

4

médiamorphoses

confrontations

Le journaliste économique :
défenseur du système ou éducateur ?Patrick Champagne, Julien Duval,
Luc Evrard, Philippe Riutord

Premier débat (15 janvier 2001)

Le journaliste économique : défenseur du système ou éducateur ?

- Patrick Champagne, sociologue, université Paris 1.
- Julien Duval, doctorant, Centre de sociologie européenne de l'EHESS (École des hautes études en sciences sociales).
- Luc Evrard, ancien chef du service économie de LCI, éditorialiste à Europe 1
- Philippe Riutord, agrégé de sciences sociales, membre du Groupe d'analyse politique de Paris X.

Patrick Champagne : Les relations de la science et des médias sont anciennes parce qu'inévitables, la science ne pouvant pas exister, comme l'avait bien compris Pasteur, sans un soutien de ce qu'on appelle l' "opinion publique". Mais ces relations ont récemment changé comme on peut le voir avec la multiplication d'affaires mettant en cause les scientifiques et, corrélativement, avec l'apparition d'une nouvelle conception du journalisme scientifique. On est passé, en effet, du journaliste-vulgarisateur, qui était souvent un journaliste militant, désireux de faire la promotion de la science, parfois contre sa rédaction, à une nouvelle catégorie de journalistes, plus jeunes, issus des écoles de journalisme, qui font de la médiatisation de la science parce que c'est une opportunité parmi d'autres du marché du travail dans la presse et qui ne pensent pas que l'information scientifique doit faire l'objet d'un traitement particulier : c'est une information comme une autre, avec ses "scoops", ses "affaires", ses débats, son actualité, etc. Cela ne va pas sans poser des problèmes pour les scientifiques, notamment parce que le temps de la science n'est pas celui des médias.

Avec l'économie, le problème se complique plus encore dans la mesure où il s'agit d'une science très particulière. D'une part, c'est une science qui n'est pas sans liens avec la politique : on parle d'économie politique, de politiques économiques. D'autre part les médias sont des entreprises qui

vivent dans un système économique donné sur lequel ils sont censés informer. L'économie n'est donc pas simplement une discipline scientifique, c'est aussi une réalité qui pèse sur le fonctionnement même des médias.

De fait, l'histoire du journalisme, en France comme ailleurs, est une histoire très fortement liée à l'histoire des structures économiques. Après une période marquée par la collusion entre certains intérêts économiques et une fraction du monde journalistique qui utilisait son tout nouveau pouvoir de diffusion massive pour servir des intérêts proprement économiques, la période qui s'est ouverte en 1945, à la Libération, a été marquée par le souci de tenir à l'écart le monde de la presse à l'abri des pressions économiques. Jusqu'en 1980, les médias ont été ainsi en partie protégés contre la puissance des grands groupes économiques.

Depuis une vingtaine d'années, ces derniers sont entrés massivement dans les médias, et surtout dans l'audiovisuel. De ce fait, l'économie n'est pas seulement une discipline scientifique à médiatiser, elle est devenue aussi une réalité dans le fonctionnement même des médias. La question qui se pose non seulement à l'analyste mais aussi, concrètement, aux journalistes est de savoir quelles sont les relations qui tendent désormais à s'instaurer entre le système économique et des journalistes qui sont eux-mêmes soumis aux lois de l'économie dans leur propre journal. Quels effets cela peut-il engendrer sur la manière dont ceux-ci conçoivent l'information économique ?

Lorsque l'on considère l'économie, non pas seulement comme une réalité qui pèse sur les médias et sur la fabrication de l'information, mais en tant que discipline scientifique, on observe dans le traitement journalistique un certain nombre d'évolutions très générales qui sont identiques à celles que l'on a pu observer dans d'autres domaines de la science. La rubrique économique, comme le montre très bien Philippe Riutort, est une rubrique récente qui s'est constituée avec à l'origine un souci pédagogique : il fallait, à l'époque des « Trente Glorieuses » doter le grand public d'une culture économique minimum. Les premiers journalistes voulaient familiariser les Français avec les lois de l'économie, leur faire comprendre les grands mécanismes. Ils se faisaient donc plutôt vulgarisateurs et éducateurs. Aujourd'hui, la situation est très différente, la plupart des

Patrick Champagne, Julien Duval,
Luc Evrard, Philippe Riutord

Le journaliste économique :
défenseur du système ou éducateur ?

journalistes économiques faisant moins œuvre de vulgarisation ou d'éducation : ils font davantage ce qu'on peut appeler de l'information de service pour les acteurs et les agents économiques. Il est intéressant de s'interroger sur cette transformation et par là de réfléchir sur ce que l'on appelle "l'information économique".

La mauvaise réputation

Philippe Riutord : Si on fait un bref historique de la manière dont on parle de l'économie dans les médias, c'est, dans un premier temps, la posture pédagogique qui prédomine. Dans les années 50-60, l'économie est considérée comme un sujet rébarbatif et peu susceptible de faire vendre du papier ou de susciter l'intérêt de l'auditeur ou du téléspectateur. L'information économique a été pendant très longtemps une simple information boursière. Jusque dans les années 50 on pouvait éventuellement parler du budget et de quelques autres problèmes, mais à condition de les relier à l'information politique.

Après la guerre, on peut parler de naissance d'une information économique qui ne soit pas une simple information financière. Le contexte de l'après-guerre est extrêmement important. Le climat suscité par la Résistance, les transformations de la presse, la naissance des sociétés de rédacteurs, marquent une distance forte envers le passé peu glorieux de la presse financière : on payait des journalistes, non pas pour écrire, mais pour ne pas donner les informations sur tel ou tel cours de bourse. De sorte que, dans les années 50, l'information financière a mauvaise réputation, y compris parmi les journalistes. Pour une bonne partie d'entre eux, les journalistes économiques et financiers ne sont pas véritablement des journalistes.

L'information économique va naître contre cette information financière de mauvaise réputation. Mais elle rencontre aussi un obstacle de taille. Les quelques tentatives pour lancer une presse économique beaucoup plus proche de ce

qu'on appellerait aujourd'hui la vie des entreprises rencontrent l'échec. Dans les années 50, le journal *L'Entreprise* est créé par Michel Drancourt, un journaliste lié au monde patronal qui n'avait pas une vision négative de l'entreprise. Mais, à l'époque, l'économie n'intéressait pas les patrons. Ce n'est pas du côté de l'entreprise que va venir la médiatisation. Tout au contraire, à partir des années 60 la médiatisation vient des pouvoirs publics avec des experts, des universitaires, des essayistes qui participent au lancement des premières rubriques économiques. Des gens comme Alfred Sauvy ou Jean Fourastié vont contribuer

à intéresser le public à l'économie. Dans les années 50-60, de jeunes hauts fonctionnaires, qui font carrière dans des lieux stratégiques, vont lancer l'idée que la France est dramatiquement en retard et qu'elle doit se convertir au management moderne. Ils sont

acquis au keynésianisme dans lequel ils voient un instrument pratique de légitimation de l'intervention de l'État. Se réclamer de Keynes c'est pour ces hauts fonctionnaires faire l'économie contre l'université qui s'en tient aux théories classiques selon lesquelles l'État n'a pas à intervenir dans les questions économiques. Les hauts fonctionnaires, au contraire, voient dans l'analyse keynésienne, une façon de légitimer leur travail. Mais ils ont besoin de nouveaux supports pour convaincre le grand public.

C'est ainsi que les pionniers du journalisme économique ont été généralement instruits par les hauts fonctionnaires modernisateurs. Ils entrent dans le journalisme avec un bagage économique simple, voire nul. La plupart reconnaissent s'être formés sur le tas. Ils sont donc dépendants des hauts fonctionnaires qui sont leurs principales sources d'information et qui, à l'époque, bénéficient du prestige de l'État. Les hauts fonctionnaires font la leçon aux journalistes, mais les journalistes ne souffrent pas de cette position puisque de manière générale, ils partagent la même cause. Ils veulent aussi purger le journalisme économique de son passé et contribuer, au sein de l'association des journalistes



Le journaliste économique :
défenseur du système ou éducateur ?

Patrick Champagne, Julien Duval,
Luc Evrard, Philippe Riutord

économiques et financiers, à l'élaboration de codes de bonne conduite. Ils mettent en place des stratégies pour se démarquer de l'information financière. Ils sont militants au sens où, pour eux, l'information économique ne se distingue ni de l'information politique, ni de l'information sociale. Ils viennent souvent à l'économie par des préoccupations non professionnelles, ils ont soit des préoccupations militantes sur le plan politique (anciens résistants pour les plus âgés, membres souvent de syndicats), soit des préoccupations religieuses, (ils viennent de mouvements de jeunesse catholique, influencés par des mouvements économistes comme "Economie et Humanisme"). Ils entrent en économie avec l'idée que l'économie peut résoudre les problèmes du moment. L'économie est la science de l'heure : tout n'est pas politique, tout est économique. L'information est macro économique : on ne parle quasiment jamais de l'entreprise (d'autant que les entrepreneurs ne font rien pour se mettre en avant), mais essentiellement de politique économique et sociale. Lorsque ces journalistes écrivent un ouvrage, ils le consacrent au logement social, aux fruits de la croissance, à la planification.

Leur credo est pédagogique. Il s'agit de convaincre le public que l'économie est une autre façon de faire de la politique. Thématique qui aura beaucoup d'importance au début de la Cinquième République où certains enjeux économiques apparaissent fortement sur le devant de la scène.

Presse et économie : le grand écart

Julien Duval : Ces vingt dernières années, les relations entre les médias et l'économie se sont modifiées. Le journalisme en France est l'héritier du journalisme d'opinion qui remonte à la Révolution française. Quand le capitalisme s'empare de la presse écrite au XIXe siècle, il se heurte à cette tradition. Tout un courant de pensée critique cette mainmise du capitalisme sur la presse, en dénonçant les informations financières falsifiées. L'idée que la presse et l'économie doivent être indépendantes apparaît au moment des scandales politico-financiers de la Troisième République, et devient l'idéologie officielle, aussi bien dans la profession journalistique que dans les ordonnances qui, à la Libération, mettent en place le cadre juridique de la presse.

La médiatisation de l'économie à la télévision a hérité, de

ces années-là, d'une télévision liée à l'État et peu à l'économie. Et aussi de la tradition qui tenait la presse à l'écart de l'économie. Dans les années 80 à 90, rupture par rapport à cette tradition et rapprochement entre l'économie et les médias. À la télévision, entrée des grands groupes, dorénavant liés à la télévision. Le financement par la publicité devient le mode de financement essentiel de la télévision.

Désormais, la télévision a des liens beaucoup plus étroits avec le monde économique que celle des années 50 et 60. Au cours des années 60-70, les hauts fonctionnaires qui militaient pour le développement de l'information économique reprochaient à la télévision de ne pas traiter suffisamment d'économie. Dans les années 80 à 90 on va se mettre à parler d'économie, ce qui était quasiment impensable dans les années 60-70.

Certaines chaînes font maintenant une large place à l'économie et les journalistes économiques y occupent des fonctions importantes. L'économie dans les années 80-90, est tournée, d'une part, vers la micro économie et les entreprises, et, d'autre part, vers la Bourse et les questions financières. Dans les années 60-70, on parlait d'économie de façon pédagogique avec le présupposé que les Français ne s'intéressaient pas à l'économie.

Deux évolutions me paraissent importantes pour démarquer les années 80-90 des décennies antérieures. La façon dont la télévision traite de l'économie est liée au changement politique : conversion des socialistes, au début des années 80 à l'économie de marché et montée en puissance du néolibéralisme. De la même manière, des phénomènes économiques expliquent la montée en puissance de la finance, ce n'est pas les médias qui les créent. Les médias parlent d'économie, ils se sont rapprochés de cet univers économique auparavant tenu pour dangereux. Mais, dès lors que des grands groupes sont présents dans les chaînes de télévision, il y a des choses qu'on ne pourra pas dire sur ces groupes. Et, comme la télévision est de plus en plus dépendante de la publicité, on ne va pas parler des gros annonceurs à la manière dont on en aurait parlé dans les années 60-70.

Les médias, très dépendants de l'économie, sont portés à participer de cet esprit qui anime la publicité et qui consiste à rendre les produits désirables. Ils diffusent, sur l'économie, un savoir pratique qui vise plus à informer les agents

Patrick Champagne, Julien Duval,
Luc Evrard, Philippe Riutord

Le journaliste économique :
défenseur du système ou éducateur ?

économiques qu'à parler aux gens du monde dans lequel ils vivent. Aujourd'hui, la façon dont on parle de l'économie dans les médias repose sur l'idée qu'il convient de diffuser un savoir pratique. Ça varie selon les publics des différents médias : on ne diffuse pas le même type de savoir économique pour un public de journalistes et dans les médias grand public, où l'on peut encore proposer un savoir plus politique sur l'économie.

Des journalistes qui ignorent les lois de l'économie

Luc Evrard : Une dimension a été sous-estimée : à la Libération, le Parti Communiste est la force politique dominante. Par conséquent l'économie est d'abord vécue comme le théâtre d'un affrontement de classes, et comme un instrument de l'oppression de l'homme par l'homme. Tout ce qui va venir en matière de pédagogie économique va essayer de battre en brèche cette vision manichéenne de la société. Ce n'est pas un hasard si les pionniers viennent, pour la plupart, du catholicisme social ou du réformisme syndical qui visaient à réconcilier le capital et le travail, ou de faire en sorte que les fruits de la croissance soient mieux partagés. Cinq colonnes à la Une représentait la préhistoire en la matière. On est face à des journalistes qui visiblement connaissent peu les lois de l'économie et qui disent : " Alors ils nous vendent ça comme le prix du beefsteak ". Or, dans cette France-là, les prix sont fixés par l'État, les lois du marché ne régissent pas, comme aujourd'hui, le fonctionnement de l'économie. Mais il y a une tentative, bien que maladroite, pour nous faire découvrir les lois du marché : Qu'est-ce qu'un prix ? Qu'est-ce qu'une marge ? Qu'est-ce qu'un bénéfice ? Expliquer des phénomènes compliqués suppose que l'on fasse de la pédagogie. Mais, quand on commence à faire de la pédagogie, on n'est jamais très loin de la caricature et du ridicule. Lorsque de Closet veut expliquer le chômage, il établit un lien tellement schématique entre les chômeurs et le pétrole qu'on peut en rire. Simplement, on a constaté que c'est à partir de la crise du pétrole que le chômage connaît une ascension fulgurante. Donc, il y a un fond de vérité et un souci tout à fait respectable, même si l'on s'expose à des revers sur le registre de l'humour. La gauche au pouvoir a largement contribué à cette ré-

conciliation. Je me souviens du retour de François Mitterrand de son voyage dans la Silicon Valley, où des ordinateurs étaient fabriqués par des jeunes gens pleins d'ambition. D'où la brusque fascination pour l'entreprise que l'on retrouve dans les médias. D'où aussi l'idée de fabriquer de passionnants programmes d'économie qui racontent des histoires conquérantes de jeunes gens qui ne se contentent pas d'attendre la retraite, mais qui montent des empires industriels. En matière d'audimat et de retombées publicitaires ça prend un intérêt que la radio et la télévision ne pouvaient pas négliger. Je suis dans le métier depuis vingt ans. J'ai eu l'occasion de côtoyer la méconnaissance totale et le préjugé défavorable qui faisaient que le journaliste économique était considéré soit comme un initié potentiel, soit comme celui qui s'occupait des matières les plus austères. L'actualité économique était traitée sous l'angle strictement boursier ou sous l'angle catastrophiste des conséquences sociales des restructurations économiques des années 70 et 80. Puis, on a compris qu'avec deux millions et demi de chômeurs, le virage de la rigueur, les finances publiques en état de déliquescence, il fallait un sursaut qui passait par la réhabilitation de l'esprit d'entreprise. Et là, on a sorti la grosse artillerie : le chômeur créateur d'entreprise, qui trouve une solution en même temps qu'il pose son problème ; Yves Montand se prend pour un prophète, il le faisait déjà en politique, il le fait en économie ; Bernard Tapie atteignant une espèce d'apogée dans la caricature en culpabilisant les Français. Et puis Jacques Calvet, qui, avec un cynisme qui me déconcerte, fait savoir aux Français que les règles de l'économie fonctionnent à leur détriment.

Aujourd'hui, qu'est-ce qui reste ? On constate qu'il n'y a jamais eu autant d'entreprises créées en France. Pour la première fois, dans les sondages, les Français ne rêvent plus de voir leurs enfants devenir fonctionnaires. Il y a des entrepreneurs, c'est plutôt bon signe pour la vitalité de l'économie, même si ça ne gomme pas tous les problèmes, le phénomène d'exclusion notamment.

Patrick Champagne : Au cours des années 90, on observe une certaine évolution du journalisme économique celui-ci devenant de plus en plus un journalisme de service. Cette transformation est assez générale et s'observe dans d'autres secteurs comme, par exemple, dans le secteur de

Le journaliste économique :
défenseur du système ou éducateur ?

Patrick Champagne, Julien Duval,
Luc Evrard, Philippe Riutord

l'éducation où l'on passe également, dans un journal généraliste comme Le Monde, d'une information sur le système d'enseignement à une enquête permettant de dresser "la liste des meilleurs lycées". Plus récemment, on trouve, dans ce journal, un supplément sur les meilleurs placements à faire, sur les meilleures SICAV, etc.

La bourse et le mur de Berlin

Luc Evrard : En 1989 le mur de Berlin s'effondre, fin de l'alternative, triomphe définitif du marché sur d'éventuels systèmes, ou une économie nationalisée. La Bourse de Paris, autrefois gérée par un nombre restreint d'agents de change, s'ouvre et tout le monde peut intervenir sur le marché et on oublie que la Bourse est un placement risqué. On le voit dans la chronique boursière qui dit : "Réjouissez-vous, vous voyez en direct les transactions qui sont en train de se faire", le marché apparaît, il entre dans les foyers, il est sur l'ordinateur, d'où le succès du trading on line qu'on prend parfois pour un casino. Grâce à la télévision numérique, on donnera accès, avec le décodeur personnel, à tous les marchés du monde, notre portefeuille évoluera en temps réel sur l'écran de télévision. Ce qui pourrait devenir le spectacle privilégié de l'information. La boucle est bouclée par rapport à toute l'évolution qu'on évoquait tout à l'heure, c'est une perspective qui est fascinante et vertigineuse. Moi, elle m'inquiète beaucoup.

Patrick Champagne : Les années 80 marquent un tournant. La pression de l'économie sur les médias est partout : il y a la publicité omniprésente, clandestine ou non, les coups de communication, la multiplication des publi-reportages, la logique de l'audimat et, par réaction, la dénonciation de l'omniprésence des intérêts économiques dans le journalisme. L'information économique est particulièrement affectée par cette entrée dans les médias des grands groupes économiques non spécialisés dans la presse qui ont donc leur propres intérêts à défendre. Est-ce que sous couvert d'information économique, on n'impose pas au public, en fait, une vision de l'économie, un certain système économique ?

Ne pas compromettre l'information



Luc Evrard : L'objectif des annonceurs est de faire en sorte que leur message publicitaire ne soit pas perçu comme de la promotion mais comme de l'information, ce qui ajoute à sa crédibilité. C'est ce qu'on voit dans le publi reportage, mélange des genres qui permet de faire passer pour de l'information ce qui n'est que de la promotion. On dit que Bouygues aurait acheté TF1 pour servir ses intérêts dans le BTP, ce qui n'est pas aberrant, mais qui peut être contesté. Aujourd'hui, la valeur du groupe Bouygues est plutôt dans TF1 et dans le téléphone que dans le bâtiment. Pour y avoir travaillé, je peux vous garantir que cette chaîne n'a pas été mise au service de la stratégie de Bouygues dans le bâtiment. À TF1, ils ont quand même eu conscience que leur image était en cause. Ils ont voulu se refaire une virginité. Si vous compromettez trop l'information, vous éloignez le public. Les gens ont la possibilité de vérifier ce que vous dites. Pour l'information financière stricte, il y a, aujourd'hui, six millions d'actionnaires, directs ou indirects, des gens qui sont concernés par la vie du marché. C'est un marché publicitaire mais aussi une cible importante pour un certain nombre de prestataires de service : les gestionnaires, les analystes, qui sont en permanence en mesure de produire des analyses sur l'entreprise et sur des choix d'investissement. Donc, la tentation de plus en plus forte, pour un certain nombre de groupes, est d'accaparer non seulement l'information, mais aussi la communication financière parce que ça leur donne un pouvoir très important.

Juste un chiffre, sur les enjeux, la communication financière en France représente un marché annuel d'un milliard de francs. L'information économique est de plus en plus un service, mais l'économie, en tant qu'elle produit de l'information,

Patrick Champagne, Julien Duval,
Luc Evrard, Philippe Riutord

Le journaliste économique :
défenseur du système ou éducateur ?

est un marché de grande importance. Celui qui arrive sur ce marché avec l'espoir de capter l'argent qu'on dépense chaque année pour faire connaître la vie des sociétés, a la certitude d'avoir un milliard de francs de recettes par an, c'est considérable.

Non seulement l'information économique est devenue un service, mais elle est un enjeu éditorial avec, pour un certain nombre d'industriels, la possibilité d'investir ce marché extrêmement lucratif et prometteur.

Des discours pervers ?

Intervention de la salle : Vous avez parlé de *Silicon Valley* et de [François] Mitterand à propos des jeunes gens qui attendaient autre chose que la retraite. Je suis syndicaliste et homme de gauche, mais vous, journaliste, vous devez dire où vous vous situez. J'ai l'impression que vous êtes plutôt favorable à l'économie libérale et que vous appartenez au courant de la pensée conforme classique. Je trouve ce genre de discours un peu pervers mais compréhensible quand on sait qui possède les journaux en France. Qui possède LCI ? Les journalistes informent et jouent avec l'opacité. *Cinq colonnes à la Une*, ce n'était pas idiot quand on se demandait comment se composent les prix ? ATTAC a recruté vingt-cinq mille adhérents en peu d'années parce que les gens ont envie de dépasser ce catéchisme, et des professeurs d'économie, des citoyens de base commencent à décortiquer les choses. Comment se composent les prix ? Qui encaisse la plus-value ? À partir du moment où dans certains pays il y a 10% de riches pour 90% de pauvres ou de gens moyens, ça pose quelques questions sur la réussite de l'économie libérale. Dites que défendez l'économie libérale, ce serait quand même plus honnête intellectuellement.

Luc Evrard : Je ne suis pas à un procès, je n'ai pas à me défendre. À propos de la France de 82-83, quand [François] Mitterand rentre de Californie, je voulais seulement décrire ce hiatus dans la prise de conscience de la gauche, entre un certain nombre de conquêtes sociales, et la conversion de la gauche aux valeurs du marché. Celle de [François] Mitterand a été spectaculaire. Il arrive au pouvoir en 1981 avec les cent-une propositions du programme commun : nationalisations, retraite à soixante ans, etc. et,

trois ans plus tard, il va en Californie et en revient converti à l'idée qu'il faut réconcilier la France avec les règles de l'économie de marché. Je décris la révolution culturelle de la gauche à ce moment-là, sans prendre parti. Je ne me sens pas militant de l'économie libérale.

Quelle information économique ?

Patrick Champagne : La question qui a été posée permet de pointer le fait que l'information économique peut être une information sur le système économique ou une information pour les agents économiques. Dans un cas, c'est une information critique et dans l'autre cas une information pour que ceux qui vivent du système économique dominant agissent au mieux de leurs intérêts. Le problème se pose de manière spécifique s'agissant des médias de grande diffusion. Si des informations critiques peuvent être publiées ici ou là dans des supports qui s'adressent à des publics particuliers, cela est plus compliqué dans les médias audiovisuels qui s'adressent potentiellement à tous, pour des raisons d'ailleurs économiques. C'est que l'économie est une discipline hautement politique qui est donc susceptible d'entrer dans la lutte politique.



Philippe Riutord : Dans certaines émissions l'on voit le chroniqueur donner les cours de la Bourse de façon relativement descriptive. Dans d'autres, par exemple, Thierry Ardisson demande à Jean-Pierre Gaillard pourquoi son capitalisme ne va pas bien. L'animateur associe le chroniqueur boursier à un défenseur du système, Le journaliste financier ne répond pas en se démarquant de cette vision-là, mais assume l'image de lui-même en disant que son capitalisme ne va pas si mal. Certains journalistes fi-

Le journaliste économique :
défenseur du système ou éducateur ?

Patrick Champagne, Julien Duval,
Luc Evrard, Philippe Riutord

nanciers peuvent se représenter eux-mêmes plus comme des défenseurs d'un système que comme des journalistes énonçant des faits.

Patrick Champagne : Est-ce qu'il n'y a pas une forme de pédagogie qui frôle la propagande implicite ? Dans le cas de la pédagogie du prix du beefsteak c'est pour essayer de faire comprendre les problèmes mais la pédagogie de la Bourse c'est pour dire : "Regardez comme c'est facile, venez jouer vous aussi". Dans les grands médias, la critique est difficile à faire passer, tout est sur le registre de la promotion. Est-ce que ça ne se retrouve pas dans le journalisme économique ? L'information n'est-elle pas une sorte de promotion qui ne tient pas seulement au journaliste, mais aussi au produit attendu par ceux qui regardent.

Luc Evrard : Le journaliste ne peut pas faire abstraction de la société dans laquelle il vit. La compréhension des phénomènes économiques est telle qu'on peut imaginer qu'une société peut avoir à traverser des phases de restructuration et des suppressions d'emploi pour se recentrer sur un certain nombre de métiers où les perspectives de développement sont plus importantes. Pour peu que ces restructurations soient traitées de manière socialement acceptables. On ne peut pas considérer qu'il y a là éloge du capitalisme, on se fonde sur l'état de compréhension de l'opinion publique, sur un certain nombre de phénomènes économiques, et sur le fait que la vie des entreprises est faite de ce genre de mouvement.

Intervention de la salle : Dans le journalisme économique, on a l'impression que l'inspiration est partout la même, plutôt libérale. Vous donnez des informations sur des positions critiques, mais ces positions-là sont toujours présentées comme opposées à un point de vue généralement admis : il est normal de considérer qu'il faut 8% de chômage, que l'on ne pourra pas descendre au-dessous de 7 à 8%, plutôt ça que trop d'inflation, il ne faut pas un déficit budgétaire trop important, pas trop de prélèvements obligatoires, etc. Il y a un consensus dans l'ensemble de la presse économique.

Que pèse un journaliste économique dans une rédaction ?

Luc Evrard : J'aimerais qu'un certain nombre de rédactions soient plus vivantes, je regrette que le débat ait tendance à s'estomper. Il y a vingt ans, les lignes de fracture étaient plus prononcées. On est maintenant dans un consensus mou et parfois ennuyeux, peut-être même inquiétant. Quant aux critiques sur le fonctionnement du système, on ne peut pas, nous, décider que le point de vue dominant est celui qui, aujourd'hui, formule ces critiques et que le reste aurait à se déterminer par rapport à ce point de vue qui reste minoritaire. Quand vous faites de l'information et pas de la théorie, vous êtes obligé de partir de ce qui est, pas de ce qui pourrait être.

Patrick Champagne : Sur la nouvelle économie, il y a eu une multiplication des reportages dithyrambiques sur ces jeunes gens qui gagnaient des millions. Deuxième question : quand vous avez commencé à couvrir l'économie, vous étiez peu considéré, aujourd'hui les journalistes économiques sont devenus puissants. Ce qu'on attendrait, c'est d'autres journalistes pas puissants, qui seraient en train de secouer le cocotier.

Luc Evrard : Le poids des journalistes économiques dans les rédactions est lié au fait que l'on considère maintenant que l'économie compte dans la société, en relation avec l'influence relativement moindre de la politique.

Pour ce qui est de la nouvelle économie, on a assisté à l'apothéose de l'évolution qui précède. D'un seul coup, à la faveur d'une révolution technologique, les journalistes mais d'abord les investisseurs ont été victimes d'un mirage collectif. Cette révolution technologique va aller tellement vite qu'on peut faire les anticipations les plus folles et, en matière d'investissement, s'affranchir des règles et des ratios qu'on applique habituellement aux autres entreprises.

Ce qui me paraît sain, c'est que la bulle s'est vite dégonflée alors que, précédemment, les corrections mettaient beaucoup plus de temps à se produire. L'information s'est mise à circuler de manière à calmer tout le monde avant que ce soit grave. On aurait pu en effet en parler un peu plus longuement comme le quatrième temps, celui où finalement une forme de consensus autour de l'entreprise s'est créé de manière tellement monolithique que nous sommes est victimes d'hallucinations collectives.