

Communiquer

Revue de communication sociale et publique

23 | 2018

Varia

Notes de lecture

The media and financial crises: Comparative and historical perspectives

Note de lecture

Schiffères, S. et Roberts, R. (dir.). (2015). *The media and financial crises: Comparative and historical perspectives*. Londres/New York: Routledge. Book Review

SAMUEL LAMOUREUX

p. 181-186

<https://doi.org/10.4000/communiquer.3160>

Référence(s) :

Schiffères, S. et Roberts, R. (dir.). (2015). *The media and financial crises: Comparative and historical perspectives*. Londres/ New York: Routledge.

Résumés

Français English

Cette note de lecture s'intéresse à l'ouvrage *The media and financial crises: Comparative and historical perspectives*, codirigé par Steve Schiffères et Richard Roberts (2015). Il regroupe dix-neuf contributions qui cherchent à analyser le travail des médias en temps de crise économique, en partageant des points de vue autant historiques que contemporains pour ultimement fonder les bases d'une sociologie du journalisme économique, mais aussi d'une sociologie économique du journalisme.

This book review focuses on the book *The media and financial crises: Comparative and historical perspectives*, co-edited by Steve Schiffères and Richard Roberts (2015). The book includes nineteen articles that analyze the work of the media in times of economic crisis by sharing historical and contemporary perspectives, to ultimately build the foundations of a sociology of economic journalism, but also of an economic sociology of journalism.



Entrées d'index

Mots-clés : journalisme économique, crise économique, framing médiatique, sociologie du journalisme, relation média-sources

Keywords: finance journalism, business journalism, economic crisis, media framing, sociology of news

Texte intégral

- 1 Depuis le début des années 2000, un regain d'intérêt pour la relation entre les journalistes et leurs sources s'observe en sociologie du journalisme. Cet intérêt est lié aux défis amenés par la montée des technologies de l'information et de la communication (TIC), les transformations des industries médiatiques et la création des médias socionumériques (Broustau et Francoeur, 2017). Les études en sociologie du journalisme se sont particulièrement intéressées à de multiples sources des médias – politiques, culturelles, militaires, policières, sociales – tout en négligeant les sources économiques (Davis, 2013; Fournier et Goudreau, 2006; Gingras, 2012). C'est essentiellement pour pallier ce manque que Steve Schifferes et Richard Roberts, respectivement chercheur en études médiatiques et chercheur en histoire du journalisme, ont proposé le livre *The media and financial crises: Comparative and historical perspectives*, publié en 2015.
- 2 Si le journalisme économique est la lentille à travers laquelle le citoyen voit et comprend les crises économiques, les médias ont alors toujours « cadré » (*framing*) les crises d'une certaine façon pour couvrir les événements. De fait, ce cadrage a nécessairement influencé le cours des choses et les politiques publiques de sortie de crise, en occultant ou exagérant l'importance de certains champs de la pensée économique, par exemple. Cette position constitue le fil rouge de l'ouvrage, énoncé en suivant trois grandes thématiques, et décliné en cinq sections et dix-neuf chapitres. Ainsi, les auteurs dressent un portrait des dilemmes auxquels ont fait face les journalistes lors de la crise économique de 2007-2008, présentent la réflexion de journalistes sur leur rôle lors de cette crise et font un retour historique sur l'évolution du journalisme économique en Grande-Bretagne depuis 200 ans. Si le livre comprend des études sur les journalistes occidentaux en général (États-Unis, Royaume-Uni, Australie, Espagne, Grèce), la dernière section historique concerne le Royaume-Uni plus spécifiquement.
- 3 Conformément à ce programme éditorial, une question fondamentale traverse la majorité des chapitres du livre : est-ce que les journalistes économiques occidentaux ont bien rempli leur fonction pendant la crise économique de 2007-2008? Ou bien ont-ils manqué de rigueur et même failli à leur tâche? Le rédacteur en chef du *Financial Times*, Lionel Barber, n'hésite pas, dans la préface, à répondre à cette question. Il y affirme que les journalistes économiques sont historiquement confinés au rôle de « *cheerleader* » quand une bulle grandit, ou de « *doom-monger* » quand celle-ci éclate¹ (p. xxiv).
- 4 Dans le premier chapitre, Dean Starkman, l'éditeur du *Columbia Journalism Review*, conclut que, lors de la dernière crise économique, les journalistes économiques ont bel et bien été des chiens de garde qui n'aboient pas. Il en arrive à ce constat grâce à une analyse de contenu de 730 articles, issus de neuf médias américains différents² et publiés entre 2000 à 2007. Il démontre que les journalistes économiques travaillent trop souvent sur des « *short term stories* » (comme les bilans financiers des grandes entreprises) et n'effectuent à peu près jamais du travail d'enquête. Selon Starkman, le travail d'enquête aurait l'avantage de confronter directement les institutions et de les forcer à rendre des comptes au public au moment où elles détiennent beaucoup de pouvoir. « *[Business press] is the only instrument capable of catalyzing the virtuous cycle of reform that emerges*

when dangers and abuses come under the public gaze » (p. 6). Conséquemment, la proportion d'articles économiques réellement critiques est très mince.

5 Dans un autre chapitre, la directrice du programme *Media and Communication* à la Columbia University, Anya Schiffrin, en arrive à des conclusions similaires avec une méthodologie légèrement différente. À l'aide d'une analyse de contenu mixte, cette dernière examine les articles ayant porté sur le *Plan de relance économique des États-Unis de 2009*³. Son analyse révèle que la couverture médiatique a porté beaucoup plus sur les tractations politiques qui ont mené au plan que sur le plan lui-même. En citant presque exclusivement des sources du gouvernement et du monde de la finance, les médias américains n'ont pas réussi à expliquer, à critiquer ou même à analyser les éléments qui constituent un plan de relance économique en tant que tel (p. 36). Ce faisant, l'auteure explique que les journalistes ont participé à la propagation de l'orthodoxie économique (par exemple, le fait que l'État ne devrait pas intervenir dans l'économie et laisser le libre-échange faire son travail) en n'incluant pas, dans leurs articles, des perspectives hétérodoxes de l'économie. Ces perspectives englobent l'économie keynésienne (école de pensée à la base de tout plan de relance économique dirigé par l'État), mais aussi les autres écoles alternatives comme l'économie marxiste, l'économie des conventions, l'économie comportementale ou encore l'école de la régulation (Steiner, 2011).

6 Le cinquième chapitre est rédigé par le professeur de journalisme à la City University de Londres, Michael Bromley. Cet auteur démontre comment la concentration de la propriété de la presse en Australie (60 à 70 % des médias appartiennent à Rupert Murdoch [p. 63]) a joué un rôle sur le nombre d'articles critiques portant sur la crise économique. En effet, l'influence du conglomérat Murdoch s'est manifestée dans le ton négatif des articles portant sur les solutions de relance d'inspiration keynésienne. Le directeur de recherche à la London School of Economics, Damian Tambini, poursuit cette réflexion dans le chapitre neuf. Il explique que les pressions historiques pesant sur le journalisme économique (par exemple, la proximité avec les sources, la professionnalisation des relations publiques) sont notamment exacerbées par les pressions économiques qu'exerce désormais la marchandisation de l'information, et ce, sans compter la complexité croissante des marchés financiers qui poussent les médias vers la publication rapide pour alimenter les nouvelles financières en temps réel.

7 Au terme des trois premières parties de l'ouvrage, le lecteur en vient à la conclusion que les journalistes économiques n'ont vraisemblablement pas rempli leur rôle pendant la crise économique de 2007-2008. Pire encore, ils ont aggravé le problème. Pourquoi ont-ils failli à leur tâche?

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 (p. 15).

8 L'ouvrage nous permet de formuler les réponses suivantes : (1) les journalistes économiques sont trop près et trop dépendants de leur source d'information du monde des affaires (*traders*, investisseurs institutionnels, gestionnaires de fonds et sources gouvernementales); (2) les patrons des journalistes n'encouragent pas les articles de fond, car ces sujets sont jugés trop obscurs et peu populaires; (3) les relationnistes du monde économique utilisent de plus en plus leur outil de *gatekeeping* pour filtrer et retenir les informations. Un journaliste qui résiste face à l'une de ces réalités peut être menacé, poursuivi ou se voir fermer l'accès d'un *briefing* s'il est jugé perturbateur.

9 Une des contributions les plus originales de l'ouvrage en arrive, cependant, à une autre conclusion. Peter A. Thompson, chercheur néo-zélandais en économie politique de la communication, au chapitre douze rejette la conception néoclassique de l'économie qui prétend que les crises économiques proviennent de choc externe. Inspiré par l'économiste

postkeynésien Hyman Minsky (1986), il affirme plutôt que les crises proviennent du système lui-même, soit les longues phases d'expansion stimulant l'endettement et les déséquilibres⁴. Plus précisément, les crises surviennent par cycle lorsque les marchés financiers, dans une période de longue prospérité, deviennent trop sensibles à leurs propres signaux. En ce sens, l'information financière n'a pas pour objectif de refléter avec le plus d'exactitude et de transparence possible la valeur d'une action en bourse, mais de façonner les marchés financiers en participant à la valorisation boursière.

10 Dans ce schéma, explique l'auteur, le capitalisme est intrinsèquement communicationnel : les entreprises cotées en bourse ont besoin de socialiser et de communiquer pour stimuler la valeur de leurs actions⁵ (p. 171). Cela change radicalement le rôle du journalisme économique, car son travail fait maintenant intégralement partie du processus de valorisation boursière du capitalisme financier. Thompson va jusqu'à démontrer la symbiose autopoïétique⁶ existant entre les journalistes économiques et les *traders* : bien souvent, les *traders* sont informés par les nouvelles en continu (*real-time financial news flows*) produites par les journalistes, tandis que les journalistes, pour produire ces nouvelles, s'informent auprès des *traders*. S'ensuit ce que Thompson appelle une boucle rétroactive (*feedback loop*) de l'information économique : « *By reflecting and reinforcing the consensus view of expert financial sources, the financial media can become complicit with the tendency for self-reinforcing feedback loops to drive cycles of periodic bubbles and crises* » (p. 183). Dès lors, le travail des journalistes, même s'il est très sérieux et de longue haleine, ne peut jamais prévenir les crises étant donné qu'elles sont créées par le système économique lui-même.

11 Les cinq derniers chapitres (chapitres 14 à 18) de l'ouvrage proposent un retour historique sur le travail du journalisme économique depuis 200 ans au Royaume-Uni. Cette partie démontre comment l'évolution du journalisme économique britannique est étroitement liée aux phases d'expansion économique du pays et ainsi, inévitablement, aux crises économiques. À ce sujet, l'historien James Taylor, dans le chapitre 14, explique que le journalisme économique est né du boom économique britannique des années 1820, stimulé par la première révolution industrielle, qui a culminé avec la crise boursière de 1825 provoquée par l'explosion d'une bulle financière formée par des emprunts trop risqués réalisés par plusieurs dizaines de banques. Les chapitres 15, 17 et 18 soulignent respectivement la surprise des journalistes économiques face à la crise de 1914 causée par le choc diplomatique de la Première Guerre mondiale, le fait que les journalistes ont soutenu le programme gouvernemental dans les crises de dévaluation du *Pound sterling* en 1931, 1949 et 1967 et qu'ils ont certainement joué un rôle de *cheerleader* dans la crise du « dot.com » à la fin des années 1990.

12 Cet ouvrage comble un vide fondamental dans la tradition de recherche portant sur la relation entre les médias et les sources. Le travail des journalistes économiques est clairement sous-documenté comparativement au travail du journalisme politique. Celui-ci, par exemple, a reçu une attention scientifique particulière depuis au moins les années 1990 au Québec, et bien avant dans le monde anglo-saxon (Charron, 1994; Tunstall, 1971). Cependant, en s'attardant uniquement sur le travail des journalistes en temps de crise économique, les auteurs de cet ouvrage ne couvrent qu'une partie de la question. Les interactions entre les journalistes économiques et les sources officielles ne sont pas problématiques uniquement en temps de crise, elles sont, à notre sens, *toujours* problématiques. Lorsque les chercheurs s'intéressent au travail des journalistes culturels (Broustau, 2017), politiques (Gingras, 2012) ou à ceux couvrant des zones de guerre (Bizimana, 2017), ils ne cherchent pas à contextualiser ce travail dans des situations de crise. Bien au contraire, les journalistes sont situés dans leur interaction habituelle avec leurs sources, c'est-à-dire dans leurs interactions quotidiennes relevant de la routine. La crise économique de 2008 a eu le beau rôle d'attirer l'attention des chercheurs vers le travail du journalisme économique (De Rosa, Bocci et Bulgarella 2010; Dumont-Blanchet,

2012), mais il est maintenant temps que les chercheurs en sociologie du journalisme s'intéressent également au travail des journalistes économiques lors des interactions normales, quotidiennes et routinières avec les sources officielles.

- 13 Des livres comme celui-ci constituent les premiers germes d'un sol qui a longtemps été aride. Le champ économique doit être investi par la communication. Ici, c'est une invitation aux jeunes chercheurs à travailler et labourer cette terre.

Bibliographie

Bizimana, A.-J. (2017). La relation journalistes-officiers d'affaires publiques dans les opérations militaires. Dans N. Broustau et C. Francoeur (dir.), *Relations publiques et journalisme à l'ère numérique : dynamiques de collaboration, de conflit et de consentement* (p. 157-189). Québec, 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. Dans N. Broustau et C. Francoeur (dir.), *Relations publiques et journalisme à l'ère numérique : dynamiques de collaboration, de conflit et de consentement* (p. 119-157). Québec, 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, Québec : Presses de l'Université du Québec.

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

Davis, A. (2013). *Promotional cultures: The rise and spread of advertising, public relations, marketing and branding*. Cambridge, Angleterre : Polity Press.

De Rosa, A. S., Bocci, E. et 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.

Dumont-Blanchet, A. (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.

Fournier, R. et Goudreau, J. (2006). *Relationnistes et journalistes québécois : une relation complexe*. UQAM, Chaire en relations publiques. Repéré à http://www.crcpm.uqam.ca/pages/docs/rapports/RAPPORT-etude-journalistes_et_relationnistes-2006.pdf

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.

DOI : 10.1017/S0008423912000765

Luhmann, N. (1995). *Social systems*. Stanford, CA : Stanford University Press.

Minsky, H. P. (1986). *Stabilizing an Unstable Economy: The Lessons for Industry, Finance and Government*. New York, NY : Levy Economics Institute of Bard College.

Steiner, P. (2011). *La sociologie économique*. Paris, France : La découverte.

DOI : 10.3917/dec.stein.2011.01

Tunstall, J. (1971). *Journalists at Work: Specialist Correspondents, their News Organizations, News Sources and Competitor-colleagues*. Londres, Angleterre : Constable.

Notes

1 Quand un journaliste est le *cheerleader* de l'économie, il exagère l'état positif de la bulle spéculative et encourage les gens à investir, c'est-à-dire qu'il met l'accent exclusivement sur les nouvelles économiques positives en évitant de rapporter les signaux d'alerte qui peuvent provoquer une crise économique. Quand il est un *doom-monger*, il s'acharne sur l'état négatif de l'économie et participe à prolonger les crises (p. xxiv).

2 *The Wall Street Journal, The New York Times, The Los Angeles Times, The Washington Post, Bloomberg News, Financial Times, Fortune, Businessweek et Forbes.*

3 Le *Plan de relance économique des États-Unis de 2009* est le plan qu'a mis en place le gouvernement de Barack Obama pour relancer l'économie américaine à la suite de la crise économique de 2007-2008. Le plan contenait plus de 787 milliards de dépenses gouvernementales (p. 28).

4 Minsky (1986), dans son hypothèse d'instabilité financière (*Financial Instability Hypothesis* [FIH]) explique que les crises sont endémiques au capitalisme parce que les périodes de prospérité encouragent les emprunteurs et les prêteurs à prendre des risques.

5 Les corporations doivent, par exemple, démontrer à leurs actionnaires dans leur rapport trimestriel qu'elles atteignent ou dépassent leurs objectifs de rentabilité. En donnant de la crédibilité à ces rapports, les journalistes participent à la stimulation de la valeur de l'action en bourse.

6 L'autopoïèse est la propriété d'un système qui se reproduit lui-même. Inspiré par la sociologie des systèmes de Luhmann (1995), Thompson veut dire ici que le marché financier réagit parfois aux signaux générés par le marché lui-même, c'est-à-dire que le marché émet un signal, que les médias l'interprètent et que ce signal revient vers le marché.

Pour citer cet article

Référence papier

Samuel Lamoureux, « The media and financial crises: Comparative and historical perspectives », *Communiquer*, 23 | 2018, 181-186.

Référence électronique

Samuel Lamoureux, « The media and financial crises: Comparative and historical perspectives », *Communiquer* [En ligne], 23 | 2018, mis en ligne le 01 septembre 2018, consulté le 31 janvier 2024. URL : <http://journals.openedition.org/communiquer/3160> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communiquer.3160>

Auteur

Samuel Lamoureux

Samuel Lamoureux est bachelier en journalisme de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) depuis 2017 et aujourd'hui candidat à la maîtrise en communication à cette même université. Il se spécialise en études médiatiques et en critique de l'économie politique. Son mémoire, dirigé par la professeure Chantal Francoeur, porte sur une analyse critique des communications de la Banque du Canada ainsi que sur les médias traitant ces communications. Adjoint de recherche au Centre de recherche interuniversitaire sur la communication, l'information et la société (CRICIS), les premiers articles scientifiques de Samuel sont parus en 2018 dans les revues *Québec Science* et *COMMposite*.

Articles du même auteur

Le service public médiatique à l'ère numérique [Texte intégral]

Note de lecture

Gaëtan Tremblay, Aimé-Jules Bizimana, Oumar Kane. (2019). *Le service public médiatique à l'ère numérique*. Québec: Presses de l'Université du Québec. Book Review

Paru dans *Communiquer*, 29 | 2020

Un demi-siècle de recherches uqamiennes sur le journalisme : état des lieux et perspectives d'avenir [Texte intégral]

Half a Century of UQAM Research on Journalism: Current Situation and Future Prospects

Paru dans *Communiquer*, La communication à l'UQAM | 2020

Les médias et les journalistes, interprètes de la société [Texte intégral]

Note de lecture

Broustau, N. (2018). *Les médias et les journalistes, interprètes de la société*. Québec, Québec : Presses de l'Université du Québec. Book Review

Paru dans *Communiquer*, 26 | 2019

International Communication: Continuity and Change [Texte intégral]

Note de lecture

Thussu, D. K. (2018). *International communication: Continuity and change* (3^e éd.). Londres, Royaume-Uni : Bloomsbury Publishing. Book Review

Paru dans *Communiquer*, 25 | 2019

Droits d'auteur



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-NC-ND 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.