

## Jézabel Couppey-Soubeyran : « Vulgariser n'est pas vulgaire »

### CHRONIQUE



**Jézabel Couppey-Soubeyran**

Economiste

L'économiste moderne devrait s'attacher à rendre ses travaux accessibles au plus grand nombre, au lieu d'affirmer la scientificité de son domaine, en niant la nature humaine et sociale de son objet, explique l'économiste dans sa chronique.

Publié hier à 00h09, mis à jour hier à 09h16 | Lecture 4 min.

Article réservé aux abonnés

**Chronique.** Bien sûr il y a les best-sellers des années récentes, *Le Capital au XXI<sup>e</sup> siècle*, de Thomas Piketty (Seuil, 2013), *l'Économie du bien commun*, de Jean Tirole (PUF, 2016), le *Traité d'économie hérétique*, de Thomas Porcher (Fayard, 2018). Sans oublier *Economix. La première histoire de l'économie en BD* », de Michael Goodwin (Les Arènes, 2013).

Bien sûr il y a des blogs, des webséries, des youtubeurs qui s'essaient aux sujets économiques (« Heu? reka », « Stupid Economics », « #DataGueule »...). Ou encore des publications de think tanks ou de centres de recherche qui diffusent et font infuser des travaux de chercheurs.

Mais, globalement, il est difficile de faire son chemin parmi les économistes en vulgarisant. Absolument rien dans les normes et conventions qui régissent la profession n'incite à vulgariser le savoir. Il y va pourtant de l'utilité sociale de cette discipline et de la vitalité du débat démocratique.

### Chaque citoyen fait de l'économie sans le savoir

Vulgariser consiste à adapter des connaissances techniques, scientifiques, pour les rendre accessibles aux non-spécialistes. L'accès aux connaissances économiques devrait revêtir une importance particulière, dans la mesure où chaque citoyen est un peu en la matière comme le Monsieur Jourdain de Molière : il fait de l'économie au quotidien sans le savoir.

Etudier, travailler, consommer, épargner, former une famille, préparer ou prendre sa retraite... tous ces aspects de la vie ne se réduisent évidemment pas à leur dimension économique, mais maîtriser celle-ci est bien utile. Or les économistes sont-ils soucieux de transmettre aux citoyennes et aux citoyens ce qui pourrait les aider dans leurs décisions et leur appréhension de ces problèmes économiques quotidiens ?

**Lorsque la vulgarisation n'est pas ou plus le fait du chercheur, alors**

## elle est abandonnée au professionnel lobbyiste, à des organes du pouvoir ou bien à l'expert autoproclamé

La réponse est plutôt non. Loin des efforts des scientifiques pour vulgariser leur savoir (Hubert Reeves ou Stephen Hawking n'ont jamais craint de vulgariser l'astrophysique), les économistes chercheurs ont, eux, plutôt tendance à désertir le terrain de la diffusion et du débat public. Les usages et le langage de l'économiste sont bien plus tournés vers l'authentification et la sélection des membres du « club » que vers le néophyte ou le grand public. Mieux vaut manier le jargon et renoncer au parler simple pour y entrer.

Certes, chaque domaine scientifique a son vocabulaire technique, mais tous n'en font pas nécessairement un instrument de reconnaissance et d'exclusion. C'est pourtant ce que l'économiste fait souvent : il érige une barrière pour bloquer l'accès à son domaine.

### La défiance à l'égard de l'expert augmente

Même « conseiller le prince » – c'était là le rôle de l'économiste, selon Adam Smith –, à travers des travaux visant à orienter la politique économique, est aujourd'hui largement déconsidéré par l'académie des économistes.

Entre un article perché sur une tête d'épingle publié dans une revue académique internationale et un rapport officiel guidant la politique économique, l'économiste chercheur aura vite fait son choix s'il se soucie de sa carrière. Et les évaluateurs présidant à sa promotion, à partir de critères bibliométriques à l'anglo-saxonne, ne l'inciteront pas différemment.

L'économiste moderne se targue même de fuir le normatif, revendique une prétendue neutralité et s'attache à « faire parler les données »... Pourquoi donc a-t-il si peur de ne pas être pris au sérieux et se préoccupe-t-il autant d'affirmer la scientificité de son domaine, en singeant les sciences dures et en niant la nature humaine et sociale de son objet ?

C'est bien moins le pourquoi de cet état de fait qui importe que ses conséquences. Car, lorsque la vulgarisation n'est pas ou plus le fait du chercheur, alors elle est abandonnée au professionnel lobbyiste, à des organes du pouvoir ou bien à l'expert autoproclamé. Ce qui se présente alors comme une vulgarisation n'est rien d'autre qu'une fabrication de savoirs au service d'intérêts particuliers ou du pouvoir. Une vulgarisation servile qui manipule au lieu de servir l'intérêt général et la citoyenneté et de vitaliser le débat démocratique.

Rien d'étonnant dans ces conditions à voir grandir la défiance à l'égard de l'expert (« *Les économistes dans la cité* », Agnès Benassy-Quéré, Olivier Blanchard et Jean Tirole, note du CAE n° 42, juillet 2017, ou « *Expertise et démocratie. Faire avec la défiance* », Daniel Agacinski, France Stratégie, décembre 2018), ou proliférer fausses croyances et fausses informations.

 Lire aussi | **Vulgariser l'économie, un art difficile, mais indispensable à la démocratie**

La vulgarisation n'est pas vulgaire, et les économistes ont doublement tort de ne pas s'en emparer davantage. Tort pour eux-mêmes et le développement de leur discipline. Car la production scientifique n'a de valeur que si elle se diffuse au-delà de ses pairs. Tort pour la démocratie, car chaque citoyen a besoin d'une éducation économique et financière qui passe par la vulgarisation.

Les économistes devraient se transformer en « chercheurs passeurs », avoir à cœur de diffuser leurs travaux de recherche à travers des livres, des rapports, des articles pédagogiques, des réseaux sociaux (sans s'y noyer), des plateaux télé ou radio, sans oublier de dialoguer avec ceux qui, par leurs œuvres culturelles (romans, cinéma, théâtre, spectacles, etc.), peuvent davantage encore donner à comprendre le monde pour le changer.

## **L'économiste doit changer de langage**

Cela ne sera pas possible sans de grandes transformations au sein de l'académie des économistes, afin de tourner leur regard et leurs efforts vers ceux pour qui le savoir économique est utile. Cela implique d'accepter la dimension politique, sociale, humaine de l'économie en tant que domaine d'étude. L'économie est une science humaine et sociale.

Et il est un autre changement nécessaire, peut-être le plus important d'entre tous : il concerne la forme, les mots, le langage, car cela a beaucoup à voir avec le fond. C'est de langage que l'économiste doit avant tout changer, ne plus le rétrécir au jargon qui cimente les murs derrière lesquels il se retranche, mais au contraire en diversifier les registres pour s'ouvrir au débat démocratique.

¶ **Jézabel Couppey-Soubeyran** est maîtresse de conférences à l'université Paris-I-Panthéon-Sorbonne. Elle a notamment écrit « Blablabanque. Le discours de l'inaction » (Michalon, 2015)

**Jézabel Couppey-Soubeyran** (Economiste)

---