

UNE ANALYSE STRUCTURALE DU JOURNALISME ÉCONOMIQUE

A STRUCTURAL ANALYSIS OF ECONOMIC JOURNALISM

UN ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL PERIODISMO ECONÓMICO

Julien DUVAL *

RÉSUMÉ : Ce texte revient sur une recherche sociologique menée sur le journalisme économique en France autour de 2000. Dans un premier temps, on présente les grandes conclusions et résultats auxquels la recherche a abouti. Dans un deuxième temps, on propose un retour réflexif sur la perspective qui a permis d'obtenir à ses conclusions. Tout en indiquant ce que cette perspective doit à des orientations prises, au même moment par d'autres chercheurs, on entreprend alors de caractériser cette perspective sur un plan théorique. On traite également des choix de méthode qui ont été faits lors de la réalisation de l'enquête et qui répondent tant aux orientations théoriques de la perspective développée qu'aux difficultés que l'on a pu rencontrer en enquêtant sur le journalisme économique.

MOTS-CLÉ : Journalism économique. Sociologie du journalisme. Théorie des champs. Visions du monde.

ABSTRACT: *This text revisits sociological research conducted on economic journalism in France around 2000. First, the main conclusions and findings of the research are presented. Second, a reflective review of the perspective that led to these conclusions is offered. While indicating how this perspective owes much to approaches taken by other researchers at the same time, we then set out to characterise this perspective on a theoretical level. We also discuss the methodological choices made during the survey, which reflect both the theoretical orientations of the perspective developed and the difficulties encountered in researching economic journalism.*

* Docteur en sociologie de l'École des hautes études en sciences sociales. Centre national de la recherche scientifique (CNRS), affecté au Centre européen de sociologie et de science politique (CNRS-EHESS-Université Paris 1). ORCID : <https://orcid.org/0000-0003-4284-6170>. E-mail: jduval@msh-paris.fr.

KEYWORDS: *Economic journalism. Sociology of journalism. Field theory. Worldviews.*

RESUMEN: *Este texto retoma una investigación sociológica realizada sobre el periodismo económico en Francia alrededor del año 2000. En primer lugar, se presentan las principales conclusiones y resultados a los que llegó la investigación. En segundo lugar, se propone una reflexión sobre la perspectiva que permitió llegar a estas conclusiones. Al tiempo que se indica lo que esta perspectiva debe a las orientaciones adoptadas en ese mismo momento por otros investigadores, se emprende una caracterización teórica de dicha perspectiva. También se abordan las opciones metodológicas que se tomaron durante la realización de la encuesta y que responden tanto a las orientaciones teóricas de la perspectiva desarrollada como a las dificultades que se pudieron encontrar al investigar sobre el periodismo económico.*

PALABRAS CLAVE: *Periodismo económico. Sociología del periodismo. Teoría de los campos. Visiones del mundo.*

Je voudrais revenir, dans ce texte, sur une recherche que j'ai menée sur le journalisme économique en France à la fin des années 1990 et au début des années 2000¹, en explicitant, conformément à l'objet de ce numéro de *Estudos de Sociologia*, la perspective que j'ai développée sur le plan à la fois théorique et empirique. Le fait que la recherche a été menée il y a à présent plus de 20 ans n'a peut-être pas beaucoup d'incidence car peu de travaux ont été réalisés, en France, depuis cette date (Guilbert, 2011 ; Machut, 2019 ; Castelanelli, 2021) et que les grandes orientations des analyses que j'avais à l'époque développées conservent sans doute aujourd'hui pour l'essentiel leur validité. La conjoncture politico-idéologique n'a certainement pas changé du tout au tout. Le temps qui a passé m'a permis en revanche de prendre un peu de recul pour caractériser la perspective que j'avais développée sur le journalisme économique. Certains traits (importants) de cette perspective répondaient à des dynamiques qui dépassaient ma recherche et dans lesquelles je me suis inscrit spontanément, sans les concevoir comme des « partis-pris » délibérés. Je n'aurais sans doute pas été capable de les énoncer totalement au moment où la recherche a été menée.

Ma préoccupation centrale n'était peut-être pas tant de développer une perspective originale sur l'objet du journalisme économique que d'explorer sociologiquement cet objet qui paraissait très peu étudié. Au moment où j'ai engagé ce travail, dans les années 1990, il existait en France très peu de recherches sur le journalisme économique et, comme indiqué, cela n'a pas considérablement changé. On peut avancer quelques hypothèses pour esquisser une explication

¹ Cette recherche a été publiée pour l'essentiel en français dans un livre : (Duval, 2004).

de ce phénomène. Les économistes français s'intéressent peu aux journalistes économiques, sans doute parce que l'information que ceux-ci produisent ou font circuler est un bien immatériel. On peut rappeler également que, dans le modèle de concurrence pure et parfaite, la circulation de l'information est supposée se faire sans obstacle ; elle n'apparaît donc pas comme un « problème » qu'il faudrait étudier. Le journalisme économique suscite par ailleurs peu d'intérêt chez les sociologues, les politistes ou les spécialistes du domaine transdisciplinaire qui est appelé « science de l'information et de la communication ». L'étude du journalisme se répartit en effet entre ces trois disciplines. Dans les deux premières, elle a une place un peu marginale, chaque discipline tendant à considérer qu'elle relève plutôt de l'autre. Les politistes ont tendance à considérer que les journalistes détiennent un pouvoir un peu secondaire par rapport à celui qu'exercent les parlementaires ou les hauts fonctionnaires – qui seraient censés par ailleurs « contrôler » largement les journalistes –, et qu'il n'est donc pas prioritaire de les étudier. Peu de sociologues s'intéressent, de leur côté, au journalisme. Un objet privilégié de la sociologie reste assurément les classes populaires, les problèmes qui sont constitués comme « problèmes sociaux » dans le débat public. Les sociologues s'intéressant aux élites restent peu nombreux et se centrent sur les patrons ou les milieux fortunés. Le journalisme occupe de même une place périphérique dans la « sociologie de la culture ». Au total, il est peu étudié et lorsqu'il l'est, les chercheurs ne s'intéressent guère, y compris dans les sciences de l'information et de la communication, à un journalisme économique qui leur paraît sans doute un peu rébarbatif (et moins attractif que, par exemple, le journalisme politique).

Il a fallu un concours de circonstances particulier pour que je m'intéresse à lui. La conjoncture de la fin des années 1990 a certainement compté dans le déclenchement de ma recherche et dans la forme qu'elle a prise. L'effondrement de l'Union soviétique en Europe, l'idée que le « capitalisme avait gagné » ou qu'« il n'y avait pas d'alternative », l'affirmation du néo-libéralisme, symbolisée par l'accession au pouvoir, au début des années 1980, par Ronald Reagan et de Margaret Thatcher à la tête de deux puissances importantes, rendait sensible à la manière dont l'économie était traitée, commentée dans les médias. Le développement que le journalisme économique avait connu depuis les années 1980 en France, attirait l'attention. Il passait parfois pour une forme de conversion à un journalisme anglo-saxon. Les médias, de façon générale, suscitaient une réflexion critique car le traitement de l'information connaissait des modifications rapides, avec l'apparition de chaînes télévisées privées (celles-ci n'étaient apparues qu'à partir de 1984 en France) et bientôt les premières chaînes d'information en continu. Par ailleurs – j'y reviendrai – mon intérêt pour le journalisme économique n'est pas étranger au fait que, du moins dans le centre de recherche où j'étais, un intérêt nouveau se manifestait, d'une part, pour les médias et, d'autre part, pour la sociologie économique.

Je vais essayer d'exposer la perspective que j'ai développée sur le journalisme économique mais en tenant compte du fait que, pour des raisons que j'ai déjà évoquées, je ne l'ai pas formulée en amont et n'en étais pas totalement conscient en travaillant. Certains aspects de ma recherche ont résulté de formes d'automatismes ou d'évolutions qui se produisaient autour de moi. Pour cette raison, je vais commencer par évoquer cette perspective au travers des analyses qu'elle m'a produites. Dans un second temps, j'essaierai de la caractériser en termes d'orientation théorique, de méthodes de recherche ; j'évoquerai également certaines difficultés auxquelles la recherche s'est heurtée et dont la perspective adoptée est aussi la résultante.

Une analyse du journalisme économique en France

Je pourrais synthétiser ma recherche en disant qu'elle a consisté, d'une part, à interroger la vision de l'économie qui était donnée dans les médias français à l'époque de ma recherche et, d'autre part, à rapporter cette vision à différents types de contraintes qui s'exerçaient sur le journalisme économique.

La vision journalistique de l'économie

Un premier pan de la recherche a consisté à faire apparaître que le traitement journalistique de l'économie obéissait à un certain nombre de principes qui, s'ils souffrent quelques exceptions, ont une validité très générale. En effet, malgré quelques cas atypiques – mais marginaux dans le champ journalistique – comme, par exemple, le quotidien *L'Humanité* longtemps considéré comme « l'organe du Parti communiste français » -, le journalisme économique revêtait à l'époque de l'enquête une forte homogénéité dans les médias qui occupaient les positions les plus élevées dans le monde journalistique, en raison de leur audience étendue ou/et de l'autorité dont ils bénéficiaient (ils étaient très lus dans les autres rédactions (économiques) et ils étaient régulièrement repris par leurs confrères). Une liste des médias satisfaisant l'un de ces critères, ou les deux simultanément, pouvait être esquissée : grandes chaînes de télévisions et stations de radio (TF1, France 2, France Inter, Europe 1, RTL, France Info), grands journaux généralistes (*Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*, *L'Express*...) et principaux titres de la presse économique (*Les Échos*, *La Tribune*, *L'Expansion*...)

Dans ces médias, le traitement de l'économie engage quotidiennement une vision du monde qui, pour sembler aller de soi (elle nous est devenue très familière), reste très particulière. Elle repose, par exemple, sur l'hypothèse que « l'économie » peut être isolée sans dommage de l'ensemble des activités humaines.

Nous sommes ainsi habitués à l'existence de médias, de pages et de journalistes qui, spécialisés dans l'économie, traitent de « l'actualité économique » et seulement d'elle. « L'économie » (ou plus exactement, ce que les médias appellent ainsi), n'a pourtant rien d'un domaine autosuffisant. Comme le rappellent régulièrement des sociologues, des données couramment considérées comme « économiques », ne s'expliquent pas uniquement par des facteurs « économiques ». Un prix, par exemple, ne résulte pas seulement du rapport économique entre une offre et une demande ; sa formation fait aussi intervenir les croyances et les goûts de groupes sociaux, des phénomènes de mode ou des rapports de forces politiques. Appliquée aux discours journalistiques, cette remarque implique, par exemple, qu'un lecteur désireux de bien comprendre le prix du pétrole et ses variations, aurait tout intérêt à ne pas limiter sa lecture aux pages « économiques », mais à se reporter également aux pages « internationales ».

Considérée dans les médias comme un domaine spécifique, « l'économie », est, en particulier, presque toujours séparée du « social ». Vers 2000, il n'était plus guère de média important en France qui, comme *Le Monde* dans les années 1970, disposait d'un service « économique et social » et fasse se côtoyer, par exemple, le traitement des revendications qui sous-tendent une grève et une analyse de conjoncture. À de rares exceptions près, les médias séparaient « l'économie » et le « social ». Un même journal pouvait ainsi commenter, dans ses pages économiques, la stratégie d'une firme supprimant des emplois et, dans ses rubriques « sociales » (d'ailleurs, beaucoup moins importantes que les premières en termes de surface), traiter du « chômage » et de ses conséquences « humaines ». Cette séparation entre en contradiction avec nombre de pensées économiques qui concilient « l'économie » et « le social » : la démonstration est assez évidente pour le socialisme et le keynésianisme, mais même les responsables politiques se réclamant ouvertement du libéralisme économique, prennent régulièrement la peine de préciser que leurs recommandations ne sont pas seulement profitables pour « l'économie », mais aussi « d'un point de vue social ».

La séparation de « l'économie » et du « social » commande dans les journaux une série de distinction : ainsi, celle de « l'immobilier » (censé relever de l'économie avec les variations des prix, l'état du marché, les opportunités d'achat, voire les occasions de plus-value) et du « logement » (réputé relever des rubriques sociales ou politiques). Si un lecteur désireux de comprendre certains phénomènes économiques majeurs (comme le prix du pétrole et ses variations) ou d'accéder à une vision politique de la vie économique et sociale, ne peut être satisfait par les seules pages économiques des médias quotidiens, c'est qu'il demande à ces dernières de remplir un objectif qui leur est de plus en plus étranger. Par le passé, un objectif pédagogique ou politique a pu animer les services économiques dans des journaux importants, au *Monde* par exemple dans les années 1970, mais aussi dans

une certaine mesure un magazine spécialisé comme *L'Expansion* ; les journalistes se tournaient sensiblement plus qu'aujourd'hui vers des agents qui, comme les universitaires, les syndicalistes ou les élus, portent un regard savant ou politique sur » l'économie ». Ces objectifs pouvaient survivre dans les années 1990 mais ils étaient relégués au second plan (au *Monde* par exemple, dans un supplément hebdomadaire). À quelques exceptions, le but principal de la presse (des pages ou des rubriques) économique(s), consiste moins à informer un citoyen, qu'à fournir aux agents économiques les informations censées leur être utiles dans leurs activités économiques. À cet égard, le succès des rubriques économiques au cours des années 1980 et 1990 avait valeur de symbole : elles s'étaient multipliées à la radio et sont apparues dans des journaux où elles n'existaient pas (*Libération*), mais elles restaient presque toujours conçues pour des épargnants et des chefs d'entreprise.

Pour une part très importante, le journalisme économique consiste à fournir des informations aux agents économiques, décideurs, cadres d'entreprises, épargnants ou (en particulier, dans les médias les plus généralistes) simples consommateurs. Les titres financiers pratiquent bien souvent un journalisme de conseils. Dans les années 1990, notamment à la suite du succès rencontré par le mensuel *Capital*, les questions pratiques (« où placer votre argent ? », « quelles sont les entreprises qui payent le mieux ? », « immobilier : faut-il acheter ? »), montaient en puissance dans la presse économique française, au détriment des questions générales de macroéconomie ou de politique économique. Le journalisme économique tendait à adopter et à naturaliser un point de vue d'agent économique. Par exemple, il faisait sien le cynisme rationnel de dirigeants économiques lorsque, face à un plan de licenciement, il se demandait simplement si celui-ci correspondait, ou non, à une bonne décision au regard de la position de l'entreprise sur son marché. Ses incursions dans des domaines ou des institutions irréductibles à des enjeux proprement économiques, montraient, quant à elles, qu'il se définissait d'abord par un point de vue réducteur ; il n'était pas rare, lors de ces incursions, que les journalistes réduisent, par exemple, les enjeux de santé ou d'éducation à des considérations de coût ou une activité comme l'édition à des questions de chiffres d'affaires et de *best-sellers*.

Pour synthétiser ces points, je m'appuyais sur une remarque du sociologue Michael Schudson qui observait au sujet des médias étasuniens :

En page de une, les journalistes répondent aux questions du lecteur qui se demande "Que s'est-il passé dans le monde aujourd'hui, que je dois savoir *en tant que citoyen*, membre d'une communauté, d'un pays, du monde ?". Dans les pages économiques, les journalistes présupposent des lecteurs qui demandent "Que s'est-il passé dans le monde aujourd'hui que je dois savoir *en tant qu'actionnaire* pour préserver ou améliorer mes intérêts financiers ?" » (Schudson, 1996, p. 14).

Des façons proches, quoiqu'un peu différentes, de résumer le premier pan de la recherche peuvent consister à dire que le journalisme économique, tel qu'il s'exerce aujourd'hui en France, donne la plupart du temps une vision du monde économique fondée sur des principes en affinité avec le libéralisme aujourd'hui dominant dans le monde politique. Le journalisme économique véhicule parfois un discours idéologique explicite, mais le plus souvent un discours qui, selon une distinction qu'opérait Pierre Bourdieu², est de l'ordre d'une *doxa* et cette *doxa* est liée à des catégories, à une vision du monde propre au champ économique. Tout champ, en tant qu'il s'organise autour d'enjeux propres (considérés comme centraux alors qu'ils sont secondaires, voire totalement ignorés, dans d'autres espaces sociaux), s'accompagne en effet d'une vision du monde qui lui est propre.

La dépendance du journalisme au champ économique

Mais l'adoption d'un tel point de vue qui est davantage celui d'un « agent économique » que d'un citoyen ou d'un savant, n'est pas le résultat d'un choix de la part des journalistes économiques. Elle semble plutôt commandée par la forte dépendance du journalisme au monde économique. Source de contraintes pour les journalistes, cette subordination s'est accentuée au cours de la période récente.

Le journalisme économique est, en un sens, plongé dans le monde économique. D'abord, il s'exerce presque toujours dans le cadre d'entreprises privées, détenues, de surcroît, au moins en partie par des groupes de type capitaliste. Cette caractéristique n'est pas nouvelle, mais elle s'est en grande partie renforcée en France depuis les années 1980. À la télévision, l'apparition de chaînes privées a réduit le rôle de l'État. Des groupes capitalistes ont acquis, par ailleurs, un poids certain dans le capital de journaux qui restaient, au début des années 1980 conçus comme des « entreprises de journalistes » (*Libération* ou *Le Monde*). De façon plus générale, un mouvement de restructuration dans la presse écrite a limité le poids des groupes dont la presse est le seul métier. Les médias sont aujourd'hui souvent détenus par des groupes dont la presse n'est pas l'activité principale. Ces groupes sont de ce fait moins portés que ceux dont la presse est le seul métier, à regarder « l'information » comme un bien économique spécifique. Par ailleurs, leurs intérêts, investis dans des secteurs différents, n'avaient que plus de chances d'entrer en conflit avec l'information traitée dans les rubriques économiques. Les médias importants ne sont pas seulement souvent détenus par des groupes capitalistes, ils tirent aussi une partie vitale de ressources publicitaires provenant de groupes de même type. Enfin, les sources des journalistes économiques sont, de façon très privilégiée, des

² Voir par exemple (Bourdieu, 2015 et 2016).

dirigeants de grandes entreprises (ou leurs services de communication). L'exercice du journalisme économique apparaît donc indissociable d'une série d'échanges avec des pouvoirs économiques.

Ce fait, évidemment, n'échappe pas aux journalistes, mais ceux qui s'expriment généralement sur leur profession, font très souvent valoir que cette collaboration est sans effet majeur sur le traitement de l'actualité économique : celui-ci serait globalement « neutre » et « objectif ». Des exemples illustrent cet argument. Il peut ainsi arriver qu'un organe de presse publie des informations défavorables aux intérêts de l'un de ses propriétaires ou d'un gros annonceur. De même, beaucoup de journalistes rapportent qu'en des circonstances précises, leur rédaction a traité « librement » d'un sujet délicat, quitte à engager un « bras de fer » avec un actionnaire ou à perdre un budget publicitaire important. Ces anecdotes qui flattent l'honneur professionnel, occultent les contre-exemples, dont l'existence est tout autant avérée (et que certains journaux peuvent rendre publique, en consacrant un article aux pressions ou aux censures dont aurait été victime un confrère).

Mais ces contre-exemples ne sont pas les seules objections à la thèse de la « liberté » et de la « neutralité » du journalisme économique. Ces pressions et censures ne sont, en effet, que l'une des manifestations d'une dépendance multiforme. Les sources, par exemple, ont des interactions personnelles avec les journalistes économiques mais n'ont pas, en règle générale, de pouvoir direct sur eux. Elles sont pourtant régulièrement tentées d'en acquiescer, en créant des relations d'obligation (les cadeaux offerts aux journalistes ou une excessive courtoisie, sont, on le sait, deux stratégies régulièrement usitées par les entreprises privées). Face à leurs sources, les journalistes économiques sont moins « libres » qu'un regard superficiel ne le laisse penser et, dans ces relations qui s'inscrivent souvent dans la durée (ainsi, pour les « rubricards »), un usage irréfléchi de la « liberté » peut avoir des conséquences fâcheuses (le journaliste est coupé de sa source). Les relations avec les propriétaires et les annonceurs sont différentes. Dans les grandes entreprises de presse, les journalistes n'ont pas de contact personnel avec ces groupes qui disposent pourtant d'un pouvoir assez direct sur eux. Mais, la plupart du temps, ce pouvoir s'exerce de façon invisible, sans avoir à prendre la forme d'un rappel à l'ordre, par les mécanismes d'autocensure, par le biais de « l'esprit d'entreprise » ou, simplement, par l'effet de la répugnance à accomplir un acte voué à paraître « ingrat ». Ce système de dépendance n'exclut pas seulement du traitement journalistique, des sujets touchant directement aux intérêts particuliers des actionnaires, des annonceurs ou des sources les plus vitales, mais aussi des questions et des problématiques. Entre autres exemples, on repèrât au début des années 2000, un penchant à alimenter une vision enchantée du « monde de l'entreprise », comme dans l'hostilité fréquente à l'égard de la fonction publique. Les journalistes économiques sont pris dans « l'économie » dont ils parlent, ils ne sauraient en traiter avec la neutralité d'observateurs qui lui seraient extérieurs.

La dépendance au champ économique passe également par « le public ». Le regard journalistique y voit souvent, un peu vite, une contrainte vertueuse : alors que servir les intérêts des annonceurs ou des annonceurs est très largement condamné dans la profession, le souci de satisfaire les attentes du « lecteur » y est, au contraire, très valorisé. Le « lecteur » n'a rien d'un individu abstrait. Dans la presse et les rubriques spécialisées dans l'économie, il prend surtout les traits de dirigeants économiques ou de cadres d'entreprises privés. Cela ne tient pas seulement au fait que les « consommateurs » d'informations se recrutent, de façon majoritaire - même pour des médias généralistes comme la radio ou la télévision - dans les groupes sociaux les plus privilégiés ; cela résulte également de la dépendance des médias au marché publicitaire. Pour attirer les annonceurs, les médias ont, en effet, intérêt à compter parmi leurs lecteurs les clients les plus recherchés par les annonceurs, à savoir les personnes ayant un pouvoir d'achat *élevé* ou les cadres qui ont une influence, dans *les* entreprises ou les administrations, sur les achats collectifs.

Sur le marché publicitaire, « les lecteurs » ne sont pas (seulement) des « citoyens » égaux. Il en est de même dans des médias qui, pour leurs profits ou du moins leur survie, dépendent en partie de ce marché. Dans la presse économique, certains titres sont, de notoriété publique, des « pièges à pub » : ils ne doivent pas leur existence à un projet journalistique ; le « rédactionnel » n'y a pour fonction que d'attirer un lectorat très prisé des annonceurs et, du même coup, des recettes publicitaires. Sans être aussi cynique, la conception des pages économiques dans les journaux généralistes ou politiques, n'est pas totalement étrangère à ces considérations. Le développement des pages économiques dans certains grands quotidiens dans les années 1980 renvoie à l'accroissement de la part des groupes sociaux économiquement les mieux dotés (les « CSP + ») dans leur lectorat. S'agissant de l'audiovisuel, les chaînes et les stations dédiées à l'information économique doivent bien sûr leur apparition à la valeur de leur public sur le marché publicitaire.

Le développement du « journalisme économique » est lié au souci croissant d'attirer ce qu'on appelle en France des « cadres » et qui sont des agents économiques particulièrement prisés des annonceurs. La grande presse parisienne avait certes toujours visé un lectorat socialement élevé. En 1945 par exemple, les fondateurs du *Monde* voulaient s'adresser aux « cadres de la société française ». Mais ceux-ci ne coïncidaient pas avec la population des « cadres » dans lesquels les médias contemporains cherchent à accroître leur « pénétration ». La signification prêtée au terme de « cadre » dans l'univers de la presse semble en effet avoir changé. *Le Monde* visait un lectorat largement lié à l'État et à la fonction publique ; l'image professorale qu'il a longtemps eue (et entretenue) renvoyait à un public composé, au moins pour une part, d'universitaires et d'enseignants. Dans les années 1990, le cadre semble essentiellement défini par son pouvoir d'achat. Il n'est plus représenté

sous les traits d'un haut fonctionnaire mais comme un salarié du secteur privé qui dispose d'un pouvoir d'achat important et d'un certain pouvoir de décision dans son entreprise.

Dans ces conditions, l'impératif de « servir le lecteur » renforçait la dépendance du journalisme au monde économique. Le « lecteur » qu'il faut servir, appartient à une population qui bénéficie largement du champ économique tel qu'il est et qui est, de ce fait, portée à approuver (voire à réclamer) une vision enchantée de « l'économie ». Dans la mesure où les abonnements d'entreprises constituent, pour beaucoup de publications spécialisées, un moyen d'accroître leur diffusion et leur taux de pénétration dans les catégories les plus recherchées par les annonceurs, la diffusion dans ce type de presse d'une vision économique critique semble improbable : quelle entreprise, en effet, abonnerait ses cadres à un périodique évoquant, à chaque numéro, les aspects noirs du capitalisme ?

Les journalistes économiques disposent donc d'une « liberté » beaucoup plus réduite qu'ils ne semblent le penser. C'est que les contraintes s'exerçant sur eux leur sont en bonne partie imperceptibles. L'affirmation n'a rien de paradoxal : pourquoi des agents satisfaisant d'emblée, en raison de leur trajectoire et de leur expérience sociale, une contrainte (objective) ressentiraient celle-ci comme « contraignante » ? Si nombre de journalistes économiques ont un sentiment de « liberté », c'est sans doute qu'ils sont pré-adaptés, par leurs propriétés sociales, aux contraintes qui s'imposent à eux. Leur expérience les prédispose à adopter un point de vue économique sur le monde. De fait, des éléments rassemblés au sujet de l'origine et de la trajectoire sociale des journalistes économiques aujourd'hui en poste, suggèrent qu'une proportion importante d'entre eux est issue de la bourgeoisie économique et a fréquenté les filières de l'enseignement supérieur dont sont aussi issus les cadres des grandes entreprises : les écoles de commerce, les filières de l'enseignement supérieur les plus tournées vers la pratique (la gestion ou la finance), les sections d'économie financière dans les instituts d'études politiques. Il semble, par exemple, que si dans les générations antérieures, certains journalistes économiques avaient été enseignants ou étaient passés, dans l'enseignement supérieur, par des filières ouvrant à une approche de « l'économie » plus théorique ou plus ouverte (par exemple sur les sciences sociales), ce type de profils s'est aujourd'hui raréfié. Le fait que nombre de journalistes économiques aient le sentiment d'exercer « librement » leur métier, n'est donc pas contradictoire avec l'existence de contraintes objectives : les mécanismes sociaux qui conduisent un individu à rejoindre un service économique, et à y rester durablement, tendent à écarter les individus les moins ajustés aux attentes tacitement formulées à l'égard des journalistes économiques. Que ces attentes soient en contradiction partielle avec des définitions traditionnelles du journalisme paraît confirmé par la défiance qu'inspirent, dans certaines rédactions économiques (notamment dans la presse financière), les jeunes diplômés des écoles de journalisme

et par la difficulté de ces mêmes écoles à instituer en leur sein des formations au journalisme économique. Adaptées à une demande d'expertise formulée par les entreprises de presse, ces filières peinent, en effet, à attirer les aspirants journalistes.

Au total, l'univers journalistique est fortement dépendant du champ économique. Cette dépendance structurale est, pour le journalisme économique, une incitation puissante à véhiculer une vision économique du monde, en affinité avec le libéralisme aujourd'hui dominant.

Caractérisation d'une perspective de recherche

Je voudrais à présent essayer de caractériser rétrospectivement, en termes théoriques et méthodologiques, la perspective que j'ai mise en œuvre dans ma recherche, mais en tenant compte du fait que cette perspective ne résulte pas seulement de « choix » mais aussi de dynamiques de recherche communes à des petits groupes de recherche auxquels j'étais lié, et à des difficultés auxquelles la recherche a pu se heurter.

Questions de méthodes

Je n'aurais sans doute pas consacré ma thèse de doctorat au journalisme économique, et ne l'aurais certainement pas fait de cette façon, s'il n'y avait eu, dans le centre de recherche où je faisais ma thèse, un mouvement qui consistait à développer des recherches en sociologie du journalisme. Deux figures motrices étaient Pierre Bourdieu et Patrick Champagne. L'époque était celle où Bourdieu commençait à publier des textes sur le journalisme. En 1994, il consacrait, en relation notamment avec Patrick Champagne, un numéro de sa revue au journalisme. Il y publiait à titre personnel un texte, « L'emprise du journalisme » qui, sous certains rapports, prolongeait son ancien intérêt pour le champ intellectuel et le rôle qu'y joue le journalisme³. Membre de son groupe de recherche, Patrick Champagne s'intéressait de longue date aux médias mais, travaillant pour un organisme de recherche lié à l'agronomie, il avait surtout publié dans les années 1970 et 1980 sur les agriculteurs. Depuis les années 1980 et un travail sur la médiatisation de manifestations d'agriculteurs, il revenait progressivement à son intérêt initial pour les médias (Marchetti, 2024). Bourdieu insistait dans son article sur « l'emprise » croissante que le journalisme exerçait dans nombre d'univers sociaux. Patrick Champagne avançait un autre argument poussant à étudier le journalisme : les médias jouent un rôle central aujourd'hui dans la fabrication des représentations

³ Voir notamment (Duval, 2016).

qui préexistent au travail scientifique ; la mise en œuvre de l'impératif durkheimien consistant à « écarter les prénotions » conduirait donc aujourd'hui à prendre le journalisme et les représentations qu'il produit comme objet d'analyse (Champagne, 1989).

Les travaux que Bourdieu et Champagne engageaient ou appelaient de leurs vœux dans les années 1990, mettaient en œuvre le concept de champ dans l'analyse du journalisme. « L'emprise du journalisme » s'inscrivait de ce point de vue dans la continuité des textes que Bourdieu a consacrés à partir de la fin des années 1970 à une série de champs (le patronat, la religion, la littérature, le droit...) Il y engageait, de même qu'un article de Champagne et Dominique Marchetti dans le même numéro, une analyse de la structure du champ journalistique en France (Champagne, Marchetti, 1994). Mon travail sur le journalisme économique s'est inséré dans cette dynamique collective. Il n'y avait pas de programme ou de plan concerté. Les travaux étaient menés de façon assez autonome mais, par exemple, un groupe de travail existait autour de Champagne et Marchetti. Nous nous réunissions peut-être une fois par mois et, selon les séances, nous présentions des travaux, des lectures (notamment de travaux en anglais méconnus en France) ou menions des sortes d'entretiens collectifs avec des journalistes sur la manière dont ils travaillaient (j'ai mobilisé quelques-uns de ces entretiens dans mon travail sur le journalisme économique).

On pourrait qualifier de « bourdieusienne » la perspective collective qui était ainsi développée (et donc celle qui a imprégnée ma recherche) mais ce terme a des inconvénients. Les initiateurs de cette dynamique n'auraient pas employé le terme et les membres du groupe de travail évoqué n'avaient pas des rapports uniformes à Bourdieu (certains, par exemple, s'inspiraient beaucoup, et presque autant que de Bourdieu, de la sociologie interactionniste étasunienne qui était importée en France à l'époque). Si plusieurs participants investissaient dans l'étude du journalisme des méthodes de recherche et des problématiques qui avaient été développées depuis les années 1960 dans le groupe de recherche de Bourdieu, le groupe se définissait sans doute d'abord par le projet de développer une sociologie du journalisme qui paraissait souffrir d'un retard en France (par rapport à la situation aux États-Unis) et de rompre avec une tradition d'étude fondée sur l'analyse de contenu. Il ne s'agissait pas d'ignorer la production journalistique, mais de considérer qu'elle ne renfermait pas nécessairement en elle-même ses propres principes d'explication. Implicitement, une hypothèse de travail était la suivante : les conditions de travail des journalistes, les contraintes structurales auxquelles ils font face, les spécificités de l'univers social dans lequel ils évoluent contribuent à comprendre pourquoi ils produisent certaines représentations plutôt que d'autres.

Mon travail sur le journalisme économique doit à une autre dynamique collective qui concernait, elle, la sociologie économique. Cette spécialité paraissait

dans les années 1990 connaître un renouveau : alors que les « fondateurs » de la sociologie (Karl Marx, Max Weber, Émile Durkheim et certains de ses élèves comme François Simiand) accordaient une place importante à l'économie, la sociologie (en tout cas en France) dans les décennies qui avait suivi la deuxième guerre mondiale avait eu tendance à se replier sur des objets qui lui étaient propres (le travail, l'école, la religion...) et à laisser les objets économiques aux économistes. Dans les années 1990, la France commençait à importer certains protagonistes du « renouveau de la sociologie économique » aux États-Unis (par exemple Mark Granovetter, puis Harrison White, Viviana Zelizer...)

Le Centre de sociologie européenne participait d'une certaine manière à cette évolution. L'économie avait très tôt suscité l'intérêt de Pierre Bourdieu, dès ses recherches en Algérie (où il étudie notamment l'introduction de logiques capitalistes dans une société traditionnelle) puis avec ses recherches en France sur le crédit bancaire, le patronat. Mais le contexte des années 1990 marqué par la montée en puissance du néolibéralisme semblait renforcer l'intérêt de Bourdieu pour l'économie : il publiait, par exemple, dans sa revue ou dans les collections de livres qu'il dirigeait, sensiblement plus de travaux sur l'économie et les économistes (Viviana Zelizer, Neil Fligstein, Maria Rita Loureiro, Frédéric Lebaron...)⁴, et faisait paraître en 2000 *Les structures sociales de l'économie*. Un groupe de travail au CSE s'était également formé sur l'économie, notamment autour de Frédéric Lebaron, Odile Henry et Marie-France Garcia. Bernard Convert et Johan Heilbron (2005) ont analysé les ressorts du renouveau de la sociologie économique dans le cas des États-Unis ; ils invoquent notamment le contexte idéologique et politique de l'époque et les reconfigurations entre les disciplines de la sociologie et de l'économie. Sur ce dernier point, un facteur en France fut l'arrivée de sociologues dotés d'une double formation de sociologue et d'économiste. J'en faisais partie. Mon intérêt pour le journalisme économique, et la perspective que j'ai adoptée, a été influencée par cette évolution générale. Comme je l'ai dit, le journalisme économique connaissait un développement particulier. L'intérêt pour cette catégorie professionnelle qui ne produit pas à proprement parler des biens matériels mais des biens symboliques, des informations, des analyses, participait de fait de l'intérêt que les sociologues peuvent porter aux croyances, aux « faits d'opinion », aux « idéologies », aux phénomènes symboliques, et au souci de mettre en valeur une dimension de la vie économique que les économistes délaissent généralement.

La perspective de recherche que j'ai déployée a une dimension empirique importante. Comme suggéré *supra*, elle était solidaire de ruptures avec le primat souvent donné, en matière d'analyse des médias, à l'analyse de contenu (tout en analysant des articles ou des émissions, je souhaitais réunir d'autres matériaux,

⁴ Sur Bourdieu et l'économie, voir notamment (Garcia-Parpet, 2014).

d'autres types de données) et avec les démarches très « déductives » de la science économique (des sociologues font valoir de longue date que leur démarche est plus « positive », plus attentive aux faits, que celles qui dominent en science économique (Simiand, 2006)).

Je n'en avais pas conscience à l'époque mais je me suis rendu compte plus tard, en travaillant avec des collègues sur l'histoire du Centre de sociologie européenne (CSE), qu'une composante importante du style de recherche qui a émergé au CSE consistait à « faire feu de tout bois » [Référence anonymisée]. J'ai, sur la suggestion des personnes qui m'entouraient au CSE et parce que j'avais sans doute inconsciemment intériorisé ce style en lisant notamment les articles de la revue *Actes de la recherche en sciences sociales* (la revue que dirigeait Pierre Bourdieu), collecté tout ce qui pouvait se rapporter au journalisme économique et qui consistait un matériel existant : livres de journalistes, rapports sur l'information économique, émissions de radio ou de télévision où des journalistes étaient interviewés, presse professionnelle sur les médias, campagnes d'abonnements de titres de presse...

L'enquête supposait aussi d'étudier des articles, des émissions. Compte tenu du nombre de médias traitant de l'économie, cette production était bien sûr impossible à réunir et à maîtriser dans sa totalité à l'échelle d'une recherche individuelle. Cette difficulté est inévitable lorsqu'on travaille sur le journalisme. Deux moyens de la contourner consistent à travailler de façon extensive sur un corpus de presse en étudiant quelques traits particuliers ou, au contraire, à analyser, de manière plus intensive, un corpus très circonscrit. J'ai essayé de mettre en œuvre, dans la mesure de mes moyens, les deux démarches. D'un côté, j'ai rassemblé des unes de quotidiens et pages économiques sur une période de trois mois, j'ai réuni 100 couvertures d'un mensuel économique, j'ai dépouillé quelques numéros du principal quotidien économique français, *Les Échos*, j'ai analysé les couvertures de 100 numéros d'un magazine économique. D'un autre côté, j'ai procédé à des études de cas permettant de travailler sur matériel empirique maîtrisable qu'il est possible d'analyser de façon approfondie. J'avais réalisé, antérieurement, un travail sur la médiatisation du « déficit de la sécurité sociale », j'ai engagé une monographie sur une émission de télévision consacrée à l'économie (je procédais notamment à l'analyse approfondie d'une dizaine d'émissions, tant sur le plan du fond que de leur forme). J'essayais aussi de lire la presse économique ou les pages économiques des journaux au hasard de mes lectures personnelles ou de ma fréquentation des bibliothèques publiques. Toutes ces pistes, bien sûr, n'ont pas été fécondes (je n'avais pas réussi à faire grand-chose par exemple de l'étude des Unes).

Les entretiens avec les journalistes (ou avec leurs sources) sont une autre technique d'enquête. Je n'en ai réalisé qu'un limité nombre du fait d'obstacles rencontrés. Sans recommandation dans le milieu des journalistes économiques et manquant d'expérience, je peinais à réaliser des entretiens longs et riches. Les

journalistes économiques ont sans doute moins d'affinités que d'autres types de journalistes avec les sociologues. L'apprenti-sociologue se trouve de surcroît dans une position dominée face à eux. Il n'est pas toujours facile de leur faire exprimer autre chose que des généralités (sur les médias, l'économie...) Certains entretiens furent aussi décevants parce que les personnes interviewées, assez connues, s'en tenaient à des anecdotes ou des analyses qu'elles les avaient écrites dans des livres ou exprimées à l'occasion d'interviews dans la presse.

Des entretiens plus fructueux furent réalisés avec des journalistes assez marginaux dans le milieu étudié et portés à un regard critique. Il pouvait s'agir de journalistes retraités réservés à l'égard des évolutions récentes de la profession ou de journalistes qui avaient travaillé dans des journaux ou des services économiques, mais dans l'attente d'un poste correspondant davantage à leurs aspirations. Certains de ces entretiens étaient même tellement riches que la publication de certains extraits posait problème car des personnes ou des situations évoquées auraient été reconnaissables. Malgré mes précautions, un enquêté fut mécontent de certaines citations que j'avais faites de ces propos. Après discussion, il sembla comprendre mon point de vue, me précisant cependant qu'il se serait exprimé autrement s'il avait anticipé que ses propos seraient reproduits et lus par certains de ses confrères. Des enquêtes dans le milieu journalistique doivent prendre en compte que les enquêtés sont susceptibles de lire des revues ou des livres de sciences sociales (mais ils lisent dans une perspective qui n'est pas exactement une perspective scientifique, ce qui peut occasionner des difficultés et des malentendus).

Les difficultés auxquelles se heurtent les enquêtes par entretiens peuvent être parfois en partie compensées par le fait que les journalistes forment une catégorie professionnelle qui, plus que d'autres, a accès à des moyens d'expression et qui s'expriment, pour certains, publiquement au sujet de leur activité professionnelles. Comme mentionné plus haut, j'avais rassemblé des interviews, des témoignages, des livres de journalistes économiques. Ce matériel était exploitable et pouvait être cité sans difficulté. Il a l'avantage de correspondre à une expression « spontanée » et ne pas souffrir des biais qui, dans un entretien, tiennent au fait que le sociologue prend l'initiative des thèmes abordés. Mais ce matériel a aussi des limites. Il émane de journalistes économiques particuliers (souvent les plus « connus ») et répond, pour une part, à des stratégies de présentation de soi. Les opinions et les informations qu'il contient sont susceptibles, plus encore que des propos recueillis dans le cadre d'entretiens privés, d'être en décalage avec la réalité des pratiques.

Les difficultés rencontrées lors des entretiens expliquent en partie la part qui fut finalement donnée dans l'enquête aux analyses statistiques. Certains fondateurs de la sociologie ont vu la sociologie comme un instrument⁵ très puissant parce

⁵ Pour des développements sur ce point, voir notamment (Duval, 2024).

qu'il permet d'observer les phénomènes sociaux sous un angle large, quasiment inaccessible par d'autres méthodes. Dans cet esprit, j'ai exploité un annuaire professionnel recensant les journalistes économiques en poste dans les services économiques de médias importants. De tels annuaires sont peu nombreux en France. Il en existe un pour les journalistes économiques car les sources de ces derniers, notamment dans les grandes entreprises, forment un lectorat étroit mais solvable qui permet d'amortir la réalisation de cet annuaire (vendu à un prix élevé). Cet annuaire tend à indiquer, pour chaque journaliste, ses date et lieu de naissance, ses diplômes universitaires, son parcours professionnel (à l'intérieur et, le cas échéant, en dehors du journalisme). Ces informations sont réduites et ne sont pas disponibles pour tous les journalistes recensés mais, moyennant quelques précautions, elles autorisent des analyses statistiques qui permettent d'établir un certain nombre de faits ou d'évolutions (sur les différences entre les générations de journalistes, les attentes tacites en termes de diplôme à l'entrée des différentes disciplines) que des journalistes ou des observateurs peuvent exprimer dans des entretiens, mais sur le mode d'impressions ou d'hypothèses.

La statistique fut également mobilisée pour construire l'espace des entreprises journalistiques qui traitaient d'économie [Référence anonymisée]. Ce travail s'inscrivait dans une démarche qui consiste à mobiliser l'analyse des correspondances pour construire un champ et qui, depuis le début des années 1970, avait été mise en œuvre par Bourdieu et des chercheurs inspirés par ses travaux sur un certain nombre d'espaces sociaux. La démarche n'avait pas été mise en œuvre dans le cas du journalisme. L'analyse statistique m'aida à construire le sous-espace des entreprises journalistiques traitant de l'actualité économique, à repérer les grandes différences (en termes de propriété, d'économie, de publics, de caractéristiques des journalistes, de taille et de composition des rédactions...) entre ces entreprises. Elle me conduisait aussi à construire des indicateurs de notions comme le « capital journalistique » et à réfléchir très utilement à la manière de convertir des concepts de ce type en outils empiriques. L'analyse des correspondances que j'ai proposée a des limites mais elle constituait une contribution pour une construction empirique du champ journalistique.

La place réservée aux analyses statistiques était sans doute une originalité de ma démarche. À l'époque, peu d'analyses sur le journalisme en France recouraient aux techniques statistiques (au-delà des études très descriptives sur la population hétérogène des détenteurs de la carte d'identité professionnelle des journalistes professionnels). Cette perspective statistique était sans doute plus facile à mettre en œuvre sur le journalisme économique que sur d'autres segments de la profession journalistique. Si elle peut être mise en valeur *a posteriori* pour son apport, elle doit, dans les faits, à des facteurs contingents : les déceptions éprouvées lors de la réalisation de premiers entretiens ainsi que le cadre de financement de cette

recherche (qui me plaçait dans une situation où je devais mobiliser des techniques statistiques).

Sur des aspects théoriques

Il reste à aborder des aspects plus théoriques de mon approche. Celle-ci procédait de la « théorie des champs ». J'ai déjà mentionné comment mon travail s'inscrivait, sous ce rapport, dans une dynamique de recherche plus collective. J'entreprenais de prendre en considération les contraintes structurales qui pèsent sur le journalisme économique, la relation qui l'unit au champ économique dont il rend compte. Le journalisme économique bénéficie d'une autonomie par rapport au monde économique mais cette autonomie reste assez limitée et ne suffit pas à renverser la dépendance structurale du journalisme économique. Cette relation se manifeste dans la structure du champ que l'analyse statistique aidait à porter au jour : le journalisme économique est un univers différencié mais les entreprises qui y ont le plus de poids, celles qui ont la plus grande capacité de production de l'information et qui sont les plus reprises par les autres médias, ont une autonomie assez limitée (elles dépendent souvent de grands groupes et ont un public qui occupe souvent des positions de pouvoir dans le champ économique) ; les entreprises les plus indépendantes du monde économique sont faibles dans ce microcosme et ont une capacité de production de l'information très limitée.

Ma perspective consistait à analyser le journalisme économique comme un champ qui devait lui-même être compris par rapport aux relations qu'entretiennent le champ journalistique et le champ économique. En mobilisant la notion de champ et des instruments comme les statistiques, je cherchais à produire un regard sur le journalisme économique différent du regard que celui-ci renvoie de lui-même. La profession journalistique a en effet pour particularité, comme cela a été rappelé *supra*, d'avoir une facilité d'accès à des moyens d'expression publique. Elle fait partie des groupes professionnels qui ont les ressources et les moyens de contrôler les représentations qui sont donnés d'eux dans les médias. On peut penser dans ces conditions qu'un travail de sciences sociales sur cette profession n'est intéressant que s'il parvient à produire une analyse différente de celles que produisent déjà les professionnels concernées.

La perspective que j'ai développée tend à opérer une rupture avec ce que j'ai pu appeler une « problématique obligée » en matière de journalisme économique, une façon de voir à laquelle les journalistes (mais aussi des historiens) adhèrent souvent. Cette problématique se centre sur les informations falsifiées que des journalistes vénaux ou corrompus font circuler pour satisfaire des intérêts économiques particuliers (ceux d'un actionnaire, d'une entreprise...) Elle conduit

à considérer qu'en l'absence de telles « manipulations » le journalisme économique est « indépendant », « libre », « moralisé »... J'ai longuement développé dans mon analyse les limites de cette vision de choses. En se centrant sur la relation que les journalistes entretiennent avec ceux qui détiennent ou financent leurs entreprises, elle interdit par exemple de voir que la relation qui unit des entreprises journalistiques à leur public peut également engendrer des formes de « dépendance ». Elle me semble aussi sous-estimer l'intérêt en quelque sorte structural que le monde économique a à peser sur le travail journalistique, sur les représentations que les médias donnent de lui. Les tentatives d'ingérences sont inévitables et l'on peut penser que tout obstacle posé à telle ou telle forme d'ingérence tend à susciter d'autres formes d'ingérence plus subtiles, moins imperceptibles, qui contournent l'obstacle posé. Je suggérerais ainsi que le développement des stratégies de communication dans les grandes entreprises correspondait à un moyen, pour celles-ci, de continuer à peser sur la production journalistique sans recourir aux moyens anciens qui étaient stigmatisés (voire condamnés par la loi).

Le déplacement, la « conversion du regard » que je proposais d'opérer consistait à voir les formes d'ingérence anciennes, traditionnelles, manifestes comme des cas particuliers d'ingérences fondamentalement multiformes. La dépendance structurale (qui, comme je le montrais, a toutefois varié en intensité selon les époques en France) ne prend pas uniquement la forme de pressions explicites, se manifestant dans des interactions. Inspirée par l'analyse en termes de champs proposée par Bourdieu, ma perspective consistait à déplacer l'attention des relations inter-individuelles qui ont une manifestation physique vers un « espace de relations » qui « quoique invisible et toujours difficile à manifester empiriquement, [...] est la réalité la plus réelle [...] et le principe réel des comportements des individus et des groupes » (Bourdieu, 1994, p. 53). Mon analyse consistait à substituer à une vision qui se concentre sur des personnes, censées être plus ou moins dotées de sens moral et qui sont considérées comme agissant librement dès lorsqu'elles ont le sentiment de l'être, une vision qui s'attache aux champs, aux structures dans lesquelles les relations interpersonnelles s'inscrivent. En cela, il me semble qu'on peut dire que la perspective conduit à passer d'une analyse marquée par une sorte d'interactionnisme à une analyse structurale.

Mais il faut souligner que, dans le cadre de l'analyse sociologique, la problématique instituée évoquée plus haut ne constitue pas seulement une « prénotion » qu'il faut mettre à distance. Elle correspond aussi à une vision qui est partagée par un grand nombre des acteurs que l'on étudie. Il faut par conséquent la prendre pour objet. J'ai ainsi essayé de reconstituer l'histoire de cette problématique en montrant comment elle s'était imposée dans le débat politique en France dans la période de l'entre-deux-guerres. J'ai aussi tenté de montrer ses fonctions sociales et politiques et rapporté son succès à son ambiguïté : elle peut paraître relativement

consensuelle car elle peut être mobilisée par des acteurs politiques très différents. Elle peut notamment être utilisée à la fois par des groupes engagés dans la critique du capitalisme et la dénonciation de la « vénalité de la presse bourgeoise », selon une expression utilisée dans l'entre-deux-guerres, la partageaient avec des forces plutôt acquises au contraire au libéralisme et qui plaidaient pour un capitalisme « moderne » ou pour un capitalisme « moral » ou « transparent » débarrassé de ses « excès ». La sociologie doit se construire contre la problématique instituée et prendre en compte que celle-ci est intériorisée par des agents sociaux, et au premier chef par des journalistes. La problématique instituée est aussi une façon de penser que les agents étudiés ont intériorisée et qui crée des effets. Cette remarque m'a conduit à m'interroger sur la question de l'idéologie professionnelle des journalistes et sur les notions d'« indépendance », de « liberté de la presse ». Quelque chose de trivial en apparence ne s'est imposé que tardivement : ces notions que les journalistes utilisent comme allant de soi et, souvent à leur suite, les analystes du journalisme, sont des enjeux de lutte : tout le monde s'accorde pour dire que le journalisme doit être indépendant, mais il n'y a pas d'accord sur la définition de cette indépendance.

J'ai ainsi essayé de décrire ici la perspective que j'ai mise en œuvre dans une recherche menée en France à la fin des années 1990 et au début des années 2000. Il me semble qu'elle resterait fructueuse dans la France actuelle. Il reste bien sûr à voir si elle le serait aussi dans d'autres contextes nationaux.

RÉFÉRENCES

BOURDIEU, Pierre. **Raisons pratiques**. Paris : Le Seuil, 1994.

BOURDIEU, Pierre. **Sociologia geral**. 5 vol. Petrópolis : Editora Vozes, 2021-2025.

CASTELANELLI, Benjamin. **Contribution à l'analyse sociologique des discours économiques contemporains. Faire et défaire la Chine : l'exemple du traitement médiatique de l'« économie chinoise » dans la presse économique française**. Orientador:

LEBARON Frédéric. 2021. 165f. Dissertação (Mestrado) – École normale supérieure Paris-Saclay, 2021.

CHAMPAGNE, Patrick e MARCHETTI, Dominique. L'information médicale sous contrainte. À propos du “scandale du sang contaminé”. **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, 1994, 101-102, 40-62, 1994. Disponível em: https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1994_num_101_1_3084. Acesso em: 25 abr. 2025.

CHAMPAGNE, Patrick. La rupture avec les pré-constructions spontanées ou savantes. *In* :

CHAMPAGNE, Patrick, LENOIR, Remi, MERLLIÉ, Dominique e PINTO, Louis (Org.) **Initiation à la pratique sociologique**. Paris : Dunod, 1989. p. 163-220.

CONVERT, Bernard e HEILBRON Johan. La réinvention américaine de la sociologie économique. **L'Année sociologique**, 55 (2), 329-364, 2005. Disponível em: <https://shs.cairn.info/revue-l-annee-sociologique-2005-2-page-329?lang=fr>. Acesso em: 25 abr. 2025.

DUVAL, Julien. **Critique de la raison journalistique. Les transformations de la presse économique en France**. Paris : Le Seuil, 2004.

DUVAL, Julien. Bourdieu, le journalisme et les médias. In : GRANJON, Fabien (Org.). **Matérialismes, culture et communication**. Paris: Presses des Mines, 2016. p. 405-422. Disponível em: <https://shs.cairn.info/materialismes-culture-et-communication-tome-1--9782356713902-page-405?lang=fr>. Acesso em: 25 abr. 2025.

DUVAL, Julien. Traduzido por BORDIGNON, Rodrigo da Rosa. Sociologia e estatística de Auguste Comte a Pierre Bourdieu: uma tradição francesa? **Revista brasileira de Sociologia**, 12, 2024. Disponível em: <https://rbs.sbsociologia.com.br/index.php/rbs/article/view/1002>. Acesso em: 25 abr. 2025.

GARCIA-PARPET, Marie-France. Marché, rationalité et faits sociaux totaux: Pierre Bourdieu et l'économie. **Revue française de socio-économie**. 13, 107-127, 2014. Disponível em: <https://shs.cairn.info/revue-francaise-de-socio-economie-2014-1-page-107?lang=fr>. Acesso em: 25 abr. 2025.

GUILBERT, Thierry. **L'« évidence » du discours néolibéral**. Bellecombe-en-Bauges : Éditions du Croquant, 2011.

MACHUT, Antoine. **La Bourse ou la plume ? Les trajectoires professionnelles de journalistes dans le monde de l'information financière**. Orientador: BASTIN Gilles. 2019. 456f. Tese (Doutorado em Sociologia.) – Universidade Grenoble Alpes (ComUE), 2019. Disponível em: <https://theses.hal.science/tel-03368836>. Acesso em: 25 abr. 2025.

MARCHETTI, Dominique, Hommage à Patrick Champagne (1945-2023). **Actes de la recherche en sciences sociales**. 251, 110 -113, 2024. Disponível em: <https://shs.cairn.info/revue-actes-de-la-recherche-en-sciences-sociales-2024-1-page-110?lang=fr>. Acesso em: 25 abr. 2025.

SCHUDSON, Michael Schudson, **The Power of News**. Londres-Cambridge, Harvard University Press, 1996.

SIMIAND, François. **Critique sociologique de l'économie**. Paris : PUF, 2006.