale et le capitalisme.

5.3 Les liens historiques entre le journalisme et le développement de l'économie

Le développement des médias occidentaux va de pair avec l'évolution du capitalisme depuis leur émergence, par exemple en contribuant à l'expansion des marchés financiers, à l'efficacité de la concurrence, à la baisse des coûts de production, à l'extension du système de prix, etc. (Shaw, 2016 : 25). Revenons sur cet agencement et résumons historiquement les liens entre le développement du capitalisme et de la

presse économique. Je ne veux pas produire un travail de fond historique, mais simplement souligner que mes résultats s'inscrivent dans une dynamique plus large.

Les journalistes économiques ont historiquement participé aux développements du capitalisme et de l'économie dominante de plusieurs façons. Le journalisme économique, tout comme le capitalisme industriel, apparaît en Angleterre au début du 18^e siècle et se propage en occident au 19^e siècle (Thompson, 2010). Les journaux économiques sont des véhicules pour des échanges commerciaux. Et ils sont bien souvent possédés et écrits par la nouvelle bourgeoisie qui veut consolider ses intérêts (Innis, 1949). Pour Peter A. Thompson (2010), les industries médiatiques ont contribué à établir à la fois les infrastructures techniques et les formations idéologiques essentielles à l'extension spatiale et à la compression temporelle des régimes d'accumulation capitalistes. Ce n'est pas par hasard que le *financial journalism* se développe surtout à New York et Londres entre 1700 et 1820, deux centres urbains qui sont les plaques tournantes du capitalisme naissant (Knowles, 2013).

Le premier journalisme économique grand public apparaît quant à lui à la fin du 19^e siècle. Le nombre de publications économiques bondit de 100 % en Angleterre entre 1874 et 1914 (Knowles, 2013). Les journalistes encouragent le développement de technologie décisive comme le télégraphe et ainsi participent à la consolidation spatio-temporelle de l'économie de marché (c'est à ce moment que les villes nord-américaines adoptent le même fuseau horaire par exemple) (Carey, 1988 : 216-217). C'est le passage bien connu de la presse dite « d'opinion » soutenue par les partis politiques à la presse dite « objective et commerciale » visant la quête de profit par la publicité. L'organisation des salles de rédaction se fixe sur celle des usines et les nouvelles sont produites comme des marchandises (Carey, 1988 : 211). La presse grandit en même temps que les marchés financiers. C'est en effet au début du 20^e que les premiers grands

magazines pour le monde des affaires font leur apparition comme le *Business Week* (1929) et *Fortune* (1930) (Roush 2006).

Ces publications n'atteignent toutefois leur apogée qu'après la Deuxième Guerre mondiale où une foule de productions économiques très accessibles au grand public émerge comme des magazines et la plupart des grands journaux consolident leur section économie. Ce développement célèbre la consommation de masse. Les économistes populaires sont invités à intervenir dans les médias et la publicité est plus importante que jamais (Riutort, 2006). On sait par exemple que le tirage du *Wall Street Journal* explose de 35 000 copies en 1941 jusqu'à un million d'exemplaires en 1967 (Shaw, 2016 : 86).

Overall, it is undeniable, as numbers suggest, that the financial press grew at a fast pace from the end of the nineteenth century. The growing dissemination of financial journalism reflected the growth in commerce and the financial markets. It took its cue first from a merchant class and then, eventually, from a growing audience and a larger investing public who wanted to find out more about investments and understand the developments in political economy more generally. (Knowles, 2013: 8)

Depuis les années 1970 et 1980, le journalisme économique perd peu à peu sa vocation grand public et se spécialise, c'est-à-dire que son contenu s'adresse directement aux investisseurs, aux grandes compagnies et aux banques. Le travail d'enquête est mis de côté aux dépens des *short-term stories*. Les sources des journalistes proviennent presque exclusivement du monde de la finance orthodoxe (Thompson, 2015). Ce tournant est associé à la financiarisation de l'économie et de nombreux médias jouent un rôle actif dans la promotion de l'économie de libre-marché (Knowles, 2013 : 15). Des médias comme *Bloomberg* ou *Market News* s'adressent désormais directement aux investisseurs.

Il faut comprendre par cet exposé que les médias de masse sont un reflet de la pensée économique dominante. En ce moment, l'économie néoclassique est dans une position quasi hégémonique (Steiner, 2011), il n'est donc pas surprenant de la voir dominer les sections économie, comme il ne faut pas s'étonner de voir le keynésianisme et la consommation de masse dominer dans les médias du milieu du 20^e siècle.

En effet, le journalisme économique est un véhicule pour la pensée économique dominante (Shaw, 2016). Notre époque ne fait pas exception. Les postulats de l'économie néoclassique se sont développés et diffusés de manière aussi efficace dans nos sociétés entre autres parce qu'ils ont obtenu une grande visibilité dans les médias (Lebaron, 2000). Ces postulats ne sont pas diffusés de façon idéologique (nous le verrons particulièrement dans les chapitres 6 et 7), les médias sont des compagnies à la recherche de profit, ils sont imbriqués dans l'économie : ils ont besoin de croître et elle aussi. « Print media depends on readership, and readership of specialized business outlets is disproportionately drawn from investors who share similar views and biases. The result is that the business press is often unable to educate the wider public » (Schiffères et Robert, 2015: 29). La marchandisation de l'information (donner une valeur pécuniaire à l'information), la concentration de la propriété des entreprises de presse, le recours à la précarité (abaissement des coûts de production en diminuant la grandeur des salles de rédaction) et la publicité commerciale sont tous des dynamiques capitalistes qui affectent la production du texte journalistique (Gingras, 2006).

5.4 Disparition des visions alternatives

Si ces dynamiques affectent tous les types de journalisme, elles influencent particulièrement le journalisme économique. Que le journalisme culturel soit main dans

la main avec le monde dominant de la culture (Broustau, 2017) est un problème, mais dans le pire des cas encourage les gens à acheter des billets pour aller voir la dernière pièce ou le dernier film à la mode aux dépens des artistes émergents. Que le journalisme de loisir soit lié aux agences de voyages dominantes encourage dans le pire des cas les gens à visiter la dernière ville à la mode aux dépens des pays moins publicisés (Aquilina *et al*, 2018). Mais quand le journalisme économique se retrouve lié avec les sources de la finance orthodoxe, ce sont des visions du monde alternatives qui disparaissent.

En effet, l'absence de postulats critiques et hétérodoxes dans les médias bloque des alternatives et des futurs possibles (Ouellet, 2016). Prenons un exemple : la question de l'endettement. Les postulats économiques orthodoxes observés dans les articles sur l'endettement suggèrent que le crédit est un problème individuel causé par l'état de l'économie. Il est normal que les agents économiques s'endettent parce qu'il est naturel de vouloir posséder des actifs. Or, les postulats hétérodoxes de l'économie, surtout postkeynésiens et marxistes, peuvent jeter un éclairage nouveau sur la question. L'endettement dans ces théories est plutôt une fatalité. Le capitalisme est dans un stade de monopole, de surproduction, les compagnies contrôlent les prix et incitent les gens à s'endetter (postkeynésien). Le capitalisme depuis la troisième révolution industrielle repose sur le crédit et le capital fictif pour accumuler du capital (marxiste).

Comme le démontre l'article mixte repéré dans le journal *Les Affaires* (Diotte, *Les Affaires*, 1er mars), le fait d'inclure des postulats hétérodoxes enrichit le débat et ouvre des alternatives. Rappelons que dans cet article, une source critique stipule que l'endettement des ménages, loin d'être un phénomène normal, est le levier qui soutient la croissance économique. Plusieurs réflexions peuvent émerger de ce texte. La classe moyenne est endettée : mais est-ce vraiment de sa faute ? Ne sommes-nous pas après tout dans un capitalisme de suraccumulation basé sur l'endettement de masse (Ouellet, 2016) ? Au lieu de répéter *ad nauseam* aux gens qu'il ne faudrait pas s'endetter, les

journalistes économiques pourraient se servir des postulats hétérodoxes pour critiquer avant tout les prêts absurdes et toxiques préparés par les grandes compagnies automobiles, par exemple⁹ (Pineault 2013).

La question des crises économiques et de leur origine est aussi fondamentale. Plusieurs penseurs ont formulé que la crise économique de 2007-2008 aurait pu fournir une occasion formidable de repenser les bases de notre système économique (Piketty, 2013; Lohoff et Trenkle, 2014). C'est dans les moments de crise qu'il est possible de prendre du recul, c'est aussi dans ces moments que les idées dominantes sont les plus fragilisées (Ouellet, 2016). Or, en diffusant largement l'idée que les crises proviennent de cause extérieure comme le protectionnisme et non du système lui-même, les journalistes contribuent à la stagnation des idées et donc au maintien du capitalisme financier actuel. Une opportunité historique de repenser les fondements du système économique et de la finance s'est évaporée. Les penseurs critiquent s'en remettent à attendre la prochaine crise économique pour émerger à nouveau (Palley, 2019), mais qui les écouterà à ce moment ? Dans les conditions actuelles, les journalistes ne pourront apporter des visions différentes sur ce sujet.

Il est pourtant de la responsabilité du journalisme économique de produire ce genre de débats. Son rôle de chien de garde lui impose d'éduquer et d'informer le public, d'offrir des points de vue divers et alternatifs, de se tenir debout devant le pouvoir (*speaking truth to power*) et de demander aux élites politiques et commerciales de rendre compte

⁹ Pineault (2013) démontre que 16 % des créances titrisées proviennent de prêts automobiles, la titrisation étant définie comme une transformation des crédits (actifs illiquides) en titres financier. En ce sens, des compagnies automobiles vont par exemple accorder un prêt de 60 mois à des individus qui n'ont pas le moyen de s'acheter une voiture dans le seul but d'augmenter le mouvement de titrisation des créances bancaires. L'accumulation de capital se fait alors sur le dos du volume de crédit en circulation.

de leurs décisions et de leurs actions (Shaw, 2016 : 14). Mais avant de dire que nous avons des chiens de garde qui n'aboient pas (du moins dans la couverture de la Banque du Canada), attendons de leur donner la parole dans les chapitres 6 et 7.

5.5 Conclusion et limite de l'analyse de contenu

La couverture médiatique des communications de la Banque du Canada est problématique : on n'y trouve pas une variété d'interprétations et seuls les postulats orthodoxes sont systématiquement mis de l'avant. De plus, les sources ne sont pas variées, la réalité est cadrée en faveur de celles qui sont institutionnelles et puissantes comme le gouverneur de la banque centrale ou les économistes en chef des grandes banques privées. Conséquemment, nous pouvons légitimement dire que les journalistes économiques participent à l'expansion et à la diffusion de l'économie néoclassique et donc, de surcroît, soutiennent et se font les porte-paroles du capitalisme financier. Ce résultat n'est pas nécessairement surprenant, il s'aligne avec les constats de multiples chercheurs depuis une dizaine d'années (Schifferes et Robert, 2015, Knowles et *al*, 2017; Butterick, 2015; Tambini, 2010). Mais mes résultats sont incomplets, je ne peux accéder aux méthodes de production des textes journalistiques et leurs contraintes. Je n'ai analysé également qu'une source et non pas l'ensemble de la couverture journalistique de l'économie. Il s'agit de mes limites principales.

Ces premières analyses ouvrent plusieurs questionnements : pourquoi les postulats orthodoxes sont-ils si présents ? Qui décide de mettre telle source plutôt qu'une autre ? Les journalistes ont-ils eux-mêmes une vision orthodoxe de l'économie ou d'autres joueurs comme leurs patrons ou les sources leur forcent-ils la main ? Faut-il plutôt aller voir du côté des conditions de travail des reporters ? Je tenterai de répondre à ces

questions à travers la deuxième étape de ma recherche : les entrevues semi-dirigées avec huit journalistes économiques québécois.

CHAPITRE VI

DANS LES MÉANDRES DU DISPOSITIF – PAROLES DE JOURNALISTES

6.1 Sur l'analyse scientifique des entrevues

Ce chapitre présente les résultats de mes huit entrevues semi-dirigées effectuées avec huit journalistes économiques québécois. Une entrevue journalistique est très différente d'une entrevue scientifique. Dans le premier cas, le journaliste dirige les questions et construit son entrevue en fonction de son angle d'écriture. Dans le deuxième cas, le scientifique doit se laisser guider par la personne interviewée et analyser les entrevues en repérant des thèmes. Je spécifie cette différence car je suis un journaliste de formation et j'ai eu parfois de la difficulté à mettre de côté mes réflexes lors des entrevues. Souvent, mes entrevues commençaient de manière très semi-dirigée, je posais des questions ouvertes et semi-ouvertes, puis je me laissais entraîner malgré moi vers des questions plus fermées. Il m'est arrivé à plusieurs reprises vers la fin d'une entrevue de citer la réponse d'un autre journaliste pour faire réagir la personne interviewée. Ce procédé m'a permis de créer un dialogue entre les personnes interviewées. Mes questions ont aussi évolué au fil des entretiens dans le sens que les connaissances acquises lors de mes premières entrevues ont fait évoluer ma grille.

En méthode de recherche qualitative, c'est ce qu'on appelle un processus itératif. Comme le chercheur ne connaît pas toutes les subtilités de son sujet dès le départ, celui-

ci utilise ce qu'il apprend jour après jour pendant sa collecte de données pour guider ses décisions, observations et questions ultérieures. « La bonne recherche qualitative est un processus itératif, dans lequel les données collectées au moment T1 informent les opérations de collecte de données effectuées au moment T2 » (Becker, 2009 : 5). D'autres chercheurs vont nommer cette méthode l'entretien séquentiel (*sequential interviewing*). Ce procédé vise la saturation en laissant chaque entretien s'appuyer sur les précédents afin de permettre une compréhension de plus en plus précise des questions de recherche (Thomson, 2018). Dans la présentation des résultats, je conserverai donc cette perspective scientifique inspirée du processus itératif, c'est-à-dire que j'analyserai les thèmes provenant de mes verbatims tels que spécifiés dans la partie 3.3.1, tout en considérant que ma grille d'analyse a évolué au fil de ma collecte de données. Je garderai aussi ma sous-question de recherche en tête qui est « quelle relation peut-on établir entre la production du texte journalistique et les postulats économiques présents dans les articles ? ».

Les journalistes que j'ai interviewés proviennent de six médias différents. Les noms des journalistes et de leurs organisations ont été anonymisés et remplacés par un code alphanumérique (J1 à J8). J'ai malheureusement parlé à des hommes seulement, il s'agit sans doute de mon plus grand biais et je tiens à le spécifier. Le peu de femmes travaillant comme journalistes économiques que j'ai contactés ont refusé mon invitation par manque de temps. Excluant cela, l'échantillon est diversifié : il regroupe des jeunes et des retraités, des médias publics et privés, des journaux, des magazines et des agences de presse, des personnes de gauche, de droite et surtout de centre. Je ne peux pas en dire plus sur l'échantillon car plus de détails pourraient permettre d'identifier les interviewés. À cet égard, je vais transcrire toutes les citations telles quelles, mais retirer parfois une information trop précise qui en dirait trop sur le journaliste. Cette section est divisée en quatre parties : statut, formation et éducation, cadrage médiatique, relation avec les sources et conception de l'économie.

6.2 Statut, formation et éducation

Les journalistes interviewés s'entendent pour dire que la spécialisation journalistique en économie est très mal-aimée et mal supportée dans la profession par rapport aux autres spécialisations plus valorisées comme le journalisme politique, culturel, sportif et surtout le correspondant à l'étranger. Le journalisme économique et scientifique seraient les deux *beat*¹⁰ les moins prestigieux. Pour deux journalistes, cette situation provient d'un malaise de la société québécoise en général par rapport à l'économie. Nous n'aimons pas historiquement parler d'argent et de finance.

Le journalisme économique est mal-aimé parce que l'économie est mal aimée de la population en général. Les journalistes sont le reflet de la société dans laquelle ils vivent. Puis les Québécois, jusqu'à la naissance de ce qu'on a appelé le Québec inc., s'intéressaient assez peu aux questions d'économie. (J6)

L'espèce d'aversion à parler de ces enjeux économiques au Québec se reflète d'après-moi aussi chez tous les étudiants pi dans la sphère journalistique où il n'y a pas beaucoup de journalistes qui lèvent la main pour dire moi c'est ça qui m'intéresse d'abord et avant tout c'est assez rare. (J3)

Il est bien connu dans le milieu que le journalisme économique n'est pas le travail le plus désiré. Souvent les journalistes veulent sortir de ce *beat* et non y entrer.

Quand j'ai commencé exemple je me souviens qu'au [nom du média] y'a un collègue qui m'avait fait une blague, mais parfois les blagues il y a un petit message derrière, il m'avait dit « ah tu travailles en économie tu es dans la cave du [nom du média] ». Donc il y avait le salon, la cuisine, le hall d'entrée et la cave en économie. Et on sent un petit mépris, il y avait des gens au [nom du média] qui ne me parlaient pas. (J5)

¹⁰ Le beat est le nom donné à une spécialisation journalistique. Par exemple le beat économie ou culturel.

Un journaliste raconte que chaque été son journal offrait à ses journalistes de changer de beat pour quelques semaines. Par exemple, un journaliste des faits divers pouvait essayer de couvrir la culture pendant un mois. Mais l'économie n'était pas populaire.

Il n'y a jamais personne qui se manifeste pour aller en économie. Il y a des gens en économie qui veulent sortir de l'économie. Il n'y a jamais des gens d'ailleurs qui veulent venir en économie. C'est symptomatique de la difficulté de recruter. (J4)

Six journalistes à qui nous avons parlé rêvaient avant tout d'être des correspondants à l'étranger ou des reporters sur la colline parlementaire à Québec ou Ottawa. Conséquemment, c'est systématiquement par hasard ou par opportunisme que ceux-ci se retrouvent à couvrir l'économie. Ce qui devient pour eux un moyen de rentrer dans un journal.

On rêve d'abord d'être journaliste, on devient journaliste et parce que l'actualité économique n'est pas très populaire chez les journalistes, c'est souvent les places qui se libèrent. Ça a été mon cas. (J2)

Tous les journalistes à qui j'ai parlés ont d'abord étudié en science humaine, en science politique (deux), mais aussi en communication (deux), en histoire (un), en administration (un) et en géographie (un). Seulement un journaliste a fait des études universitaires en économie. Ceux-ci déclarent souvent qu'il ne pourrait pas passer par exemple un examen de science économique.

Je n'ai jamais fait d'économétrie de ma vie. Je serais bien embêté si je devais faire... je suis capable de lire de la recherche en science économique, mais c'est juste pour comprendre de quoi il est question. (J2)

J'avais pas tellement de formation comme spécifique en économie avant d'être rendu à [nom de ville]. (J8)

Deux journalistes se sont intéressées à l'économie et à la finance pour des causes personnelles. Un journaliste indépendant a dû s'y intéresser parce que la précarité de son métier le forçait à planifier sa retraite. Un autre dit avoir appris des demandes de financement du milieu académique dans sa première carrière de journalisme scientifique.

J'ai jamais eu vraiment un plan de carrière [rire], donc c'est comme ça que j'ai fait et moi finalement plus tard pour toute sorte de raison quand tu n'as pas de fonds de pension, comme quand tu es indépendant, ben faut que tu t'intéresses au REER un pti peu plus que la moyenne peut-être, fak moi ça fait longtemps que j'investis à la bourse (J7).

La recherche scientifique a ceci de particulier que les chercheurs passent la moitié de leur temps à chercher de l'argent. Ils sont toujours en quête de financement de toutes les façons possible. Et j'ai suivi des gens qui étaient un peu dans cette démarche-là et ça m'a intrigué (J6).

Les patrons des journalistes n'encouragent pas non plus le journalisme économique. Quatre journalistes pensent que leurs patrons les considèrent « importants, mais pas intéressants » (J3). D'autres que les articles en économie ne sont pas mis de l'avant parce qu'ils ne sont pas associés assez à la publicité (sauf pour les sections « marketing » et « investir »), à l'enquête ou aux exclusivités.

Ça dépend beaucoup des patrons. Présentement ce n'est pas important. C'est essentiel, mais ce n'est pas important. (J4)

Les journalistes sont dans des environnements où leurs collègues et leurs patrons trouvent souvent ça *boring but important* ou *maybe not that important*. Alors dans ce contexte-là peut-être que les patrons ils ont tendance à nous laisser aller beaucoup. Ils nous mettent rarement en Une. Parce qu'ils ont l'impression que ce n'est pas si intéressant que ça, pas si important. Ils ne nous lisent pas tout le temps non plus. (J2)

Les journalistes économiques québécois travaillent donc dans des environnements où leur profession est mal-aimée non seulement pas le public, mais aussi par leurs collègues et leurs patrons. Eux-mêmes ont rarement une formation particulière en économie, ils ont été formés sur le tas et ont été embauchés bien souvent par hasard. Concentrons-nous maintenant sur la couverture médiatique de la Banque du Canada.

6.3 Couvrir la Banque du Canada : journée typique

La couverture des communications de la Banque du Canada est un travail routinier. Il n'y a pas de surprise, les journalistes connaissent un an d'avance les dates importantes. Je prendrai ici en exemple le jour de la sortie du rapport sur la politique monétaire qui survient quatre fois par année. La préparation principale des reporters est la revue de presse, la lecture des anciens articles écrits sur le sujet et les dernières publications de la Banque du Canada. « Je vais relire mes anciens textes » (J8). « Je regarde à peu près mes sources d'information habituelle, c'est quoi le consensus dans le milieu par rapport à ce que tu peux lire un peu partout » (J6). « Moi mes yeux c'est le *Financial Times* c'est *The Economist*. Moi les journaux me servent de source » (J5).

À force de couvrir le même sujet, les journalistes parviennent à un stade où ils n'ont plus besoin d'une grande et longue préparation. Ceux-ci savent ce qui vient et peuvent anticiper la nouvelle. Le processus devient une habitude.

À un moment donné c'est l'habitude aussi comme journaliste tu es capable de déterminer qu'est-ce qui représente la nouvelle ou pas. Je pense que pour comprendre la Banque du Canada il faut avoir fait de la Banque du Canada avant, tu ne peux pas prendre juste le communiqué de la Banque du Canada pi avoir une compréhension totale de ce que la Banque du Canada est en train de dire si tu n'as pas vécu l'historique de la banque du canada avant. (J3)

Il y a essentiellement deux itinéraires possibles pour couvrir le rapport sur la politique monétaire : aller directement le matin à Ottawa ou attendre la conférence de presse en ligne à 11h. Les journalistes qui se déplacent dans la capitale nationale, rares en général et surtout parmi mes interviewés (deux), participent à ce qu'on appelle le « huis clos » ou le « lock in » en anglais. Ce dernier se tient dans l'édifice de la Banque du Canada de 7h à 10h le jour du dévoilement du rapport sur la politique monétaire. Dès leur arrivée, les journalistes sont fouillés « comme dans un aéroport » (J8), pour ensuite être invités vers une salle de presse où leur sont remis le rapport sur la politique monétaire et le communiqué de la banque centrale sur la décision de bouger ou non le taux d'intérêt. Ces deux nouvelles sont sous embargo jusqu'à 10h et ne peuvent être rendues publiques. Dans la première heure, les journalistes vont essentiellement lire le rapport qui est volumineux (30 pages environ) et commencer à écrire leur article. Ils vont surtout tenter de repérer la nouvelle, c'est-à-dire l'élément principal de leur article, ce qui doit ressortir en premier de la lecture du texte. À ce moment les journalistes ne se parlent presque pas entre eux. Puis dès 8h deux sous-gouverneurs de la banque centrale vont venir faire un briefing.

À 8h, il y a un briefing. Y'a deux sous-gouverneurs qui viennent donner un briefing et un conseiller technique. Généralement, dans les deux sous-gouverneurs il y en a un qui parle bien français. Y'en a qui honnêtement ne sont pas capables. Y'en a d'autres qui parlent français correctement, mais avec un accent épouvantable. C'est difficile de les comprendre. (J4)

Dans le briefing les deux sous-gouverneurs vont essentiellement répondre aux questions des journalistes et les orienter vers ce qu'ils jugent comme étant la nouvelle la plus importante. « Des fois ça change un peu notre focus » (J8). Des responsables des communications de la banque centrale sont aussi présents sur les lieux pour aider les journalistes ayant des questions. « On est enfermé et on a accès à des experts qui peuvent nous expliquer la signification de certaines affaires » (J2). À 10h l'embargo

est levé et les agences de presse envoient leur premier texte qui bien souvent donne le ton aux autres médias qui n'ont pas assisté au huis clos.

À 10h j'ai mon texte. Mais je sais toujours ça va changer au complet, parce qu'après ça on a des réactions, les marchés, on a aussi bien sûr la conférence de presse avec Poloz et Wilkins, et je sais certainement que le lead¹¹ va changer un peu, parce qu'il y a toujours plus de détails qui vient de la conférence de presse après. (J8)

À 11h c'est l'heure du point de presse d'une heure du gouverneur de la Banque du Canada Stephen Poloz. Cette conférence est diffusée en direct en ligne et donc disponible pour tous. C'est à ce moment que les autres journalistes n'ayant pas eu l'opportunité d'assister au huis clos se connectent et écoutent les propos du gouverneur.

On écoute la conférence de presse. Ça nous permet deux choses : aller chercher les compléments d'information, la couleur, les déclarations, les citations qu'on va retenir à propos de la nouvelle. Aussi ça nous permet avec les questions des collègues journalistes de voir un peu s'ils ont le même feeling que nous, si la nouvelle se situe au même endroit. Ça permet de tester si j'ai le même lead que les autres. Si j'ai l'air de m'aligner vers le même lead que les autres. (J2)

Là je m'en vais à la conférence de presse et je nuance mon texte après pour inclure des éléments de la conférence. La réécriture... en fait ce n'est pas tant une réécriture que, c'est une refonte, dans lequel les éléments que j'ai donnés le matin, à part peut-être le lead, vont se retrouver beaucoup plus loin dans le texte. (J4)

Après la conférence de presse qui se termine à midi les journalistes vont écrire leur texte. Ils ont en main le rapport, le communiqué, la conférence de presse de Poloz, les dépêches des agences de presse et ils peuvent poser des questions à la banque centrale

¹¹ Le lead est la première phrase ou paragraphe d'un article qui doit accrocher le lecteur et résumer le propos du texte (Martin-Lagardette, 2005)

pour éclaircissements : « là on commence à voir comment la nouvelle se place. On voit aussi comment les marchés commencent à réagir à la nouvelle » (J2).

En après-midi, deux éléments vont s'ajouter à l'équation : les rapports d'analyse des banques privées canadiennes et la réaction des marchés financiers. En effet, toutes les grandes banques vont envoyer à leurs abonnés (bien souvent les journalistes s'abonnent aux publications des banques) des rapports d'analyses sur la décision de la Banque du Canada. Les journalistes vont citer ces rapports dans leur texte.

6.4 Relation avec les sources

J'ai demandé à tous les journalistes quel était leur rapport avec les sources et pourquoi les économistes en chef étaient autant représentés dans les articles sur la Banque du Canada. Il faut tout d'abord comprendre que les journalistes n'entrent pas en contact avec les économistes, c'est plutôt les banques qui envoient leur rapport aux journalistes. Et ces analyses arrivent justement au moment précis (début de l'après-midi) où les journalistes ont besoin d'une source pour leur article. Des journalistes admettent qu'ils citent ces économistes par facilité : « Je pense que c'est la facilité ». (J5)

Pourquoi faut-il parler aux mêmes économistes en chef des banques privées ?
Bonne question. Parce que c'est le plus facile. Parce qu'ils t'envoient ça. On est abonné à différents analystes et ils sont super vite sur le piton. Ils t'envoient... les six grandes banques émettent ça très très rapidement. Ils sont bons. Ils sont punchés. Ils maîtrisent tout à fait les communications avec les médias. Eux-mêmes font un résumé de ce qu'ils leur semblent être les principaux éléments de la nouvelle du jour. Ensuite ils y vont d'éléments d'analyse qui leur sont propres et ils finissent en plus pas une opinion personnelle souvent assez bien ramassée, assez punchée, c'est du bonbon pour les médias. (J2)

Mais les journalistes citent aussi les économistes en chef des banques privées parce qu'ils les jugent crédibles et professionnels. Ils sont les plus aptes à commenter les décisions de la Banque du Canada : « C'est des top dans leur domaine ». (J5)

Je suis abonné aux analyses économiques des différentes banques. Donc là je regarde aussi leur perception. Moi je m'abreuve à ça, je m'abreuve à leur propos. (J3)

Moi quand je travaille je suis tout seul je n'ai pas de service de recherche avec moi. Alors les services de recherche on les prend où est-ce qu'on peut. Et ça ces notes économiques là sont généralement bien rédigées. (J6)

Ils sont collés dessus. Ils font ça à temps plein, ils nous bombardent d'informations, on sait de quelle idéologie ils sont, ils sont du côté des marchés financiers, ce n'est pas des libertaires pour autant. Mais ils font vraiment de la bonne recherche. De la bonne analyse. Ils sortent des choses que nous on n'a pas les moyens de faire. On n'a même pas accès à leur banque de données. (J4)

Les économistes en chef des grandes banques sont aussi cités parce qu'ils savent bien communiquer. Ils ont appris à parler aux médias. Non seulement ils parlent bien en phrase punchée (J2), mais ils envoient leurs matériaux rapidement et ils répondent au téléphone. « Pour nous le travail c'est très très vite, il faut avoir des gens qui sont disponibles, vite, des fois c'est juste comme ça qu'on choisit. » (J8).

Les économistes au Canada maintenant ont pris le tour de bien livrer ce qu'ils pensent et ça sauve beaucoup beaucoup de temps à ceux comme moi qui doivent relayer ces histoires-là. Alors ça devient une sorte de course à relais si tu veux, où l'économiste court le premier tronçon avant de nous passer le bâton. (J6)

Cette situation est particulièrement véridique pour les journalistes radio qui doivent citer des intervenants qui peuvent passer en onde et être bien compris par le public.

C'est toujours les mêmes qu'on rappelle, le bassin des spécialistes qui savent communiquer il n'y en a pas 100 000. On est une petite société. Donc tu as toujours 3-4-5 personnes et ils s'attendent à ce que les médias les appellent.

Déjà la machine s'est mis en marche pour communiquer et répondre aux questions. (J1).

Les journalistes sont conscients que les économistes des grandes banques ont une certaine manière de voir le monde, même parfois une idéologie. « Les économistes de banque c'est des économistes de droite et de centre droit » (J5). « Les économistes travaillent dans une banque, ils travaillent en fonction des besoins et des directives des politiques de la banque » (J1). Les journalistes sont donc bien avisés du biais des économistes, mais ils les citent tout de même parce qu'ils sont les seuls selon eux à pouvoir intervenir sur la question. Les professeurs d'économie à l'université, qui pourraient équilibrer la parole des économistes des banques, ne sont presque jamais cités. Six interviewés nous ont parlé longuement à cet égard de leur relation problématique avec les sources du monde universitaire.

Quand j'ai commencé mon travail je pensais que les sources gouvernementales ou les professeurs d'université allaient être des grandes sources, mais écoute les universitaires souvent c'est régulier qu'ils ne te répondent pas, ils te rappellent deux semaines plus tard, ils sont un peu déconnectés (J7).

Les universitaires ne sont pas réputés pour être particulièrement réactifs aux demandes des journalistes. Le reporter qui doit remettre son texte dans la journée n'a pas le temps d'attendre : « Un ils ne répondent pas au téléphone deux ils ne comprennent pas, contrairement à bien des économistes, qu'on est pressé là » (J6)

Moi si par exemple je téléphone à un prof d'économie mettons, il est en classe pendant trois heures, après ça il est en correction, il n'a pas le temps lui de passer sa journée à décrypter et d'aller voir une hypothèse pour aller la vérifier dans une autre banque de données. C'est toujours le problème avec les profs d'université c'est qu'ils sont en retard de deux ans sur l'actualité. Nous autres on travaille dans un quotidien. (J4).

Les professeurs d'université sont aussi réputés pour être plus méfiants à l'égard des journalistes : « Il ne faut jamais mal les citer. Ça, c'est la mort, tu cites mal une fois tu l'as perdu » (J1). Et aussi de ne pas être des très bons communicateurs.

Un prof d'université il est habitué d'expliquer longuement longuement longuement parce que c'est son travail. Moi je ne veux pas avoir un cours du soir, je veux avoir une réponse. Et ils sont aussi par moment un peu méfiant, je te dirais par moment avec raison, que leurs propos soient mal interprétés. (J6)

La pensée des universitaires des fois ça s'en va comme ça, je peux te le dire, tu leur dis d'aller du point A au point B sur une ligne droite, ils ne sont pas capables. Il faut qu'il fasse 4 crochets avant d'arriver au point b. Ça n'a pas de langue ça. Ton échantillonnage est automatiquement restreint à des gens qui sont capables de communiquer, d'une manière ou d'une autre. (J1)

Les économistes en chef des banques privées sont donc plus cités parce qu'ils sont, selon cinq journalistes, les seuls à être pertinents et à répondre au téléphone. Un journaliste nous explique qu'il peut trouver beaucoup de sources critiques sur un sujet comme la politique budgétaire, par exemple l'IRIS ou à l'institut Fraser, mais aucune sur un sujet comme la politique monétaire : « On est un petit pays. » (J-4) Un journaliste remet toutefois en question cette impossibilité :

Trouver quelqu'un peut-être que c'est possible, mais honnêtement moi je l'aurais essayé, mais peut-être que quand ça fait quinze ans que t'essaies, j'aurais peut-être abandonné comme lui, mais comme je te dis c'est que les journalistes économiques à un moment donné ils font partie de l'espèce de système, tsé ils ont leur contact, tu veux aller vite c'est ben plus simple. (J7).

Au-delà des universitaires, deux journalistes affirment ne pas citer des sources critiques de la Banque du Canada parce que ces sources sont des militants non pertinents pour un journal généraliste, « des freaks à gauche qui trouvent que la Banque du Canada est un suppôt de Satan » (J2). Ce n'est pas leur rôle de mettre en valeur des points de vue anti Banque du Canada.

On pourrait avoir un point de vue anti Banque du Canada, il y a des gens qui pensent que la banque du Canada devrait être abolie, bon. Mais là on n'est pas dans cet ordre d'idée là. Là on fonctionne avec des institutions qui existent, la banque du Canada existe, gère sa politique monétaire en fonction du taux d'inflation, etc. Donc il faut expliquer l'économie à la société comment elle fonctionne présentement. À moins qu'il y ait une révolution qui arrive là, mais je ne le sens pas venir prochainement donc en attendant on va expliquer comment ça se passe présentement. (J3)

Dans le même sens, un journaliste n'est pas contre le fait de remettre en question les institutions ou de poser les questions qui dérangent, mais pas dans le cadre de sa couverture de la Banque du Canada au jour le jour et encore moins lors de la sortie du rapport sur la politique monétaire où celui-ci n'a pas le temps.

Le jour où tu rapportes le rapport sur la politique monétaire, ce n'est pas le temps. Sans aller t'embarquer dans est-ce que la banque du Canada a sa raison d'être, est-ce qu'elle poursuit la bonne mission, et après tout est-ce que le système capitaliste est un bon système. Qui sont toutes des bonnes discussions toutes des bonnes questions, toute de la matière pour un quotidien comme le nôtre, mais pas là. T'en feras un article de tsa. Mais à ce moment-là ce n'est pas le temps. Parce que sinon tu n'es pas sorti. À toutes les fois que tu vas couvrir le budget du gouvernement tu vas passer le tiers de ton article en disant oui, mais est-ce qu'on ne serait pas mieux dans un système économique de cogestion. Calice là tu ne feras pas le procès du système économique à chaque article ! (J2)

Dans cette dernière citation le journaliste explique que son rôle au quotidien n'est pas de faire le procès du système économique. Mais qu'est-ce que son rôle alors, contester, relayer l'information, questionner, jouer l'avocat du diable ? Ceci nous amène à la vision de l'économie des journalistes.

6.5 Vision de l'économie.

Les journalistes interviewés ne sont ni particulièrement contre ou pour le capitalisme. En fait, questionnés au sujet de leur vision de l'économie, ceux-ci répondent surtout par des positions politiques (ce qui n'est pas surprenant vu leurs études en science politique (deux) mais aussi leurs expériences comme journaliste politique (quatre)). Ils sont en fait surtout de centre, centre gauche même. « Je suis social-démocrate » (J-5). « Je me considère comme centre » (J-7).

Les journalistes n'ont pas des visions particulièrement orthodoxes de l'économie. Ceux-ci considèrent même pertinent d'aborder des sujets comme la décroissance (théorie économique qui vise à réduire la production annuelle de biens et de services) (J-1 et J-5), ou encore le fait que le capitalisme soit un bon système ou non (J2). Deux ont des visions orthodoxes par rapport à la rationalité des agents économiques. Les citoyens adapteraient leur comportement aux communications de la banque par exemple sur l'endettement : « ça percole et ça finit par être du common sense » (J-2). Deux autres affirment le contraire : « je pense que les gens font ce qu'ils veulent » (J-8), opinion qui vient contredire la théorie orthodoxe des anticipations rationnelles.

Ceux-ci expliquent par contre que leur rôle n'est pas de contester les institutions en place : « On n'est pas un journal de combat » (J2). Plutôt, leur rôle est de transmettre l'information (J-1), d'être un témoin de la société (J2), de vulgariser (J3, J7), d'informer et d'expliquer (J5, J6, J8), de défendre l'intérêt public (J5). Les journalistes sont bien conscients des dynamiques gauches droites présentes dans la société. Ceux-ci essaient d'équilibrer les propos ou de produire un contraste (J7) autant que possible dans leur article. Mais ils jugent qu'il est très difficile d'y arriver sur un sujet comme la Banque du Canada.

Y'a des sujets qui se prêtent à seulement parler d'économie sans tenir compte de rien d'autre c'est presque plate parce que...taux hypothécaire... fais attention à tes dépenses le prochain mois. Dans des sujets économiques un peu drabe, un peu plate, il n'y a pas beaucoup de social à inclure dedans. (J1)

Il ne faut donc pas regarder du côté des journalistes eux-mêmes pour expliquer la présence des postulats orthodoxes. Ni d'ailleurs du côté des patrons qui ne s'intéressent pas à l'économie. Il faut regarder ailleurs : dans tout le processus d'écriture qui regroupe la formation et la préparation, la relation avec les sources, l'encadrement des institutions, les conditions de travail et l'écriture du texte. J'analyserai ces différents aspects dans le prochain chapitre.

CHAPITRE VII

DISCUSSION — RÉSULTATS DES ENTREVUES

Rappelons tout d'abord, vu l'analyse de contenu, ce que je cherche à expliquer : pourquoi les articles sur les communications de la Banque du Canada véhiculent-ils autant les postulats de l'économie néoclassique ? La présentation des résultats dans le chapitre précédent démontre que ni les journalistes ni leurs patrons n'ont une conception particulièrement orthodoxe de l'économie. Les premiers sont au contraire très ouverts à contester certaines idées reçues comme la croissance économique et les deuxièmes ne s'intéressent guère aux réflexions économiques complexes. J'évalue que les postulats hétérodoxes sont aussi peu présents dans les textes pour quatre raisons principales : les journalistes n'ont pas une formation critique à l'économie, ils adoptent par expérience une routine et des automatismes de classement mais aussi une vision du consensus mis de l'avant par les institutions dominantes, la Banque du Canada (en)cadre et surveille étroitement leur travail, et les sources hétérodoxes en économie s'effritent et manquent de reconnaissance institutionnelle, particulièrement au Canada.

7.1 Manque de formation, trop de sens commun

Un étudiant en science économique peut réaliser son cursus scolaire sans entrer en contact une seule fois avec les théories hétérodoxes et critiques de l'économie. Comme

le rappelle Frédéric Lebaron, souvent les étudiants doivent eux-mêmes s'inscrire dans des cours parallèles et non obligatoires pour être formés par exemple à l'école de la régulation ou à l'économie des conventions (Lebaron, 2010 et 2013). Comment alors un journaliste économique qui n'a pas étudié en économie, qui ne pourrait même pas, comme nous l'avouait un journaliste, dessiner une courbe de Phillips¹², peut-il rapporter dans ses articles des postulats hétérodoxes de l'économie ? La question se pose. Pourtant les journalistes ne sont pas stupides, mes entrevues démontrent qu'ils ne cachent rien, ils critiquent les idées reçues, ils savent très bien faire la différence par exemple entre une opinion de gauche et de droite en politique.

Disons que j'écris sur les baisses d'impôt. Est-ce que les baisses d'impôt stimulent la croissance économique ? C'est sûr que si j'appelle les économistes des banques ils vont tous me dire oui. Parce que dans la société tu as des biais idéologiques. (J5)

Mais sur des sujets plus complexes ou plus techniques comme la politique monétaire, les causes de l'inflation et de l'endettement ou sur la provenance d'une crise économique, ceux-ci n'ont pas les outils pour critiquer les idées dominantes. « En numératie il y a beaucoup de journalistes qui sont nuls. Mais vraiment nuls. Qui échoueraient un texte de neuvième année. Secondaire deux. C'est très sérieux. » (J4) Eux-mêmes l'avouent, ils sont devenus journalistes économiques par hasard, par un concours de circonstances, et ce n'est pas leurs patrons qui vont les encourager à citer des sources critiques, ces derniers ne s'intéressant pas aux pages économie. Conséquemment, les journalistes sont en position d'infériorité non seulement numérique, mais aussi de moyens (ils n'ont pas accès aux banques de données de la banque, par exemple) face aux communications de la Banque du Canada et aux

¹² La courbe de Phillips prédit une relation inverse entre le chômage et l'inflation.

économistes en chef des grandes banques qu'ils ne peuvent pas remettre en question. Les reporters « s'abreuvent » des paroles des économistes (J3), ils considèrent les analyses de la banque centrale comme de la science. « Ils sortent des choses que nous on n'a pas les moyens de faire » (J4).

J'accorde beaucoup de fiabilité au rapport sur la politique monétaire. Je prends les recherches de la banque pour un bon travail universitaire. C'est le travail d'un expert qui a fait de son mieux. Il faut prendre ça comme de la science (J2)

Il y a comme un tronc d'information qui est à peu près, qui est tellement factuel, qui est difficile, qui est presque immuable, on n'est pas dans l'idéologie, c'est-à-dire on est dans l'idéologie si on n'est pas d'accord avec l'existence de la Banque du Canada pi la cible d'inflation pi la direction des taux d'intérêt. (J3)

Comment alors remettre en question ce qu'on considère comme étant de la science ou un très bon travail universitaire ? Comment s'éloigner d'un tronc commun immuable ? Comment critiquer ce que nous n'avons pas les moyens de faire et de comprendre ?

Lionel Barber, rédacteur en chef du *Financial Times*, rappelle que les journalistes économiques ont tendance à mettre l'emphase sur les « good news » comme la croissance économique et la montée des prix de l'immobilier plutôt que sur des sujets plus obscurs qu'ils ne savent pas comment aborder comme les fonds spéculatifs et les *hedge funds* (Barber, 2015) : « The fact that many business journalists lack the analytic training to critique prevalent business perspectives makes intellectual capture easier, as does a dominant orthodoxy in the business community » (Schifferes et Roberts, 2015: 29).

Ce manque de formation est particulièrement important à noter dans un monde en changement constant comme celui de l'économie et de la finance. Les journalistes interviewés par Tambini en 2015 se plaignent eux-mêmes de leur manque de formation pour comprendre le système financier : « “The people that are really skilled go and

make loads of money working in the financial sector. Not writing about it”, one respondent said ». (Tambini, 2015: 122). Conscient de ce rapport de force, un journaliste m’explique qu’il suit à temps partiel une maîtrise en administration des affaires pour mieux comprendre les risques financiers des entreprises : « Quand je fais des entrevues, le monde est de plus en plus complexe en économie et en finance, et je pense que tu dois comprendre, être capable de challenger des entrepreneurs et des chefs d’entreprise » (J5).

Les journalistes sont donc conscients de la réalité complexe du monde économique. Ceux-ci savent qu’ils manquent de formation et qu’ils doivent s’éduquer davantage pour suivre les analyses des économistes. Mais souvent ceux-ci n’ont tout simplement pas le temps (J8, J1) pour se plonger dans une formation supplémentaire quand leur travail est de toute façon encouragé et apprécié par leurs patrons. Et comme le rappelle Tambini, les personnes qui comprennent vraiment le marché financier plongent dedans pour faire de l’argent et ne restent pas dans une carrière qui ne rapporte qu’un salaire moyen (Tambini, 2015).

Mon propos n’est pas de dire ici que la Banque du Canada et les économistes des banques privées injectent des postulats orthodoxes dans le cerveau vide des journalistes qui rapportent docilement leurs communications. Les reporters ne critiquent pas la banque centrale de un parce qu’ils ne sont pas en contact avec les théories hétérodoxes pendant leur formation, mais aussi de deux parce que ceux-ci considèrent que ce n’est pas leur rôle de remettre les institutions en question ou d’insuffler du conflit dans l’espace public quand ils couvrent la Banque du Canada. Un des journalistes l’explique très clairement : « le jour où tu rapportes le rapport sur la politique monétaire, ce n’est pas le temps [...] tu ne feras pas le procès du système économique à chaque article » (J2). Pas le temps de remettre en question le rôle de l’institution, pas le temps de dire si le capitaliste est un bon système, pas le temps de citer des « freaks à gauche » (J2).

Les journalistes, rappelle la politologue Géraldine Muhlmann, produisent du sens commun. Ils sont des médiations entre l'individu et la communauté, ils tentent de rassembler la communauté démocratique dans des représentations médiatiques communes. « Le spectacle journalistique a beau donner à voir du réel, il ne peut pas faire autrement, pour signifier ce réel, qu'utiliser des mythes communs à la communauté démocratique » (Muhlmann, 2004 : 257). J'en reviens alors aux analyses de Durkheim sur les croyances collectives. Toute société individualiste et rationaliste a besoin de croyances communes pour maintenir sa cohésion sociale. Dans le monde économique, ces croyances sont en ce moment représentées par les postulats de l'économie néoclassique (Lebaron, 2013).

Les nouvelles journalistiques vont reprendre ces croyances communes jour après jour. Ainsi, les nouvelles réconfortent et procurent un sentiment de contrôle aux individus. La lecture du journal est « une mise en rapport avec une totalité qui dépasse l'individu tout en lui donnant une place » (Muhlmann, 2004 : 22). Les histoires proposées par les journalistes aident à construire le monde, ils aident à faire sens commun du monde et les institutions dominantes tirent profit de la construction du monde en occultant ou en éliminant les récits concurrents (Bird et Dardenne, 2009 : 209). Les nouvelles journalistiques fonctionnent comme des mythes : à travers le mythe, les membres d'une culture apprennent des valeurs et la définition du bien et du mal. C'est une manière métaphorique et simple de parler aux gens à propos d'eux-mêmes, mais aussi des autres et du monde qui les entoure. « Myth reassures by telling tales that explain baffling or frightening phenomena and provide acceptable answers; myth does not necessarily reflect an objective reality, but builds a world of its own » (Bird et Dardenne, 1988 : 70).

Les journalistes économiques perpétuent et renouvellent des mythes sur le système économique dans leur couverture de la Banque du Canada. Dans le cas qui nous

concerne, des mythes sur le fait qu'une crise économique vient de choc externe, que les individus sont hyper-rationnels ou comme l'expose J3, que le rôle de la banque centrale est uniquement de gérer l'inflation.

Notre défi c'est de diversifier les points de vue, de faire entendre différents points de vue, alors dans le cas des économistes, il y a des économistes de gauche des économistes de droite mais ultimement je veux dire la politique monétaire avec la cible qu'elle s'est donnée avec la mission qu'a la Banque du Canada, je veux dire on est dans ce cadre-là. C'est un petit peu difficile de dire ... c'est un peu difficile d'avoir des points de vue extrêmement divergents sur cette question-là. [...] On parle de la politique monétaire, ben la politique monétaire est un tronc d'information, comment la Banque du Canada en fonction de l'inflation gère ça. Alors on ne s'éloignera pas tant que ça d'une source à l'autre. Tsé. (J3)

Certains mythes sont tenaces. Ceux-ci produisent un « effet de réel » (Muhlmann, 2004 : 248). Ils ne représentent pas vraiment quelque chose plus qu'ils le signifient comme étant vrai. C'est la catégorie du réel qui est signifiée par le mythe. Le journalisme qui prétend s'occuper du réel, loin d'échapper au recours au mythe,

se complait dans les mythes de toutes sortes, non seulement pour dire « c'est réel », mais pour signifier rapidement à l'intention du grand nombre des choses difficiles à représenter dans la temporalité et avec les moyens impartis aux médias (Muhlmann, 2004 : 249).

Les reporters, en quelque sorte, disent ceci : nous n'avons pas le temps de dire si le capitalisme est un bon système à chaque article, pas l'espace pour dire si la Banque du Canada a un bon mandat, alors nous allons simplement reprendre le mythe dominant (la croyance collective) qui considère ces phénomènes ou ces institutions comme immuables. Il est difficile d'échapper à cette tendance car les institutions elles-mêmes entretiennent très bien leur propre mythe. Dans le cas de la Banque du Canada, le mythe le plus tenace est celui de son « indépendance ». Les banques centrales, pendant la deuxième moitié du 20^e siècle, ont acquis leur indépendance du pouvoir politique. Au

Canada, ce statut a été acquis dans les années 1960 à la suite de la démission du gouverneur James Coyne qui reprochait au gouvernement Diefenbaker d'instrumentaliser la banque centrale pendant la campagne électorale (Pineault, 1998). Trois journalistes ont souligné ce facteur dans les entrevues. « C'est très très sacré l'indépendance de la banque. Un ministre des Finances ne commentera pas une décision de la banque. [...] Chacun son métier et les vaches seront bien gardées » (J4). Un journaliste décrit qu'il fait plus confiance à une déclaration de la banque centrale qu'il considère indépendante qu'à une déclaration du ministre des Finances qui peut être partisane.

[La Banque du Canada] a accès à des statistiques. Elle consulte constamment les entreprises. Elle a accès à une masse d'informations et elle a une capacité de traiter cette information-là qui est exceptionnelle et de façon relativement indépendante... contrairement à un gouvernement ou dans certains cas... on a des fonctionnaires très compétents qui ont accès à plein d'informations... je ne mets pas en cause la validité des informations du ministère des Finances. Mais quand le ministre des Finances parle, je ne le traite pas de la même façon. Parce que j'entends un politicien chef de gouvernement qui a à se faire élire qui a une base électorale. (J2)

Pourtant, certains penseurs critiques, comme le sociologue post-marxiste Maurizio Lazzarato, expliquent que l'indépendance des banques centrales est un geste politique qui avait au départ l'objectif d'interdire aux États souverains la possibilité de monnayer leur dette sociale à travers une banque centrale. Les collectivités locales ne peuvent plus être financées par l'émission de monnaie de la banque centrale mais bien par les « marchés financiers ».

C'est ce qu'on appelle l'« indépendance de la banque centrale » qui, traduit en langage courant, signifie plutôt dépendance des marchés, puisque cette loi établit l'obligation de recourir aux créanciers privés et aux conditions dictées par les propriétaires de titres, actions et obligations. Avant cette loi, l'État pouvait se financer auprès de la banque centrale sans payer d'intérêt et en remboursant au fur et à mesure de l'entrée de ses recettes. (Lazzarato, 2011 : 19)

Je ne veux pas dire que la Banque du Canada n'est pas indépendante du tout. Je veux simplement mentionner qu'il est possible d'émettre certaines réserves sur ce statut « sacré » (J3). Éric Pineault rappelle que l'institution est apparue au départ pour des raisons politiques : elle devait appliquer une politique monétaire comme composante d'une politique économique plus globale. Au départ les banques centrales n'étaient pas tant véhicules d'une politique monétaire que dépositaires du rapport fiduciaire entre l'État et la monnaie (Pineault, 1998). En réduisant ses finalités au seul contrôle de la stabilité des prix et en rejetant la promotion de la croissance économique, la Banque du Canada a abandonné son rôle originaire pour embrasser les postulats mis de l'avant par l'école monétariste (Pineault, 1998). Par exemple le fait que la politique monétaire n'a pour objectif que la poursuite de la stabilité des prix, c'est-à-dire le contrôle de l'inflation. (voir section 2.1.1).

L'indépendance des banques centrales est donc devenue un statut mythique entretenu par les institutions et repris par les journalistes qui en font un « effet de réel » dans le discours public. Les journalistes, en reprenant constamment cette information, vont la « signifier », ils vont la rendre réelle. Le fait que la Banque du Canada soit associée à son indépendance devient aussi naturel « qu'une rose signifie la passion que le fait que le mot rose désigne une fleur » (Muhlmann, 2004 : 249).

Si ce phénomène de standardisation des opinions vers le consensus dominant ou encore d'invisibilisation des conflits ou des débats dans l'arène publique (ce sont des synonymes) est une tendance incontournable dans les médias modernes (Muhlmann, 2004), il n'est pas une fatalité. Les grands journalistes¹³ sont ceux qui combattent cette

¹³ Par « grands journalistes », Muhlmann (2004a) entend des figures du métier comme George Orwell, Albert Londres ou les mouvements du New Journalism et des Muckrakers aux États-Unis ou les débuts du journal Libération en France.

tendance à l'uniformisation et réussissent à injecter du conflit dans l'espace public pour renouveler et alimenter la démocratie (Muhlmann, 2004 : 269). Je reviendrai sur le rapport des médias à l'espace public dans mes conclusions préliminaires. Pour comprendre plus finement la situation, il faudrait maintenant examiner concrètement les conditions de travail réelles des journalistes.

7.2 Un travail (en)cadré de près

Les chercheurs en études médiatiques analysent régulièrement comment les journalistes cadrent la réalité en faveur par exemple de l'élite financière ou des intérêts de leur pays (Shaw, 2016). Mais on oublie souvent que les journalistes, en plus de cadrer, sont aussi encadrés étroitement dans leur travail. C'est le cas de la couverture médiatique de la Banque du Canada. Un des éléments les plus importants du travail journalistique est le repérage de la nouvelle, fil rouge de l'article qui doit ressortir en premier de la lecture d'un texte. Le processus de construction d'un article sur une communication de la Banque du Canada est parsemé de moments où le journaliste est guidé vers une nouvelle en particulier.

Pour se préparer, le journaliste va d'abord relire ses anciens textes et les discours récents des gouverneurs et sous-gouverneurs de la banque centrale. Rappelons-nous, le journaliste affirmant « que pour comprendre la banque du Canada il faut avoir fait de la banque du Canada avant » (J3), c'est-à-dire que c'est avant tout l'habitude et « l'instinct » (J2) qui aident les journalistes à repérer la nouvelle. Ensuite, le jour du dévoilement du rapport sur la politique monétaire, certains reporters vont se rendre au huis clos de la Banque du Canada. Je n'ai pas assisté à ce huis clos et je ne peux pas en tirer des analyses systématiques, mais en invitant les journalistes dans un endroit si

surveillé et hermétique, on peut dire que la banque procède à l'intégration (*embedding*) des journalistes. Pour Bizimana qui écrit sur le reporter de guerre (2017), le dispositif *embedding* impose un certain nombre de dispositifs aux journalistes : le dispositif de clôture (codification de la circulation journalistique dans un périmètre délimité), de visibilité (reporters visibles en tout temps), de pénalité (règles précises qui régissent la couverture), de capture (prélèvement de données pour le fichage des correspondants), informationnel (utilisation des médias par une organisation pour mener une guerre de l'information sur la population) et panoptique (surveillance permanente avec des techniques de repérage) (Bizimana, 2014 et 2017).

Pour Foucault (1975), les gouvernants utilisent des dispositifs pour ordonner les rapports entre les êtres et inscrire les individus dans des régimes de visibilité et d'énonciation. Plus précisément, un dispositif est un ensemble de mécanismes restrictifs qui regroupe discours, institutions, architectures, règlements, lois et mesures administratives, énoncés scientifiques et propositions immatérielles, aussi bien du dit que du non-dit (Mattelart, 2004 : 53). L'objectif d'un dispositif est de façonner les gestes, de distribuer les corps, de faire l'évaluation des sujets et de reconduire les accès aux discours d'experts. Le dispositif foucauldien est

une combinaison de relations découlant de rencontres d'éléments, de parties de natures diverses, discursives et non discursives, humaines et non humaines, servant à isoler, à mesurer, à surveiller les sujets-corps à l'intérieur d'un champ d'observation (Lafleur, 2015).

Il est possible de faire plusieurs parallèles entre les dispositifs entourant le journaliste de guerre et le journaliste économique. Les reporters couvrant la Banque du Canada sont clôturés : on codifie leur circulation dans un périmètre délimité. Ils sont visibles et reconnaissables en tout temps. « L'*embedding* comme technologie opère dans un espace précis où les mouvements, les conduites et les communications sont surveillés » (Bizimana, 2014 : 4). Le mot « huis clos » en soi nous en dit beaucoup sur le

phénomène. Huis clos, « en secret, sans public, toutes portes fermées » (Reverso¹⁴). Le huis clos est un espace d'enfermement par excellence. Deleuze rappelle que dans les sociétés disciplinaires l'individu ne cesse de passer d'un milieu « clos », d'un espace d'enfermement à un autre : la famille, l'école, l'usine, l'hôpital (Deleuze, 1990). Concentrer la production dans un milieu clos par un dispositif d'intégration permet plusieurs choses : discipliner, codifier la circulation, fixer le mouvement, rendre visible, produire de la connaissance et un discours, surveiller grâce à un appareil bureaucratique hiérarchisé et bien sûr contrôler (Bizimana, 2014 : 17). Un travail ultérieur est à faire pour repérer et déconstruire les dispositifs mis en place par la Banque du Canada dans l'intégration des journalistes et surtout leur surveillance. Est-ce que l'institution possède une banque de données sur les caractéristiques de chaque journaliste présent au huis clos, procède-t-elle à leur identification incluant un fichage biométrique (Bizimana, 2014 : 17) ?

Le briefing des sous-gouverneurs de la banque centrale dans le huis clos est par exemple un élément du dispositif très important dans le cadrage de la nouvelle. Un journaliste m'explique que cette réunion change souvent le « focus » (J8) des articles. Historiquement, les briefings sont un outil très important de communication d'affaires publiques, rappelle Bizimana, mais aussi un outil de contrôle de l'information (Bizimana, 2017). C'est ici que les officiels des banques vont recadrer les journalistes vers une nouvelle en particulier. C'est après le briefing que les agences de presse envoient leur première dépêche à 10h. Ce moment est capital car les chefs de section et les journalistes qui n'ont pas assisté au huis clos vont regarder les dépêches pour trouver l'angle de la nouvelle (J4). La conférence de presse du gouverneur va ensuite

¹⁴ Huis clos. (s. d.). Dans Dictionnaire Reverso en ligne. Repéré à <https://dictionnaire.reverso.net/francais-definition/%C3%A0+huis+clos>

enfonce un autre clou dans ce cadrage. C'est à ce moment que celui-ci va encore une fois insister sur un aspect particulier de la situation à mettre en relief. Puis, les économistes des grandes banques ajoutent leur commentaire en après-midi, juste au moment où les journalistes ont besoin de sources pour mettre de la chair autour de l'os.

La Banque du Canada ne fait pas que communiquer passivement. Par tous ces processus d'encadrement et d'intégration des journalistes, elle est aussi « un appareil de gestion de la production informationnelle [...] fondée sur la double fonction d'informer et d'influencer par le contrôle du continu constitutif de ces productions » (Bizimana, 2017). À la fin de la journée, les journalistes économiques ont tous écrit le même article. Certains s'adressent à un public plus général et d'autres à des publics spécialisés, mais la nouvelle mise de l'avant reste la même. Comment pourraient-ils faire autrement ? Le lendemain matin les reporters vont par ailleurs lire les articles de leurs collègues sur le même sujet et noter si certaines sources leur ont échappées (J2).

J'ai posé cette question directement à un journaliste à la fin de l'entrevue : « Penses-tu être totalement libre dans ton choix de la nouvelle ? ». Voici sa réponse :

Ben on m'a toujours laissé libre. Mais en même temps si on me laisse toujours libre c'est parce que je mets le doigt dessus. Si j'étais à côté on me dirait tu n'y vas plus où on va te relire et te corriger. Mais des fois on me dit après le texte à 10h peux-tu t'organiser pour aller chercher telle chose. Là je dis oui si je suis capable. Ou non. *Qui dit ça ?* Au pupitre. Quand ils ont lu le texte. (J4)

Le dispositif a pour but de corriger les comportements et non de les punir. En tant que technologie disciplinaire, celui-ci agit comme un appareil de normalisation des cas problématiques avec une visée avant tout corrective et non répressive (Bizimana, 2014 : 17). Il ramène les potentiels déviants sur le droit chemin. Il ne faut pas oublier que la couverture médiatique de la Banque du Canada est un exercice très rapide. Les journalistes roulent sur des autoroutes de l'information (Mattelart, 2009). Et chaque

fois qu'ils pourraient dévier de ces routes, des murets les ramènent sur le droit chemin. La lecture des anciens textes, des autres médias, le huis clos, le *briefing*, les dépêches d'agence, la conférence de presse, les attentes des chefs de contenu, l'habitude, les rapports d'analyse des économistes et la réaction des marchés financiers sont tous des murets qui ramènent le journaliste vers une nouvelle en particulier.

En après-midi commence à rentrer les analyses. Toutes les banques analysent. Ensuite je parlais des agences de presse. Les agences de presse vont aller sonder d'autres analystes. Là on commence à voir comment la nouvelle se place. On voit aussi comment les marchés commencent à réagir à la nouvelle. Là l'idée commence à se former. Ce qui semble être la nouvelle importante. (J2)

Les journaux ont aussi besoin de la Banque du Canada pour remplir leurs pages. Au final, comme l'écrit Schifferes et Robert, couper les ponts est extrêmement difficile.

Burning a bridge is hard. It is far easier for news bureaucracies to accept ever-narrowing frames of discourse, frames forcefully pushed by industry, even if those frames marginalize and eventually exclude the business press's own great investigative traditions. (Schifferes et Roberts, 2015 : 15).

Examinons la fameuse habitude des journalistes économiques et la symbiose d'esprit avec les sources.

7.3 Pilotage automatique et symbiose d'esprit

Une fois que le reporter a écrit plusieurs fois son article sur la montée du taux d'intérêt et qu'il n'a reçu aucune réprimande, il sera conditionné à suivre ce chemin. Un des journalistes que j'ai interviewés parle de la règle des cinq : tu traites cinq fois du même sujet et tu finis par écrire toujours la même chose.

Moi la Banque du Canada là, personnellement, une fois que j'ai dit cinq fois l'impact d'une augmentation d'un quart de point, ça ne me tente plus. Je suis sur le pilotage automatique. Ça a toujours le même impact une augmentation d'un quart de point. C'est tout. C'est important, mais, comme reporter quand tu dois faire quelque chose là-dessus tu n'as pas 100 000 histoires à raconter c'est toujours la même histoire que tu racontes. (J1).

C'est ce que les auteurs en sociologie du journalisme appellent la routine ou les automatismes de classement. Avec l'expérience, les reporters développent un sens pratique qui permet de hiérarchiser rapidement l'information (Neveu, 2013 : 53). C'est le pilotage automatique décrit par le reporter interviewé. Si les journalistes sont généralement très intelligents et dotés de sens critique, ils sont tout de même absorbés par le maelstrom de l'information. Leur travail est rapide et routinier, et s'ils ne sont pas réprimandés, ils feront la même chose. Dans le cas qui nous concerne : écrire la même histoire sur la Banque du Canada et faire intervenir les mêmes économistes présents dans leur carnet d'adresses.

C'est intéressant comment on choisit nos sources, il n'y a pas un système vraiment, c'est juste on prend les gens des fois il y a des gens qui sont disponibles, pour nous le travail c'est très très vite, il faut avoir des gens qui sont disponibles, vite, des fois c'est juste comme ça qu'on choisit. Il n'y a pas comme choix quelque chose de plus jugé (J8).

Si je veux avoir des nouvelles de lui [Stéfane Marion l'économiste en chef de la Banque Nationale], je ferme le téléphone je l'appelle tout de suite et il va me répondre. Je sauve pas mal de temps et j'ai une source crédible devant moi, la question pour nous c'est une question de crédibilité (J6)

Les journalistes qui travaillent toujours avec les mêmes sources et les mêmes idées vont alors nécessairement être contaminés eux-mêmes par ce discours (Neveu, 2013). Les sources, comme les grandes banques, se sont professionnalisées. L'industrie des relations publiques ne cesse de se développer et les grandes organisations comme les banques ont toutes des services de communication avec beaucoup de personnel et de moyens pour prendre les devants envers les médias (Broustau et Francoeur, 2017).

Elles anticipent les routines et les pratiques des journalistes pour leur donner du « prêt à publier ou diffuser ». (Neveu, 2013 : 57).

À cet égard, un des journalistes que j'ai interviewés critique féroce­ment les journalistes du journal *Les Affaires* et leur tendance à reproduire le discours très « économiste » qu'ils entendent de leurs sources. J'ai soumis cette critique au journaliste des *Affaires*. Le dialogue est intéressant :

Je trouve que des fois quand les gens écrivent trop en économie ils adoptent le discours assez économiste, par exemple c'est normal que le gars de Bombardier gagne 30 millions par année parce que c'est la compétition internationale, non c'est pas normal tsé ! [...] Quand t'es tout le temps après couvrir la même chose, je connais des journalistes des *Affaires*, ils parlent tout le temps de bourse, de marché boursier, fak à moment donné ils ont le langage de ces spécialistes-là tout le temps, pi ils pensent comme eux. (J7)

Ah ben écoute moi je pense qu'il a raison en partie. Effectivement c'est un peu le syndrome de Stockholm, tsé les gens qui vont couvrir la culture qui sont toujours avec la même gang ou les gens qui couvrent le sport qui sont toujours avec, tsé tu finis par adopter, je pense que ça se fait involontairement [...] Mais c'est vrai que dans certains médias, aux *Affaires* je le vois aussi que pour certaines personnes le fait d'être en contact avec ces gens-là, le fait de eux-mêmes investir ça développe peut-être une symbiose d'esprit. (J5)

Dans leur routine les reporters vont rechercher d'abord l'information vers les sources qui ont le pouvoir de définir clairement et rapidement une situation. Pour Tambini, les pressions de longue date exercées sur le journalisme économique, telles que la dépendance aux sources et la pression de relations publiques, sont exacerbées par les pressions économiques qui poussent les reporters à prendre des risques, ainsi que par la complexité croissante des marchés financiers et la pression en faveur d'une publication rapide (Tambini, 2015 : 137). Les professionnels des communications des grandes banques et de la Banque du Canada, en position de supériorité numérique par rapport aux journalistes, possèdent une rationalité stratégique et « une connaissance

des méthodes de travail des journalistes assez précise pour pouvoir anticiper sur leurs contraintes et attentes » (Neveu, 2013 : 57). Tout le contraire des sources critiques et hétérodoxes qui, nous le verrons dans la prochaine partie, n'ont presque pas de moyens (Palley, 2019). Quand ces sources existent ou veulent parler.

7.4 Homogénéité du champ économique et effritement des sources critiques

Questionnés à savoir s'ils incorporent une variété de sources et d'interprétations dans leur travail, les journalistes disent que « dans le contexte québécois » (J1), oui. Si les sources critiques sont aussi absentes de mon corpus, ce n'est pas simplement parce que les journalistes manquent de formation et que la banque centrale et les économistes sont tellement efficaces dans leur travail d'encadrement, c'est aussi parce que les sources critiques de la politique monétaire et de la Banque du Canada ne sont pas très présentes en général et encore moins dans l'espace public.

Aux États-Unis il y a beaucoup d'institutions un peu comme le Conference Board, le Brookings un gros groupe pour qui travaille Janet Yellen, qui font beaucoup de recherche conjoncturelle et eux autres peuvent être appelés à commenter assez rapidement, mais au Canada il y a assez peu de ça le C.D. Howe ne commente pas, le Conference Board ne commente pas, l'IRIS ou l'Institut Fraser font une coupe de papier par semaine, mais ne sont pas vraiment sur la politique monétaire, ils sont plus sur la politique budgétaire eux autres, ce n'est pas une critique c'est chacun son champ. Alors au Canada il n'y a pas vraiment... On est un petit pays. (J4)

Après la Deuxième Guerre mondiale, le keynésianisme et plusieurs autres écoles hétérodoxes se sont imposés comme des théories incontournables dans les universités (Lebaron, 2000 : 182). Mais depuis les années 1980, avec l'expansion des nouvelles écoles néoclassiques comme l'école monétariste, les théories hétérodoxes sont en

replies dans les universités et dans l'espace public. Plusieurs chercheurs en sociologie économique constatent en effet que le champ économique néoclassique s'est extrêmement hiérarchisé et institutionnalisé depuis les années 1970 et 1980. L'économie est la science humaine la moins interdisciplinaire et on y retrouve le plus de consensus. L'usage de « textbook » est particulièrement important, la discipline est soudée (Fourcade, 2015 : 96). Les économistes néoclassiques s'encouragent entre eux, ils se publient dans les revues prestigieuses et se promeuvent dans les instituts de recherche ou les institutions. On ne devient pas seulement économiste par choix, on joue le jeu parce que le rapport de force est grand.

Sont « économistes » les agents qui trouvent un sens à entrer dans ce jeu consistant à promouvoir telle ou telle représentation de la « science économique » en luttant avec toutes les armes intellectuelles disponibles. Ils sont ces agents qui adhèrent à la croyance autour de laquelle s'est construit cet univers où les luttes ont pour but l'imposition d'une représentation scientifique légitime de l'économie. (Lebaron, 2000 : 42)

En effet se trouver un emploi de professeur d'économie est particulièrement difficile si on n'entre pas dans le rang. Han (2003) démontre que les embauches en économie proviennent du prestige : les universités embauchent les professeurs des instituts reconnus. « The field of economics is horizontally more integrated, with strong norms of reciprocity and cohesion in recruitment processes. » (Fourcade, 2015: 97). Il est de plus en plus difficile de travailler et de se trouver un emploi dans la discipline économique si les chercheurs n'adhèrent pas à l'économie néoclassique. Le pluralisme des voix s'effrite depuis un grand nombre d'années dans cette science sociale (Palley, 2019). Conséquemment, les penseurs hétérodoxes se font de plus en plus rares et surtout les économistes publiant et travaillant disent tous la même chose.

Plusieurs journalistes ont défendu leur travail en expliquant qu'ils variaient leurs sources du monde des économistes. Ceux-ci ne citent jamais deux fois le même

économiste de suite : « Souvent je me dis bon les dernières fois ça a été Desjardins, la TD et la Scotia, bon la prochaine fois on va plutôt essayer la Banque Nationale » (J2). Mais c'est mal connaître l'homogénéité du champ économique que de penser que l'économiste en chef de la Banque TD va offrir un point de vue différent que l'économiste en chef de la Banque Nationale. Pour devenir économistes en chef, ceux-ci ont dû « jouer le jeu » : passer par les grandes écoles, utiliser les mêmes théories, les mêmes outils de recherche, et puis publier dans les revues savantes qui sont plus concentrées que dans n'importe quelle autre science humaine (Fourcade, 2015 : 98). Remplacer un économiste d'une grande banque par un autre économiste d'une grande banque, ce n'est que remplacer un nom, le discours reste le même (Lebaron, 2000).

C'est sans parler des intellectuels hétérodoxes toujours vivants, mais qui n'acceptent pas de parler aux médias ou d'intervenir dans l'espace public. Les journalistes interrogés nous ont presque tous raconté leur relation conflictuelle avec les professeurs d'université : ils ne répondent pas aux appels, ils ne sont pas fiables, ils ne font pas confiance aux médias, etc. Le monde universitaire, écrit Enzo Traverso, se replie de plus en plus sur lui-même. L'intellectuel veut protéger l'autorité de sa recherche (Traverso, 2017). Ce phénomène est particulièrement présent chez les économistes hétérodoxes qui sont connus pour leurs luttes internes. « Ce qui me frappe, c'est cette capacité qu'ont les économistes hétérodoxes à se battre entre eux. C'est un univers qui n'a rien de pacifique. » (Ducourant, 2014). Les hétérodoxes sont de plus en plus dominés par les orthodoxes, cette domination se reflète dans la couverture médiatique et particulièrement dans la société québécoise et canadienne qui possède moins de figures hétérodoxes que la France ou les États-Unis.

Pour Marc Lavoie, professeur titulaire en science économique à l'Université d'Ottawa et grand diffuseur de la pensée postkeynésienne depuis quarante ans, le problème au Canada est plus particulièrement la pénurie des postes universitaires qui créent des

conditions dans lesquelles les économistes néoclassiques n'acceptent plus le pluralisme des idées en économie. Deux des plus grandes figures de la pensée hétérodoxe en économie au Canada, Marc Lavoie et Mario Seccareccia, ont été récemment remplacées par des professeurs néoclassiques (Lavoie, 2019, communication personnelle, 17 février 2019). Il n'existe plus de professeurs pour donner les cours d'histoire de la pensée économique ou de théorie postkeynésienne à l'Université d'Ottawa, par exemple. Et quand ces professeurs critiques existent, ils sont occupés par d'autres services à la communauté comme le fait d'évaluer des articles scientifiques, de diriger des revues, de superviser des étudiants au doctorat, etc.

Un très grand nombre de doctorants en économie post-keynésienne ou marxiste ont par ailleurs gradué au Canada à la suite de la crise financière de 2008, mais ceux-ci semblent bloqués et ne pas avoir accès à la reconnaissance institutionnelle (Lavoie, 2019, communication personnelle, 17 février 2019). Une situation qui vient radicaliser la perte de voix critiques en économie.

7.5 Synthèse des résultats de recherche

Les journalistes économiques québécois ne véhiculent donc pas l'économie néoclassique par choix dans leur couverture de la Banque du Canada. Ceux-ci sont confrontés à un écosystème où les sources critiques sont en déclin. Ils n'ont d'ailleurs pas non plus les connaissances suffisantes pour critiquer eux-mêmes les postulats de la Banque du Canada qu'ils considèrent comme de la science. Et même s'ils le faisaient, les reporters seraient rapidement recadrés par la banque centrale dans le processus de construction sociale de l'article qui est parsemé de dispositifs qui remettent la nouvelle

à sa place. C'est sans parler des mythes tenaces entourant l'institution comme son « indépendance » à l'égard des pouvoirs politiques.

Au-delà de l'économie néoclassique et des approches hétérodoxes, c'est le système économique dominant et donc le capitalisme que les journalistes reproduisent dans leur couverture des communications de la Banque du Canada. La métaphore de la machine revient souvent dans nos entrevues. « Déjà la machine s'est mis en marche pour communiquer et répondre aux questions » (J1). Aujourd'hui le capitalisme financier dépend plus que jamais d'une gigantesque circulation informationnelle (Thompson, 2015). La communication est le nouveau véhicule de la subsumption capitaliste (Dean, 2018). Les journalistes économiques, comme courroie, comme transmetteur, comme porte-voix, font partie de cette machine.

Une des principales conséquences de ce processus est la consolidation de l'économie néoclassique comme croyance collective dominante. À entendre tous les jours qu'une crise économique vient de choc externe ou que l'endettement est un procédé naturel, les lecteurs de journaux finissent par accepter ces postulats néoclassiques comme vrais (Lebaron, 2000). « Une fois le processus enclenché, une fois la « croyance économique » stabilisée, alors la théorie devient "vraie" » (Steiner, 2011 : 105). Le danger est non seulement le déclin du débat démocratique qui requiert le choc des idées divergentes, mais aussi la consolidation d'une théorie qui repose sur de multiples présupposés : épistémologie instrumentaliste, individualisme méthodologique, rationalité illimitée, économie fondée sur l'échange et la rareté (Lavoie, 2004 : 12). En résulte l'apparition d'un « impérialisme économique » où toutes nos actions sont scrutées par la loupe néoclassique : « la théorie économique perd ses propres repères et se transforme en impérialisme économique, un pseudo-savoir qui, par glissements successifs, ramène tout comportement humain au choix rationnel » (Steiner, 2011 : 110). Si toute société a besoin de croyances communes pour maintenir une certaine cohésion sociale,

l'économie néoclassique doit partager son trône avec les autres théories. C'est tout notre rapport au monde qui deviendrait plus clair (Steiner, 2011; Lévesque et al, 2001).

Comment les journalistes peuvent résister à ce processus est la question la plus essentielle. Géraldine Muhlmann rappelle que si le journalisme produit du sens commun, et donc des mythes consensuels, il peut aussi *rassembler dans l'épreuve*, c'est-à-dire chercher ces faits rassembleurs dans l'affrontement et même le combat avec les pouvoirs officiels. Pour Muhlmann la figure du journaliste idéal est celui qui injecte du conflit dans la communauté démocratique, celui qui institue une communauté conflictuelle. La démocratie, « c'est échanger ensemble avant de faire, c'est représenter une situation, débattre, amender avant de passer aux actes. C'est donc forcément transfigurer les conflits, même les plus radicaux, en conflits représentables sur une scène commune » (Muhlmann, 2004 : 269). Tout mérite d'être questionné, débattu, même la Banque du Canada, même son mandat, ses postulats, ses communications. Il est possible à la fois de tisser du commun et d'injecter du conflit. Rappelons-nous cette citation d'un journaliste sur la révolution qu'il ne voit pas arriver :

Il faut expliquer l'économie à la société comment elle fonctionne présentement. À moins qu'il y ait une révolution qui arrive là, mais je ne le sens pas venir prochainement donc en attendant on va expliquer comment ça se passe présentement. (J3)

Mais comment la révolution pourrait-elle arriver si les alternatives sont dissimulées, si la réalité est toujours présentée avec le même cadre, si les institutions sont réifiées, si les journalistes ne transmettent qu'une vision de l'économie, qu'ils font partie de la machine et qu'ils en sont une pièce essentielle ? Une révolution, rappelle le philosophe Cornelius Castoriadis, n'est pas une apocalypse qui réduit à néant les institutions de la société. Une révolution est un changement « de certaines institutions centrales de la société par l'activité de la société elle-même : l'autotransformation de la société dans un temps bref » (Castoriadis, 2005 : 177). C'est une réinstitution explicite de la société.

Une des grandes réussites du capitalisme de notre temps est d'avoir fait disparaître toute idée que l'avenir pourrait être autre chose que du capitalisme, qu'une autre société est impossible (Dardot et Laval : 2014 : 573). Présenter les institutions actuelles comme intouchables et inaltérables est implicitement contre-révolutionnaire. Mais la résistance est un feu et les journalistes en sont souvent les étincelles (Shaw, 2016). N'est-il pas temps de réinjecter des institutions imaginaires dans la couverture journalistique des communications des banques centrales ?

CONCLUSION

Ce mémoire avait pour objectif d'analyser la couverture médiatique des communications de la Banque du Canada pour y comprendre de un quels postulats de l'économie y sont représentés et invisibilisés et de deux pourquoi les postulats en question y sont présents ou absents (la construction sociale des textes). De manière plus large, mon objectif était de comprendre comment les journalistes diffusent et légitiment la vision de l'économie mise de l'avant par les institutions dominantes. Ma démarche est originale : il n'existe à peu près pas de recherche sur le journalisme économique au Québec et son rapport avec les sources, encore moins de recherche critique. La Banque du Canada est également un sujet ignoré par les études en communication. J'ai marché dans certains terrains vierges tout en m'inspirant d'une riche littérature sur le travail du journalisme économique produite dans le monde anglo-saxon depuis la crise économique de 2007-2008 (Schifferes et Robert, 2015, Knowles et al, 2017; Butterick, 2015; Tambini, 2010).

L'économie néoclassique est aujourd'hui la forme dominante de croyance collective au sein de nos sociétés modernes (Steiner, 2011; Orléan, 2011). Quatre facteurs ont été cruciaux dans la diffusion, la légitimation et l'institutionnalisation de cette théorie: son épistémologie instrumentaliste, son établissement dans les universités, la transformation des connaissances économiques en un pouvoir politique et l'existence de liens transnationaux dominés par les États-Unis (Fourcade, 2006; Lebaron, 2013). Mon mémoire de maîtrise ajoute un autre facteur: les communications des banques centrales et leur traitement médiatique par les journalistes économiques. L'objectif de ce travail étant d'analyser les modes de production, de reproduction et de diffusion des

croyances économiques afin de comprendre comment celles-ci deviennent des forces collectives dominantes.

Ma recherche, utilisant une triangulation des méthodes de collecte de données, soit l'analyse de contenu et des entrevues semi-dirigées, a été guidée par deux questions de recherche principale. Dans un premier temps, la couverture des communications de la Banque du Canada de trois médias québécois — *La Presse*, *Radio-Canada*, et *Les Affaires* — a été analysée afin de connaître quels postulats économiques sont mis de l'avant et à l'inverse quels postulats sont invisibilisés. Une fois ce travail terminé, j'ai voulu comprendre pourquoi certains postulats économiques sont plus présents que d'autres dans les articles : les journalistes ont-ils eux-mêmes une conception orthodoxe ou hétérodoxe de l'économie ou vient-elle de l'extérieur (par les patrons, par les sources, par les pairs, etc.)? Pour cela, je me suis intéressé à la construction sociale des textes journalistiques qui renvoie au processus d'écriture dans son ensemble, c'est-à-dire la situation sociale et intellectuelle du journaliste (son éducation et sa place dans le domaine journalistique), ses conditions de travail, sa routine, ses habitudes, etc.

Lors de la première phase, 104 articles publiés entre décembre 2017 et décembre 2018 ont été analysés. Les textes ont été codés manuellement suivant une méthode qualitative. J'ai découvert que les textes véhiculaient très majoritairement (97 %) les postulats de l'économie néoclassique sans les mettre en relation avec des postulats critiques ou hétérodoxes. Seulement 3 % des articles sont mixtes et aucun n'est uniquement hétérodoxe. La couverture médiatique des communications de la Banque du Canada est problématique : on n'y trouve pas une variété d'interprétations et les sources ne sont pas variées. La réalité est cadrée en faveur des sources qui sont institutionnelles et puissantes comme le gouverneur de la banque centrale ou les économistes en chef des grandes banques privées. Ces conclusions s'accordent avec les résultats des études semblables sur le journalisme économique mais les radicalisent

vu notre intérêt pour la macroéconomie et la politique monétaire qui sont des sujets plus abstraits que d'autres spécialisations économiques plus micro comme le commerce ou la consommation (Knowles, 2013; Shaw, 2016).

L'analyse de mes entrevues semi-dirigées avec huit journalistes économiques québécois a expliqué les coulisses de ce phénomène. J'ai mis l'accent sur le processus de construction d'un article sur une annonce de la Banque du Canada en décrivant autant la préparation, la collecte d'information, les entrevues et l'écriture. Je me suis aussi intéressé à la vision de l'économie des reporters. Je leur ai demandé de définir leur rôle dans la société et de commenter les résultats de ma première phase d'analyse.

Plusieurs constats se dégagent de cette étude. Premièrement, le journalisme économique est un véhicule pour la pensée économique dominante dans sa couverture des communications de la banque centrale. Les postulats de l'économie néoclassique se sont développés et diffusés de manière aussi efficace dans nos sociétés entre autres parce qu'ils ont obtenu une grande visibilité dans les médias. Si l'économie orthodoxe a besoin avant tout d'institutions pour se solidifier comme les universités, les écoles de commerce, les instituts de recherche, les grandes banques et même les ministères des finances, elle a également besoin des médias pour se propager et se vulgariser dans le grand public.

Mais les journalistes ne participent pas à ce processus parce qu'ils sont des marionnettes au service du grand capital. Ceux-ci sont dotés d'un esprit critique à l'endroit des idées reçues. Mais ils manquent de formation pour critiquer les postulats orthodoxes de l'économie et même s'ils voulaient la faire le processus de couverture de la Banque du Canada est parsemé de dispositifs qui ramènent le reporter vers une nouvelle en particulier. En procédant à l'intégration des journalistes, la banque centrale (en)cadre étroitement le travail des journalistes économiques. Elle les discipline, les

codifie, les rend visible, les surveille, les enferme et les contrôle. Les sources institutionnelles des grandes banques privées sont aussi extrêmement actives et professionnelles pour entrer en relation avec les médias tandis que les sources critiques s'effritent dans un champ économique de plus en plus homogène.

Ma recherche apporte plusieurs pistes de réflexion pour des travaux ultérieurs. Au niveau méthodologique, il est clair que l'ajout des entrevues semi-dirigées pour mettre en contexte l'analyse de contenu est une grande richesse. Les recherches en études médiatiques ne peuvent plus se permettre de se concentrer uniquement sur le texte. Cette méthode a trop d'angles morts et ne permet pas de comprendre les complexités entourant le travail des journalistes. Si j'ai abordé ici la production du texte, il serait aussi intéressant d'intégrer la réception, à savoir si les postulats économiques orthodoxes sont vraiment adoptés par le grand public (ou au contraire si celui-ci résiste).

Je n'ai que survolé dans ce travail les dispositifs (Bizimana 2014; Foucault, 1975) mis en place par la Banque du Canada pour contrôler et surveiller le travail des journalistes économiques. Je suis conscient que mon effort n'est pas suffisant. Je n'ai qu'esquissé la déconstruction de ces dispositifs qui mériteraient une attention plus particulière. Il faudrait aller à Ottawa directement dans des travaux à dimension ethnographique pour bien comprendre l'ampleur du phénomène en question. Il ne fait aucun doute que les dispositifs intégrant le reporter de guerre sont différents que ceux intégrant le reporter économique.

Je rappelle également que l'histoire du journalisme économique au Québec n'a jamais été écrite. Encore moins une histoire critique qui s'éloignerait des histoires libérales proposées dans le monde anglo-saxon. Par ce mémoire, j'espère initier une nouvelle histoire du journalisme économique qui pourrait nous permettre d'en comprendre toutes les subtilités à travers les multiples formes institutionnelles du capitalisme.

Bien sûr mon mémoire comporte plusieurs limites. Il serait difficile d'affirmer que ma recherche peut prétendre à la généralisation. Mon corpus ne comprend que trois médias. Si j'ai tenté d'y créer un échantillon diversifié, il est possible que la sélection d'un autre journal comme *Le Devoir* ou *l'Actualité*, par exemple, aurait pu changer les résultats. Je n'ai analysé que les communications de la Banque du Canada et un autre secteur de l'économie comme le commerce aurait pu fournir des résultats différents. Si les postulats hétérodoxes ne sont pas présents dans notre corpus, peut-être est-il possible d'en retrouver dans d'autres secteurs économiques ou dans d'autres spécialisations journalistiques. Le journalisme politique ou couvrant des enjeux de société, par exemple, propose-t-il parfois des visions alternatives de l'économie ? Ce sont toutes des pistes à explorer.

Aussi, il ne faut pas oublier que j'ai effectué l'analyse de contenu manuellement et non avec l'aide d'un logiciel spécialisé. Cette méthode de collecte de données comporte plusieurs faiblesses. L'analyse d'un texte laisse une grande place à l'interprétation : peut-être qu'un autre chercheur en serait venu à des conclusions différentes. Le travail de catégorisation que j'ai effectué est très subjectif, il a été orienté à partir de mes connaissances personnelles et de mes lectures sur le sujet. Toutefois, le but d'une analyse de contenu est bien d'extraire des tendances et non des statistiques ultras précises. En ce sens, ma mission, bien qu'humble, est accomplie.

Une approche longitudinale s'étalant dans une période temporelle plus grande, mais aussi multinationale comprenant des médias de pays différents serait à prendre en considération pour des travaux ultérieurs voulant s'approcher de conclusions au potentiel plus généralisable. Du côté des entrevues, il serait bien d'élargir l'échantillon aux patrons des journalistes, aux éditeurs et aux chefs de section. Pour finir, une approche multisite incluant aussi une étude des communications de la Banque du Canada me semble inévitable. Je n'ai analysé qu'une partie de la chaîne de la

production informationnelle de la banque centrale. Une approche dialectique qui prendrait en compte autant la production du communiqué de la banque centrale, sa reprise par les salles de rédaction, mais également la réaction des banques privées et des marchés financiers serait plus efficace pour comprendre l'ensemble de cette machine à « transmettre des impulsions » (Pineault, 1998) qu'est la Banque du Canada.

ANNEXE A

RÉFÉRENCES DES ARTICLES CITÉS DANS L'ANALYSE DE CONTENU

- Baril, H. (2018). Des économistes réclament de nouveaux objectifs. *La Presse*, 29 mai.
- Baril, H. (2018). La Banque du Canada relève son taux à 1,5%. *La Presse*, 11 juillet.
- Bergeron, M. et Croteau, M. (2018). La Banque du Canada veut éviter la surchauffe. *La Presse*, 18 janvier.
- D'Anjou, M. (2018). La poussée de l'endettement semble enfin ralentir. *Les Affaires*, 2 juin.
- Diotte, S. (2018). Endettement : attention, danger ! *Les Affaires*, 1er mars.
- Fillion, G. (2017). Plus d'inégalités encore en 2018? *Radio-Canada*, 15 décembre.
- Fillion, G. (2018). Une taxe carbone par ici, une hausse de taux par là! *Radio-Canada*, 25 octobre.
- Germain, D. (2018). Hypothèque variable : faut-il songer à fixer son taux ? *Les Affaires*, 25 octobre.
- Les Affaires. (2018). La Banque du Canada demeurera prudente, malgré l'AEUMC. 20 octobre.
- Les Affaires. (2018). La Banque du Canada relève son taux directeur à 1,5%. 11 juillet.
- Normand, F. (2018). ALÉNA : l'échec des pourparlers n'est pas une catastrophe. *Les Affaires*, 19 mai.

- Radio-Canada. (2018). Aide au logement : il faudra des compromis, selon la Banque du Canada. 22 novembre 2018.
- Radio-Canada. (2018). Emprunter au Canada coûtera désormais plus cher. 24 octobre.
- Radio-Canada. (2018). L'inflation au Canada dépasse les 2 % pour la première fois en six ans. 18 mai.
- Radio-Canada. (2018). La Banque du Canada hausse son taux directeur. 11 juillet.
- Radio-Canada. (2018). La Banque du Canada ne bouge pas. 5 décembre.
- Radio-Canada. (2018). La hausse du salaire minimum pourrait coûter 60 000 emplois, selon un rapport de la Banque du Canada. 26 février.
- Radio-Canada. (2018). Taux d'intérêt à 1,25 % : la Banque du Canada joue encore une fois de prudence. 30 mai.
- Vailles, F. (2017). La curieuse insomnie du patron de la Banque du Canada. *La Presse*, 21 décembre.
- Vallières, M. (2018). La Canada exposé au risque d'une crise bancaire. *La Presse*, 13 mars.

BIBLIOGRAPHIE

- Adams, V. (1986). *The media and the Falklands campaign*. New York : Springer.
- Aglietta, M. (1976). *Régulation et crises du capitalisme l'expérience des États-Unis*. Paris : Calmann-Lévy.
- Alvesson, M. (2003). Beyond neopositivists, romantics, and localists: A reflexive approach to interviews in organizational research. *Academy of management review*, 28(1), 13-33.
- Aquilina, M. et al. (2018). *La communication touristique, vers de nouvelles interfaces?*. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Banque du Canada. (2018). *Politique monétaire*. Récupéré de https://www.banqueducanada.ca/grandes-fonctions/politique-monetaire/?page_moved=1
- Barbas, J. (2005). La communication de la Banque centrale européenne. *Terrains & travaux*, 8(1), 53-73.
- Barber, L. (2015). Soothsayers of doom [Chapitre de livre] Dans Schifferes, S., & Roberts, R. (dir.), *The media and financial crises: comparative and historical perspectives*. New York : Routledge.
- Bardin, L. (1991). *L'analyse de contenu*. (6e éd.). Paris : Presses universitaires de France.
- Basu, L., Schifferes, S. et Knowles, S. (dir.). (2018). *The Media and Austerity: Comparative Perspectives*. New York : Routledge.
- Beck, M. K., Hayo, B., & Neuenkirch, M. (2013). Central bank communication and correlation between financial markets: Canada and the United States. *International Economics and Economic Policy*, 10(2), 277-296.

- Becker, G. (1993). The economic way of looking at life. *Journal of Political Economy*, vol. 101, n°3.
- Becker, H. (2009, avril). À la recherche des règles de la recherche qualitative. *La vie des idées*. Récupéré de <https://laviedesidees.fr/A-la-recherche-desregles-de-la.html>
- Bénicourt, E., & Guerrien, B. (2008). *La théorie économique néoclassique: microéconomie, macroéconomie et théorie des jeux*. Paris : La Découverte.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe, Ill.: The Free Press.
- Bergeron et al. (2018). Comportement correct exigé. *La Vie des Idées*, Novembre, 1-13.
- Bird, S. E., & Dardenne, R. W. (1988). Myth, Chronicle, and Story: Exploring the Narrative Qualities of News. [Chapitre de livre] Dans J-W. Carey (dir.), *Media, myths, and narratives: Television and the press* (p. 67-88). New-York : Sage Publications.
- Bird, S. E., & Dardenne, R. W. (2009). Rethinking news and myth as storytelling. [Chapitre de livre] Dans K. Wahl-Jorgensen et T. Hanitzsch (dir.), *The handbook of journalism studies* (p. 205-217). New-York : Routledge.
- Bizimana, A-J. (2017). La relation journalistes-officiers d'affaires publiques dans les opérations militaires. [Chapitre de livre] Dans N. Broustau et C. Francoeur (dir.), *Relations publiques et journalisme à l'ère numérique : dynamiques de collaboration, de conflit et de consentement* (p. 189-213). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Bizimana, A-J. (2014). *Le dispositif embedding*. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Blinder, A.S. et al. (2001). *How do central banks talk?* Londres : Centre for Economic Policy Research.
- Blinder, A.S. et al. (2008). Central Bank Communication and Monetary Policy: A Survey of Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 46(4), 910-945.

- Bonneville, L. et al. (2007). *Introduction aux méthodes de recherche en communication*. Montréal : Édition Gaëtan Morin.
- Boulay, S. (2012). Exploration du phénomène d'astroturfing: une stratégie de communication usurpant l'identité citoyenne dans l'espace public. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*(7), 61-84.
- Bourdeau, R. (2018). La Presse deviendra propriété d'un OBNL. *La Presse*, 8 mai.
- Bourdieu, P. (1997). Le champ économique. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 119(1), 48-66.
- Bourdieu, P. (1992). *Réponses. Pour une anthropologie réflexive*. Paris : Seuil.
- Bourdieu, P. (1996). *Sur la télévision, suivi de L'emprise du journalisme*. Paris : Libre-Raisons d'agir.
- Bourdieu, P. (1994). Un acte désintéressé est-il possible?. *Raisons pratiques*, 149-167.
- Boyer, R. (2013). Marché, État et capitalismes. [Chapitre de livre] Dans Steiner, P. et Vatin, P. (dir.), *Traité de sociologie économique* (p. 51-86). Paris : Presses Universitaires de France.
- Boyer, R. (2004). *Théorie de la régulation: Les fondamentaux*. Paris : La Découverte.
- Brémond, J. (1989). *Les économistes néo-classiques de L. Walras à M. Allais, de F. von Hayek à M. Friedman*. Paris : Hatier.
- Breton, P. et Proulx S. (2002). *L'explosion de la communication à l'aube du XXI.e siècle*. Paris : La découverte, Montréal : Boréal.
- Bromley, M. (2015). From Wall Street to Main Street: Australian finance and business journalism and the crisis. [Chapitre de livre] Dans Schifferes, S., & Roberts, R. (dir.), *The media and financial crises: comparative and historical perspectives* (p. 59-73). New York : Routledge.
- Broustau, N. (2018). *Les médias et les journalistes, interprètes de la société*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Broustau, N. (2017). Les traces rhétoriques d'une reconfiguration dans le cycle de l'information entre journalistes et relationnistes du milieu culturel. [Chapitre de livre] Dans N. Broustau et C. Francoeur (dir.), *Relations publiques et*

journalisme à l'ère numérique : dynamiques de collaboration, de conflit et de consentement (p. 151-189). Québec : Presses de l'Université du Québec.

Broustau, N. et Francoeur, C. (dir.). (2017). *Relations publiques et journalisme à l'ère numérique : dynamiques de collaboration, de conflit et de consentement*. Québec : Presses de l'Université du Québec.

Butterick, K.J. (2015). *Churnalism, Complacency and Collusion: A critical Introduction to Business and Financial Journalism*. Londres: Pluto Press.

Cailliau, J. (2018). 90 ans d'histoire économique. *Les Affaires*, 6 juillet.

Carey, J. W. (1988). *Communication as culture: Essays on media and society*. New York et Londres: Routledge.

Carter, N. et al. (2014). The use of triangulation in qualitative research. *Oncology nursing forum*, 41(5), 545-547.

Castonguay, A. (2012). L'économie, plus qu'une guerre de chiffres. *Le Trente*. Vol. 36, no 2, printemps 2012.

Castoriadis, C. (2005). *Une société à la dérive*. Paris : le Seuil.

CBC/Radio-Canada. (2017). Merci Canada! CBC/Radio-Canada double sa portée numérique deux ans et demi plus tôt que prévu. *Newswire*. 11 décembre.

Charron, J. (1994). *La production de l'actualité*. Montréal : Boréal.

Charron, J., Lemieux, J. et Sauvageau, F. (1991). *Les Journalistes, les médias et leurs sources*. Montréal : Édition Gaëtan Morin.

Chibnall, S., & Saunders, P. (1977). Worlds apart: Notes on the social reality of corruption. *The British Journal of Sociology*, 28(2), 138-154.

Chomsky, N. et Herman, E. (2002). *Manufacturing consent: The political Economy of the Mass Media*, New York : Longman.

Clinton, K. et al. (2015). *Inflation-Forecast Targeting: Applying the Principle of Transparency*. Washington : International Monetary Fund.

Cobb, R. W. et Elder, C. (1971). The Politics of Agenda-Building: An Alternative Perspective for Modern Democratic Theory. *Journal of Politics*, 33, 892-915.

- Cockerell, M., Hennessy, P., & Walker, D. (1984). *Sources close to the Prime Minister: inside the hidden world of the news manipulators*. Londres : McMillan.
- de Bonville, J. (2000). *L'analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique*. Paris : De Boeck Université.
- Dagenais, B. (2015). Le principe de la transparence dans les politiques de communication des entreprises : un miroir aux alouettes. [Chapitre de livre] Dans A. Catellani, A. Crucifix, C. Hambursin et T. Libaert (dir.), *La communication transparente : l'impératif de la transparence dans le discours des organisations* (p. 265-282). Louvain-la-Neuve : Presses universitaires de Louvain.
- Dardot, P. et Laval, C. (2014). *Commun. Essai sur la révolution au 21^e siècle*. Paris : La Découverte.
- Davis, A. (2013). *Promotional cultures: The rise and spread of advertising, public relations, marketing and branding*. Cambridge : Polity Press.
- Davis, A. (2000). Public relations, business news and the reproduction of corporate elite power. *Journalism*, 1(3), 282-304.
- De Rosa, A. S., Bocci, E., & Bulgarella, C. (2010). Économie et Finance durant la crise financière mondiale: représentations sociales, métaphores et figures rhétoriques dans le discours des médias de l'automne 2008 au printemps 2010. *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, (3), 543-584.
- Dean, J. (2009). *Democracy and other neoliberal fantasies: Communicative capitalism and left politics*. Durham : Duke University Press.
- Dean, J. (2018). Les données massives: Accumulation et enclosure. [Chapitre de livre] Dans M. Ménard et A. Mondoux (dir.), *Big Data et société* (p. 29-53). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Deleuze, G. (1990). Post-Scriptum sur les sociétés de contrôle. *L'autre journal*, n° 1, mai.
- Deneault, A. (2014). *Paradis fiscaux: la filière canadienne*. Montréal : Les Éditions Écosociété.
- Doin, R., & Lamarre, D. (1986). *Les relations publiques: une nouvelle force de l'entreprise moderne*. Montréal : Éditions de l'Homme.

- Ducourant, H. (2014). Entretien avec Frédéric Lebaron. *Revue Française de Socio-Économie*, 13(1), 171-179.
- Duhaime, Éric N. (2018, avril). *L'éternelle saison des amours: les actifs intangibles et la subsomption virtuelle de la pratique sociale au capital*. Communication présentée au colloque Marx: critique du capital et de la société du Collectif Société, Montréal, Québec.
- Dumenil, G., & Levy, D. (1999). Being Keynesian in the short term and classical in the long term: The traverse to classical long - term equilibrium. *The Manchester School*, 67(6), 684-716.
- Dumont-Blanchet, Alexis. (2012). *Comment les médias ont analysé les propositions politiques et économiques pour surmonter la crise économique 2008-2009 : le cas de trois quotidiens montréalais, le Journal de Montréal, La Presse et Le Devoir*. (Mémoire de maîtrise). Université du Québec à Montréal.
- Durkheim, E. (2017[1895]). *Les règles de la méthode sociologique*. Paris : Flammarion.
- Ehrmann, M. et Fratzscher, M. (2007). The timing of central bank communication. *European Journal of Political Economy*, 23(1), 124-145.
- Elfenbein, J. (1969). *Business Journalism*. California: Greenwood Press Publishers.
- Ericson, R. V., Baranek, P. M., & Chan, J. B. (1989). *Negotiating Control A study of News Sources*. Toronto : University of Toronto Press.
- Foucault, M. (2004). *Naissance de la biopolitique : cours au Collège de France (1978-1979)*. Paris : Gallimard/Seuil.
- Foucault, M. (1975), *Surveiller et punir*. Paris : Gallimard.
- Fourcade, M. (2006). The construction of a global profession: The transnationalization of economics. *American journal of sociology*, 112(1), 145-194.
- Fourcade, M., Ollion, E., & Algan, Y. (2015). The superiority of economists. *Journal of economic perspectives*, 29(1), 89-114.
- Fournier, R., Goudreau, J. (2006). *Relationnistes et journalistes québécois : une relation complexe*. UQAM, Chaire en relations publiques. En

ligne : http://www.crpcm.uqam.ca/pages/docs/rapports/RAPPORT-etude-journalistes_et_relationnistes-2006.pdf

- FPJQ. (2010). *Guide de déontologie des journalistes du Québec*. Récupéré de <http://www.fpqj.org/deontologie/guide-de-deontologie/>
- Francoeur, C. (2011). *Choc des cultures, contre-discours et adaptation : l'intégration, le régime de vérité radio-canadien. (Thèse de doctorat)*. Montréal: Université Concordia. Récupéré de Spectrum, l'archive de publication électronique de l'Université Concordia <http://spectrum.library.concordia.ca/7279/>
- Francoeur, C. (2017). Convergence: comment le travail des journalistes gravite autour des professionnels de la communication. *Revue Française des Sciences de l'information et de la communication*, (10).
- Francoeur, C. (2018). Les pratiques et les discours des relationnistes média au Québec: dans les marges de la transparence, la rigueur, la diligence et l'équité. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, (12).
- Francoeur, C. (2017). Les relations publiques, une puissance concrète occupant le discours journalistique. [Chapitre de livre] Dans N. Broustau et C. Francoeur (dir.), *Relations publiques et journalisme à l'ère numérique : dynamiques de collaboration, de conflit et de consentement* (p. 11-39). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Francoeur, C. et Boulay, S. (2014). *Les liens entre journalisme et relations publiques*. UQAM, Cahiers du CRICIS 2014-2, 56 p.
- Friedman, M., & Caroll, D. (1969). *Inflation et systèmes monétaires*. Paris : Calmann-Lévy.
- Fuchs, C. (2012). Google capitalism. *TripleC – Journal for a Global Sustainable Information Society*, 10 (1), 42-48.
- Fuchs, C. (2010). Labor in Informational Capitalism and on the Internet. *The Information Society*, 26:3, 179-196.
- Gandy, O. H. (1982). *Beyond agenda setting: Information subsidies and public policy*. New York : Ablex Publishing Corporation.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding what news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Pantheon Books/London : Constable.

- Gans, H. J. (1983). News media, news policy, and democracy: Research for the future. *Journal of Communication*, 33(3), 174-184.
- Gauthier, B. (2009). *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données*. (5e éd., éd.). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Gingras, A. M. (2012). Enquête sur le rapport des journalistes à la démocratie: le rôle de médiateur en question. *Canadian Journal of Political Science/Revue canadienne de science politique*, 45(3), 685-710.
- Gingras, A. M. (2006). *Médias et démocratie, Le grand malentendu*. Québec : Presse de l'Université du Québec.
- Granovetter, M. (1985[1974]). *Getting a job: A study of contacts and careers*. Chicago : University of Chicago press.
- Granovetter, M. S. (2000). *Le marché autrement: les réseaux dans l'économie*. Paris : Desclée de Brouwer.
- Grunig, L. A., Grunig, J. E. et Dozier, D. M. (2002). *Excellent Public Relations and Effective Organization: A Study of Communication Management in Three Countries*. New Jersey, NJ : Lawrence Erlbaum Associates.
- Guler, M. (2013). *A Literature Overview of the Central Bank's Knowledge Transparency*. Central Bank of the Republic of Turkey Working Papers, No: 13/07, 41 p.
- Han, S. K. (2003). Tribal regimes in academia: A comparative analysis of market structure across disciplines. *Social networks*, 25(3), 251-280.
- Hardy, J. (2014). *Critical political economy of the media: An introduction*. New York: Routledge.
- Hayes, K. (2014). *Business Journalism: How to Report on Business and Economics*. New York: Apress.
- Hayo, B. et Neuenkirch, M. (2012). Bank of Canada communication, media coverage, and financial market reactions. *Economics Letters*, 115(3), 369-372.
- Hendry, S. et Madeley, A. (2010). *Text mining and the information content of Bank of Canada communications*. Bank of Canada Working Paper.
- Henry, J. F. (1990). *The Making of Neoclassical Economics*. Londres: Routledge.

- Jacques, G. (2017). Quotidiens québécois: Le Journal de Montréal en tête, La Presse domine du côté numérique. *Infopresse*. 4 mai.
- Jappe, A. (2011). *Crédit à mort : la décomposition du capitalisme et ses critiques*. Paris : Lignes.
- Jenkins, P. (2004, 30 septembre). *La communication, outil crucial pour la mise en œuvre de la politique monétaire*. Allocution prononcée par Paul Jenkins premier sous-gouverneur de la Banque du Canada à l'édition 2004 du colloque conjoint de l'Association des marchés financiers du Canada et de la Financial Markets Association (États-Unis). Récupéré de : <https://www.banqueducanada.ca/wp-content/uploads/2010/06/jenkins.pdf>
- Julien, L. (2016). À propos de l'ouvrage de Michel de Vroey: A History of Macroeconomics: from Keynes to Lucas and Beyond. *Cahiers d'Économie Politique*, 70, 151-162.
- Kackman, M., & Kearney, M. C. (dir.). (2018). *The Craft of Criticism: Critical Media Studies in Practice*. New York : Routledge.
- Karpik, L. (2007). *L'économie des singularités*. Paris : Gallimard.
- Keynes, J.M. (1969[1936]). *Theorie generale de l'emploi, de l'interet et de la monnaie*. Paris : Payot.
- Knowles, S. (2013). *Financial journalism through financial crises: The reporting of three boom and bust periods (Doctoral dissertation)*. Murdoch University.
- Knowles, S., Phillips, G., & Lidberg, J. (2017). Reporting the global financial crisis: A longitudinal tri-nation study of mainstream financial journalism. *Journalism Studies*, 18(3), 322-340.
- Knowles, S., Phillips, G., & Lidberg, J. (2013). The framing of the Global Financial Crisis 2005-2008: a cross-country comparison of the US, UK and Australia. *Australian Journalism Review*, 35(2), 59.
- Kool, C. et Thornton, D.L. (2015). How effective is central bank forward guidance? *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, 97(4), 303-322.
- Lafleur, S. (2015). Foucault, la communication et les dispositifs. *Communication. Information médias théories pratiques*, 33(2).

- Larocque, S. (2018). La ligne éditoriale du quotidien ne devrait pas changer. *Le Journal de Montréal*, 9 mai.
- Lavoie, M. (2004). *L'économie postkeynésienne*. Paris : La Découverte.
- Lavoie, M. (1982). Les post-keynésiens et la monnaie endogène. *L'Actualité économique*, 58(1-2), 191-221.
- Lavoie, M. (1987). Pourquoi faut-il recommander la lecture de Keynes de préférence à celle de Marx et Friedman aux chefs syndicaux. [Chapitre de livre] Dans G. Dostaler et G. Boismenu (dir.), *La Théorie générale et le keynésianisme* (p. 189-195). Montréal : ACFAS.
- Lazzarato, M. (2011). *La fabrique de l'homme endetté : essai sur la condition néolibérale*. Paris : Amsterdam.
- Lebaron, F. (2000). *La croyance économique: les économistes entre science et politique*. Paris : Seuil.
- Lebaron, F. (2013). La formation des économistes et l'ordre symbolique marchand. [Chapitre de livre] Dans Steiner, P. et Vatin, P. (dir.), *Traité de sociologie économique* (p. 239-280). Paris : Presses Universitaires de France.
- Lévesque, B., Bourque, G. et Forgues, E. (2001). *La nouvelle sociologie économique originalité et diversité des approches*. Paris : Desclée de Brouwer.
- Lohoff, E., & Trenkle, N. (2014). *La grande dévalorisation: pourquoi la spéculation et la dette de l'Etat ne sont pas les causes de la crise*. Fécamp : Post-éditions.
- Macnamara, J. (2014). Journalism-PR relations revisited. *Public Relations Review*, 40, 739-750.
- Maisonneuve, D., Tremblay, S. et Lafrance, A. (2004). Résultats de la recherche sur l'état des relations publiques au Québec. Faits saillants. En ligne : http://www.crp.uqam.ca/pages/docs/rapports/faits_saillants_recherche_RP.pdf
- Maisonneuve, D. (2010). *Les relations publiques dans une société en mouvance*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Marshall, A. (1971[1890]). *Principes d'économie politique*. 1 [ressource électronique] Classiques des sciences sociales (Université du Québec à Chicoutimi). Paris : Gordon & Breach.

- Martin, É. et Ouellet, M. (2014). *La tyrannie de la valeur : débats pour le renouvellement de la théorie critique*. Montréal : Les Éditions Écosociété.
- Martin-Lagardette, J. L. (2005). *Le guide de l'écriture journalistique*. Paris : la Découverte.
- Marx, K. (1977[1867]). *Le Capital. Livre premier*. Paris : Éditions sociales.
- Marx, K. (1968[1879]). *Le Capital. Livre II et III*. Paris: Éditions Gallimard.
- Mattelart, A. (2009). *Histoire de la société de l'information* (4e édition). Paris : La Découverte.
- Mattelart, A et Mattelart, M. (2004). *Histoire des théories de la communication* (3^e édition). Paris : La Découverte.
- Mayer, R, Ouellet F (1991). L'observation participante. [Chapitre de livre] Dans F. Ouellet et R. Mayer (dir.), *Méthodologie de recherche pour les intervenants sociaux* (p. 401-435). Montréal : Édition Gaëtan Morin.
- McChesney, R. D. (2004). *The problem of the media: US communication politics in the twenty-first century*. New York: NYU Press.
- McCombs, M. et Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of the mass media, *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 176-187.
- Miège, B. (2007). *La société conquise par la communication : les Tic entre innovation technique et ancrage social*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Miles, M. B. et Huberman, A. M. (2003). *Analyse des données qualitatives*, 2^e ed., Bruxelles : De Boeck.
- Minsky, H. P. (1986). *Stabilizing an Unstable Economy: The Lessons for Industry, Finance and Government*. New York : Levy Economics Institute of Bard College.
- Mitchelstein, E. et Boczkowski, P. J. (2009). Between tradition and change: A review of recent research on online news production. *Journalism*, 10(5), 562-586.
- Mongeau, P. (2008). *Réaliser son mémoire ou sa thèse : côté jeans & côté tenue de soirée*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Morin, M-C. (2011). Dans l'antre de la Banque du Canada. *Les Affaires*, 28 mai.

- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication: Rethinking and renewal*. Londres: Sage.
- Muhlmann, G. (2004). *Du journalisme en démocratie*. Paris : Payot.
- Muhlmann, G. (2004a). *Une histoire politique du journalisme: (XIXe-XXe siècle)*. Paris : Presses universitaires de France.
- Neveu, E. (2013). *Sociologie du journalisme*. Paris : La Découverte.
- Orléan, A. (2011). *L'empire de la valeur : refonder l'économie*. Paris : Seuil
- Orléan, A. (2000). L'individu, le marché et l'opinion : réflexions sur le capitalisme patrimonial. *Esprit*, 51-75.
- Ouellet, M. (2016). *La révolution culturelle du capital*. Montréal : Les Éditions Écosociété.
- Ouellet, M. (2018, avril). *Le Capital comme pouvoir : Facebook et la création de la valeur à partir de la rente de monopole symbolique*. Communication présentée au colloque Numérisation généralisée de la société : acteurs, discours, pratiques et enjeux du CRICIS, Montréal, Québec.
- Palley, T. (2019). *Inequality and stagnation by policy design: mainstream denialism and its dangerous political consequences*. FMM Working Paper, No. 42.
- Parsons, W. (1989). *The Power of the Financial Press: Journalism and Economic Opinion in Britain and America*. New Brunswick: Rutgers University.
- Patton, M.Q. (1999). Enhancing the quality and credibility of qualitative analysis. *Health Sciences Research*, 34, 1189–1208.
- Piketty, T. (2013). *Le capital au XXIe siècle*. Paris : Le Seuil.
- Pineault, É. (1998). *La Banque du Canada et la dissolution de l'état providence canadien*. (Mémoire de maîtrise). Université du Québec à Montréal.
- Pineault, É. (2008). Quelle théorie critique des structures sociales du capitalisme avancé? *Cahiers de recherche sociologique*, (45), 113–132.
- Pineault, É. (2013). Réification et massification du capital financier: une contribution à la théorie critique de la financiarisation à partir de l'analyse de la titrisation. *Cahiers de recherche sociologique*, (55), 117-154.

- Poloz, S. (2018, 1er mai). *L'économie canadienne et la dette des ménages : quelle est l'ampleur du problème?* Allocution prononcée par Stephen S. Poloz gouverneur de la Banque du Canada devant la Chambre de commerce de Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest). Récupéré de : <https://www.banqueducanada.ca/2018/05/economie-canadienne-dette-menages-ampleur-probleme/>
- Radio-Canada. (2018). *Normes et pratiques journalistiques*. Récupéré de <http://www.cbc.radio-canada.ca/fr/rendre-des-comptes-aux-canadiens/lois-et-politiques/programmation/journalistique/>
- Raingard, O. (2014). La communication, une arme de politique monétaire des banques centrales. *Le Monde*, 20 mars.
- Rallet, A. (1993). La théorie des conventions chez les économistes. *Réseaux*, n 62(6), 43-61.
- Riutort, P. (2006). Les nouveaux habits du journalisme économique. *Hermès*, 44(44), 135-141.
- Roush, C. (2011). *Profits and Losses: Business Journalism and Its Role in Society*. Chapel Hill: University of North Carolina.
- Roush, C. (2015). Why the media got it right. [Chapitre de livre] Dans Schifferes, S., & Roberts, R. (dir.), *The media and financial crises: comparative and historical perspectives* (p. 16-28). Londres et New York : Routledge.
- Ryan, G. W., & Bernard, H. R. (2003). Techniques to identify themes. *Field methods*, 15(1), 85-109.
- Sabourin, P. (2009). L'analyse de contenu. Dans B. Gauthier (dir.), *Recherche sociale, 5e édition: De la problématique à la collecte de données* (p. 415 — 445). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Savoie-Zajc, L. (2009). L'entrevue semi-dirigée. Dans B. Gauthier (dir.), *Recherche sociale, 5e édition : De la problématique à la collecte de données* (p. 337-361). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Schifferes, S., & Roberts, R. (dir.). (2015). *The media and financial crises: comparative and historical perspectives*. Londres et New York : Routledge.
- Schiffrin, A. (dir.) (2011). *Bad News: How America's Business Press Missed the Story of the Century*. New York: The New Press.

- Schiffrin, A. (2015). The US media and the 2009 stimulus package. [Chapitre de livre] Dans Schifferes, S., & Roberts, R. (dir.), *The media and financial crises: comparative and historical perspectives* (p. 28-42). Londres et New York : Routledge.
- Schlesinger, P. (1992). Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme. *Réseaux*, 10(51), 75-98.
- Schlesinger, P., & Tumber, H. (1994). *Reporting crime: The media politics of criminal justice*. Oxford : Clarendon Press.
- Schlesinger, P., Murdock, G., & Elliott, P. (1984). *Televising terrorism: Political violence in popular culture*. New York : Scribner.
- Schudson, M. (1995). *The power of news*. Cambridge : Harvard University Press.
- Schudson, M. (2003). *The sociology of news, Contemporary societies*. New York : Norton.
- Scialom, L. (2013). *Économie bancaire*. Paris : La Découverte.
- Shaw, I. S. (2016). *Business journalism: a critical political economy approach*. Londres et New York: Routledge.
- Sigal, L.V. (1986). Who ? Sources Make the News. [Chapitre de livre] Dans R.K. Manoff and Schudson (dir.), *Reading the News: a Pantheon guide to popular culture* (p. 9-38). New York : Pantheon Books.
- Sissons H (2012). Journalism and public relations : A tale of two discourses, *Discourse & Communication*, v. 6, no 3, p. 273-294.
- Starkman, D et al. (2012). *The Best Business Writing 2012*. New York: Columbia University Press.
- Steiner, P. (2011). *La sociologie économique*. Paris : La découverte.
- Steiner, P. (2005). Pourquoi la sociologie économique est-elle si développée en France?. *L'Année sociologique*, 55(2), 391-415.
- Strömbäck, J., & Nord, L. W. (2006). Do politicians lead the tango? A study of the relationship between Swedish journalists and their political sources in the

- context of election campaigns. *European journal of communication*, 21(2), 147-164.
- Tambini, D. (2010). What are financial journalists for?. *Journalism studies*, 11(2), 158-174.
- Tambini, D. (2015). What are financial journalists for? [Chapitre de livre] Dans Schifferes, S., & Roberts, R. (dir.), *The media and financial crises: comparative and historical perspectives* (p. 121-140). Londres et New York : Routledge.
- Thompson, P. (2010). *Convenient fictions? A critical communicative perspective on financial accumulation, autopoiesis and crisis in the wake of the credit crunch*. Paper presented at the annual conference of the International Association for Media and Communication Research, Braga, Portugal.
- Thompson, P. A. (2015). The mediation of financial information flows: Traders, analysts, journalists. [Chapitre de livre] Dans Schifferes, S., & Roberts, R. (dir.), *The media and financial crises: comparative and historical perspectives* (p. 169-187). Londres et New York : Routledge.
- Thomson, T. J. (2018). Mapping the emotional labor and work of visual journalism. *Journalism*, 1-18.
- Traverso, E., & Meyran, R. (2017). *Où sont passés les intellectuels?* Paris : Éditions Textuel.
- Tunstall, J., (1971) *Journalists at Work : Specialist Correspondents, their News Organizations, News Sources and Competitor-colleagues*. London : Constable.
- Veblen, T. (1904). *The Theory of business enterprise*. New York : Scribner.
- Wahl-Jorgensen, K. et Hanitzsch, T. (2009). *The handbook of journalism studies*. New York : Routledge
- Woodford, M. (2005). *Central bank communication and policy effectiveness*. Cambridge : National Bureau of Economic Research.