



HAL
open science

Concilier contraintes économiques et indépendance : un journalisme à la frontière de la profession

Elise Ho-Pun-Cheung

► To cite this version:

Elise Ho-Pun-Cheung. Concilier contraintes économiques et indépendance : un journalisme à la frontière de la profession. *Politiques de communication*, 2021, Un journalisme de “ qualité ” ? Hiérarchisations et classements des actualités, 6 (16), pp.85-113. 10.3917/pdc.016.0085 . hal-03566489

HAL Id: hal-03566489

<https://hal.science/hal-03566489v1>

Submitted on 7 Apr 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

(Version de septembre 2020. Ce document diffère légèrement de l'article publié)

Concilier contraintes économiques et indépendance : un journalisme à la frontière de la profession

Elise Ho-Pun-Cheung – Mésopolhis (UMR 7064), Sciences Po Aix – elise.hpc@gmail.com

Résumé : Si les contours des nouveaux modèles économiques des entreprises de presse sont largement abordés par la littérature scientifique, les conséquences différenciées de ces rationalités économiques au sein d'une même rédaction sont peu étudiées. A partir d'une enquête sur la séquence « *Cities* » du journal *Le Monde*, financée par des partenariats avec des entreprises privées, cet article se propose d'envisager les conséquences concrètes de la mise en œuvre de nouveaux dispositifs de financement de la presse sur le travail journalistique. Son principal apport est d'éclairer une tension entre la production de hiérarchies symboliques au sein de l'organisation et des stratégies d'affirmation, par des journalistes relativement marginalisés, d'une appartenance à un collectif professionnel, fondées sur la revendication de savoirs et savoir-faire communs.

Mots-clés : Frontières professionnelles, Hiérarchisation, Indépendance journalistique, Urbain, Sociologie des champs

Concilier contraintes économiques et indépendance : un journalisme à la frontière de la profession

En juin 2020, le journal *Le Monde* décerne pour la cinquième année consécutive ses « prix de l'innovation urbaine ». Le jury, composé de dix journalistes de la rédaction et présidé par le directeur du journal, récompense à cette occasion cinq projets¹ parmi les soixante-et-un soumis par un comité de sélection. Celui-ci regroupe vingt-neuf personnes : élus, chercheurs, architectes, urbanistes, représentants du monde associatif, d'entreprises, de think tank et de fondations. Cette année, l'association française La Voûte nubienne, qui promeut au Burkina-Faso des constructions écologiques et économiques inspirées d'un savoir-faire architectural dont les premières traces remontent à la Nubie antique, se voit remettre, en sus du prix « habitat », un « grand prix » doté à hauteur de vingt-mille euros grâce aux financements de partenaires économiques privés. Depuis leur création en 2015, ces prix sont par ailleurs adossés à une activité événementielle, comprenant deux à quatre conférences par an. Ce tandem est géré par la séquence *Le Monde* « *Cities* »², qui dispose de sa propre rubrique sur le site internet du journal et publie annuellement deux à trois suppléments papier de huit pages. Celle-ci repose strictement sur les financements privés de grands groupes³, négociés par la régie publicitaire avec l'appui du rédacteur en chef chargé de la diversification éditoriale.

Le dispositif pourrait sembler anecdotique, ne réunissant qu'une équipe très fluctuante de trois à cinq journalistes au milieu d'une rédaction de près de cinq cents personnes. Il est cependant révélateur d'une progression des « rationalités économiques » au sein du champ journalistique, dont la régie publicitaire, le service événementiel⁴, ou encore le poste de responsable de la diversification éditoriale sont les intermédiaires les plus évidents (Ferron et al., 2018). En plus de s'inscrire dans une tendance générale à la mise en compétition des projets et territoires urbains, dont atteste le développement de labels, classements et autres prix publics et privés (Béal, Epstein et Pinson, 2015 ; Epstein et Maisetti, 2016), ce cas est un des nombreux avatars de la diversification croissance des sources de financement des médias de presse.

Face à la chute des ventes des éditions papiers et à la forte baisse de leurs revenus publicitaires, particulièrement à partir des années 2000 (Ouakrat, Beuscart et Mellet, 2010), les entreprises de presse sont depuis une quinzaine d'années à la recherche de nouveaux revenus. Dans un espace fortement concurrentiel, particulièrement en raison de l'arrivée de nouveaux entrants sur le marché de l'actualité, notamment en ligne, la captation de ressources économiques conditionne la survie y compris de médias bien installés dans le champ journalistique. En parallèle du développement d'une présence en ligne, induisant de nouvelles modalités de production de valeur (Sonnac et Gabszewicz, 2013), et d'une mutation de son activité publicitaire, *Le Monde*, finance ainsi, à travers des partenariats, un ensemble d'événements. C'est dans ce mouvement de diversification que s'inscrit « *Cities* ».

Si les nouveaux modèles économiques de la presse ont été largement étudiés, ces travaux concernent principalement les journaux en ligne. Dans une perspective économique, Baye et Morgan (2000) ont par exemple été parmi les premiers à s'intéresser aux arbitrages stratégiques entre modèles gratuits et payants, qui reposent respectivement sur la vente d'encarts publicitaires ou d'abonnements. Toujours avec un intérêt pour l'économie de la presse mais privilégiant une approche plus sociologique à partir d'un terrain français, Ouakrat, Beuscart et Mellet (2010) se sont

¹ Répartis en autant de catégories : habitat, énergie, mobilité, participation citoyenne, urbanisme.

² Appelé « *Smart Cities* » jusqu'en 2017.

³ Parmi lesquels Saint-Gobain, Keolis, Citeo ou encore Enedis. De façon ponctuelle, un think tank contribue également.

⁴ Structurellement rattaché à la régie du groupe, M Publicité.

quant à eux penchés sur le travail de valorisation des sites d'information par les régies publicitaires, dans un contexte d'ajustement du marché de la publicité en ligne, au sein duquel elles proposent les tarifs les plus élevés. Dans la lignée de cette littérature, il serait notamment intéressant de compléter cet article par un travail sur les négociations partenariales qui entourent « *Cities* ». En considérant les structures sociales, les pratiques collectives, les représentations qui encadrent le travail de production de l'information, plaçant ainsi l'étude du journalisme dans une sociologie plus générale (Ferron et al., 2018), un ensemble d'auteurs participe par ailleurs à démontrer l'hétérogénéité du champ journalistique contemporain. La part exponentielle de médias alternatifs, de « *pure players* » ou encore de « journalistes citoyens », qui s'inscrivent dans un mouvement global de développement des outils numériques, interroge directement la structuration de l'espace de production de biens symboliques et invite également à re-questionner les frontières de ce qui constitue un « journalisme professionnel » (Canu et Datchary, 2010). Si ces différents acteurs se distinguent en partie des médias « classiques » par des relations moins marquées par une « double dépendance » (Champagne, 2006) avec des professionnels de la politique en recherche d'exposition médiatique, ils ne forment pour autant pas un assemblage lisse de catégories elles-mêmes homogènes. Benjamin Ferron (2016) montre par exemple que les « médias alternatifs » constituent un mouvement empreint de critique à l'égard des médias dominants mais marqué par des clivages forts, de jeunes journalistes militants étant notamment plus attachés que la génération les ayant précédés à la professionnalisation de leurs activités. Transposée au cas d'un média dominant, l'hypothèse générationnelle mériterait également d'être travaillée pour compléter l'étude des dynamiques concurrentielles au sein d'une rédaction. Des travaux tendent donc à envisager les enjeux et conditions de luttes entre plusieurs catégories parfois floues. Mais les concurrences professionnelles qui sont produites ou altérées par de nouveaux modèles économiques au sein d'une même organisation médiatique restent, au-delà de quelques mentions⁵, un relatif impensé de la littérature.

Cet article se propose d'étudier l'évolution des conditions de production de biens journalistiques au regard d'un dispositif relativement nouveau de financement de la presse, par lequel des acteurs économiques privés soutiennent directement la tenue d'espaces d'échanges et de dispositifs de reconnaissance de « bonnes pratiques » qui permettent d'alimenter du contenu éditorial. En analysant un collectif précis, je me propose donc d'envisager les répercussions au concret, au sein d'un média « dominant », de l'évolution tendancielle du rapport entre champs économique et journalistique. Comment l'opérationnalisation de rationalités économiques participe à la fixation de frontières, au sein d'une organisation, entre ce qui relève ou non du travail journalistique ? En quoi un nouveau mécanisme de financement participe à alimenter des luttes de légitimité autour de ce qui constitue un « bon » journalisme ? De quelle façon des journalistes concilient proximité grandissante avec le champ économique et principe d'indépendance à l'égard de celui-ci, constitutif de leur identité professionnelle (Rieffel, 1992) ?

Pour répondre à ces interrogations je m'appuie sur un matériel empirique récolté dans le cadre d'un travail doctoral. L'enquête repose sur des entretiens semi-directifs avec des journalistes, des chargés de projets ou encore des responsables partenariaux ayant directement participé à la réalisation des différents projets composant « *Cities* », ainsi qu'avec des individus qui ont collaboré avec le journal, en tant que membre du jury, du comité de sélection, qu'intervenant lors d'une conférence, ou encore comme partenaire financier. Au total, trente-et-un entretiens ont été menés auprès de vingt-six enquêtés, de décembre 2017 à octobre 2019. J'ai également assisté, sur cette même période, à cinq événements thématiques organisés à Paris et une fois à Singapour, en marge de la sixième

⁵ On pense par exemple au travail de Julie Sedel (2004) sur les transformations internes produites par « la nouvelle formule du *Monde* » dans la deuxième moitié des années 1990.

édition du World Cities Summit 2018⁶. Ces observations ont été l'occasion de quelques échanges informels, notamment avec des lauréats des prix 2018 et 2019. En plus de recueillir systématiquement les programmes des événements auxquels je n'ai pas assisté sur la période, j'ai également eu accès à plusieurs documents internes : les grilles d'évaluation de certains membres du jury de la troisième édition, les critères d'évaluation de la quatrième édition, les notes préparatoires aux conférences de certains journalistes, les programmes des visites organisées pour les lauréats et membres du jury en marges des remises de prix.

**« CITIES » EN BREF
(données d'octobre 2019)**

Création de la séquence : novembre 2015

Partenaires des prix (édition 2019) : La Poste, Saint-Gobain, Enedis, Citeo

Dotation du « grand prix » : 20 000€

Journalistes directement impliqués depuis 2015 : 10

Articles tagués dans la rubrique en ligne : >400

Evènements organisés : 15

Après avoir explicité l'impact de nouvelles logiques commerciales au sein d'une rédaction en pratique hétérogène, je reviendrai sur les stratégies d'affirmation d'une identité professionnelle par des journalistes relativement marginalisés en interne mais revendiquant une appartenance au collectif. Je défendrai ainsi l'idée que la définition de la « qualité » de la production de biens journalistiques est fluctuante au sein d'un même organisme de presse, dans lequel sont produites des hiérarchies informelles de la valeur du travail journalistique, cependant partiellement gommées, vue de l'extérieur, par une façade de cohérence organisationnelle.

DE NOUVELLES CONFIGURATIONS À LA FRONTIÈRE DU CHAMP JOURNALISTIQUE

La mise en place de partenariats entre des entreprises privés et *Le Monde* est encadrée par une charte et une répartition stricte entre fonctions commerciales et éditoriales, de sorte à assurer les conditions de possibilité d'une production journalistique sur laquelle ne s'exercerait pas de pression de la part des financeurs. Malgré ce dispositif juridique, « *Cities* » pose le cadre de relations de proximité entre des acteurs provenant de différents champs⁷. Les prix et les événements participent ainsi à l'évolution du travail de quelques journalistes, dont l'animation de ces « lieux neutres » (Bourdieu et Boltanski, 1976), espaces de définition de sens commun mais aussi de recueil de matière pour des articles ultérieurs, prend une place croissante dans le quotidien.

La rencontre du commercial et de l'éditorial

Fortement associées à d'autres thématiques, telles que l'exclusion sociale ou encore le développement durable, au milieu des années 2010 les questions urbaines ne constituent pas une

⁶ Le World Cities Summit, organisé tous les deux ans à Singapour, est l'un des plus grands rassemblements au monde, portant sur les questions urbaines, de représentants de gouvernements locaux, d'entreprises et d'ONG/fondations. Du 8 au 12 juillet 2018, vingt-cinq événements sont organisés en parallèle du programme officiel, dont la clôture de la troisième édition des prix de l'innovation urbaine du *Monde*.

⁷ Le dispositif donne ainsi corps à un champ faible de la fabrique urbaine, c'est-à-dire un espace social à la fois identifiable et dépendant des champs d'origines des acteurs qui le constituent. Sur la notion de champ faible, voir notamment le travail d'Antoine Vauchez (2013) sur la constitution d'un champ juridique européen.

entrée en tant que telle du journal⁸. En amont de la création de « *Cities* », en 2015, elles sont disséminées entre plusieurs rubriques. Des journalistes publient des papiers traitant de l'actualité et des grands enjeux urbains sous les labels « Economie », « Planète », « Politique » ou encore « Société », des catégories qui existent dans les versions papier et en ligne du *Monde*. Si ceux-là conservent dans l'ensemble leur affiliation et restent à l'écart de la nouvelle séquence, « *Cities* » est présenté, par le journaliste qui a proposé l'idée en premier lieu, un collaborateur indépendant mais de longue date du journal, comme une opportunité de saisir la ville « comme un sujet en soi » et « de dire que la ville est un lieu essentiel d'innovation »⁹. Il s'agirait ainsi d'autonomiser une thématique en y associant une équipe dédiée, dotée d'un budget et réunie sous une ligne éditoriale claire. Cette équipe a évolué en quatre ans au gré des quelques contrats courts, de six mois ou un an, de journalistes venant ponctuellement compléter une base de deux/trois « permanents » (l'absence de contractualisation de l'un de ces derniers le laissant un peu à part, malgré son investissement régulier et sur le long terme). Parmi les dix personnes passées par « *Cities* » on observe une rupture assez nette entre d'un côté des professionnels en deuxième moitié voire fin de carrière qui effectuent une mobilité interne choisie et projettent peu d'attentes sur la séquence en termes de rétributions individuelles, et de l'autre de jeunes journalistes pour lesquelles celle-ci représente une porte d'entrée dans un média dominant, qui comptent valoriser cette expérience ailleurs dans le champ médiatique si elle ne permet pas un passage, en interne, vers d'autres rubriques. Le tableau ci-dessous récapitule succinctement la composition de l'équipe.

Tableau. Trajectoires professionnelles des membres de l'équipe éditoriale « *Cities* » (novembre 2015 - octobre 2019)

Titre professionnel au moment de la participation à « <i>Cities</i> »	Âge	Dates de participation à la séquence	Activités parallèles au sein du <i>Monde</i>	Avant « <i>Cities</i> » (si <i>Le Monde</i> , précision éventuelle de la séquence)	Après « <i>Cities</i> » (si <i>Le Monde</i> , précision de la séquence)
Rédacteur en chef en charge du développement éditorial	+/-60	Novembre 2015 - été 2017		<i>Le Monde</i>	<i>France Info</i>
Rédacteur en chef en charge du développement éditorial	+/-50	Eté 2017 - ...	En charge du développement éditorial de « campus »	<i>Le Monde</i> (campus)	
Journaliste (indépendant)	+/-75	Novembre 2015 - ...		Journaliste indépendant (dont collaboration avec <i>Le Monde</i> via un blog) / consultant	
Journaliste	+/-65	Novembre 2015 - mi 2017	Coordination éditoriale d'un supplément « Campus »	<i>Le Monde</i> (Campus/International)	/ (retraite)
Journaliste	+/-45	Novembre 2015 - ...	Coordination éditoriale du <i>Monde Festival</i>	<i>Le Monde</i> (Festival)	

⁸ Cette relative marginalisation, accentuée par le caractère diffus de la thématique urbaine et sa proximité avec un ensemble de problèmes sociaux plus clairement définis, n'est pas sans rappeler la trajectoire médiatique du problème de la qualité de l'air intérieur (Crespin et Ferron, 2016).

⁹ Journaliste indépendant, entretien le 10/12/2018.

Journaliste	+/-50	Fin 2016 - ...		<i>Le Monde</i> (Planète)	
Journaliste	+/-30	Mi 2017 - mi 2018	Participation à la séquence « Campus »	Journaliste indépendante	<i>Le Monde</i> (Campus)
Journaliste	+/-30	Mars 2018-mars 2019	Aide à l'organisation du Monde Festival	<i>Têtu</i>	<i>France Inter</i>
Journaliste	+/-30	Janvier 2018 - mi 2019	Participation à la séquence « Campus »	<i>Acteurs publics</i>	<i>Le Monde</i> (Campus)
Journaliste	+/-30	Septembre 2019 - ...	Participation à la séquence « Campus »	Journaliste indépendante	

Dans un contexte de recherche de nouveaux revenus, l'idée d'une couverture éditoriale de la thématique urbaine, proposée au rédacteur en chef alors chargé de la diversification éditoriale, est d'abord saisie comme une opportunité commerciale. Prix et conférences sont ainsi pensés, en collaboration avec la régie publicitaire et le service événementiel, dans le cadre d'une stratégie économique, comme une opportunité de « faire rayonner la marque ». Plusieurs journalistes rappellent ainsi que l'existence même de « *Cities* » est conditionnée, avant sa pertinence éditoriale, par des partenariats financiers. L'un d'eux insiste sur le fait que la question des potentiels publics était au moment de la création moins importante que celle de son impact sur la trésorerie du journal :

« L'objectif c'est de gagner de l'argent. En gros, il est très clair depuis très longtemps, pour moi depuis très longtemps et pour d'autres gens depuis moins longtemps, qu'étant donné que les médias traditionnels ne gagnent plus beaucoup d'argent par la publication... En gros il y a moins de publicité sur le papier et la circulation sur le papier se réduit. Donc on passe sur le web où la publicité augmente, mais les bénéfices en termes d'argent sont moindres parce que c'est beaucoup plus diffus. Alors comment on fait pour continuer à gagner de l'argent ? On organise des événements, et les événements... Comme c'est le cas pour nous, ces événements on les finance avec la participation de partenaires. [...] L'objectif n'est pas d'augmenter le lectorat du journal. Un peu. Mais il est de trouver des sources alternatives aux sources traditionnelles de financement du journal. »¹⁰

Un collègue, qui rejoint l'équipe plus de deux ans après pour quelques mois seulement, tire un constat semblable en suggérant que « *Cities* » est moins un projet éditorial qu'un prétexte pour saisir une opportunité économique :

« "Cities" c'est à part. Ça dépend de ses partenariats et de ses conférences. Donc en gros on peut dire que "Planète", "Société", "Politique", ils existent dans le journal, ils ont une rubrique dans le papier. Nous on n'a pas une rubrique dans le papier. On a une rubrique sur le site et on existe que parce qu'il y a des événements, des conférences. On existe que pour ça. Si y'avait pas de conférences et l'argent qui va avec, y'aurait pas de rubrique "Cities". »¹¹

Rétrospectivement, les premiers porteurs du projet mettent cependant en avant l'intérêt intellectuel de mobiliser, dans le cadre et en parallèle de ces prix et conférences, un ensemble d'acteurs,

¹⁰ Journaliste indépendant, entretien le 10/12/2018.

¹¹ *Le Monde*, journaliste, entretien le 12/12/2018.

provenant largement du secteur privé, susceptibles de penser les grandes évolutions urbaines. L'un d'eux revient sur ce qu'il estime comme étant les motivations à l'origine de « *Cities* » :

*« [...] en plus de couvrir le sujet des villes on va mobiliser un certain nombre de personnes ressources qui disent des trucs intéressants sur le sujet. Et puis on va faire des déjeuners aussi avec des gens de nos partenaires qui réfléchissent à la transformation urbaine. C'est-à-dire qu'ils ne prennent pas simplement un ticket pour se payer un truc qui va faire de la pub à leur marque mais ils viennent nous aider à éclairer, avec leurs compétences, la transformation urbaine. »*¹²

Prolongés de façon informelle en dehors des scènes accessibles au grand public, lors de rencontres avec les partenaires, de réunions et de déjeuners de travail entre membres du jury, de visites organisées en amont des remises des prix, à Paris, Lyon et Singapour, des espaces d'échange sont constitués à l'interstice des champs journalistique, économique, universitaire ou encore philanthropique. S'ils sont rendus possibles par quelques financeurs privés, ces prix n'en sont pas strictement l'apanage. Ils regroupent un ensemble composite d'acteurs de l'urbain, comptant tant des habitués que des intervenants plus ponctuels. Un événement de novembre 2018, organisé en partenariat avec un think tank de prospective urbaine, sur le thème des mobilités du quotidien, réuni par exemple à la tribune une représentante du think tank, par ailleurs membre du comité de nomination des prix, quatre chercheurs en sciences humaines et sociales, deux élus, deux agents de collectivités territoriales, neuf cadres d'entreprises privées allant de la start-up au grand groupe, un journaliste extérieur à « *Cities* » – étant entendu que certains d'entre eux ont occupé ou cumulent des positions dans différents espaces professionnels, attestant d'une capacité à se déplacer fortement associée au champ du pouvoir (Boltanski, 1973). Malgré des trajectoires professionnelles hétérogènes, tous ont en commun la reconnaissance dans leur champ d'origine de la maîtrise de savoirs et/ou de savoir-faire, première condition d'accès à ces scènes et coulisses de l'expertise. La valorisation par un média généraliste historiquement associé à une certaine élite (Champagne, 2000) tend alors à conforter en retour des positions relativement dominantes, suivant les logiques structurantes du marché international de l'expertise (Dezalay, 2004).

Arrivée dans l'équipe environ un an après sa création, en provenance d'un autre service¹³, une journaliste souligne la dimension d'abord stratégique du dispositif, tout en leur reconnaissant un certain intérêt à cet entre-soi au sein duquel sont valorisées des connaissances théoriques et « du terrain » et qui assure un lectorat assidu :

*« Moi j'ai pas été à l'origine du lancement des prix... Mais... Je pense que ça fait partie de la stratégie du développement éditorial à laquelle ils ont opté. Et qu'à la rigueur ça donne une dynamique, voilà. Et... L'idée étant, voilà, de fédérer, d'avoir un autre levier pour fédérer cette communauté, que les gens s'intéressent à ce qu'on publie, ce qu'on propose et autre. Voilà. Après moi je pense que c'est vraiment un choix stratégique. »*¹⁴

Imposés au nom de logiques de rentabilité mais appropriés comme possibles outils de réflexion et de diffusion d'idées par les professionnels de l'information qui les animent, au concret, les prix et événements conjuguent aux intérêts économiques de la direction les ambitions d'émulation intellectuelle des journalistes impliqués sur le projet.

Plus que finalité, ils tendent ainsi à être saisis pour la consolidation progressive d'un espace de réflexion autour de la « ville de demain », dans lesquels une poignée de ses professionnels formaliseraient un sens commun (Nay et Smith, 2002) et participeraient à fixer de grands enjeux urbains relativement indépendamment d'une distinction « public »/« privé ». En cela, ils s'inscrivent dans une dynamique générale d'accroissement de la porosité de frontières symboliques

¹² Ex-*Le Monde*, journaliste, entretien le 13/02/2019.

¹³ Le terme de « séquence » a remplacé celui de « service » en 1995 mais les deux sont encore utilisés par les enquêtés.

¹⁴ *Le Monde*, journaliste, entretien le 06/02/2019.

et de la revendication, par un « privé » bien installé dans le champ du pouvoir, d'une capacité à penser l'intérêt général (Gervais, 2006 ; France et Vauchez, 2017). Ils constituent ainsi des « lieux neutres », au sens où ils regroupent un ensemble d'acteurs occupant des positions variées dans l'espace social et mobilisés autour d'une problématique commune, l'innovation urbaine, qui participent ainsi à brasser des idées en circulation entre leurs différents champs d'origine. Il serait dès lors possible de suivre les déplacements exacts des idées discutées dans ces espaces, ce qui supposerait cependant une attention poussée pour les trajectoires des écrits qui en proviennent (Hauchecorne, 2010) et pour leurs « réseaux de consolidation interprétatifs » (Gayon, 2017), quand on s'en tient ici à interroger ce que disent ces espaces de l'organisation qui en assure la possibilité.

Au cœur du flou journalistique

Si les journalistes n'écrivent pas pour le compte des partenaires financiers du journal¹⁵, ne répondant pas à une commande et s'abstenant par ailleurs de contacts en dehors du cadre des prix et des conférences qui y sont associées, l'existence de ces derniers impacte leur travail au quotidien, ce qui questionne directement les limites de la profession.

Prenant le contrepied d'une approche fonctionnaliste qui tend à les considérer comme des communautés homogènes, la sociologie des professions invite à penser celles-ci en termes de processus, à envisager leurs évolutions au gré de constantes négociations (Strauss, 1991). Être journaliste n'est ainsi pas réductible à un ensemble de critères objectifs, au fait d'avoir suivi une formation reconnue par les pairs, d'être payé pour son travail ou encore de détenir une carte de presse, quoique celle-ci a une fonction symbolique, mais cela constitue une identité floue, qui a largement évolué depuis la fin du XIX^{ème} siècle (Aldridge et Evetts, 2004). Elle continue d'être questionnée, notamment par l'arrivée de nouveaux acteurs particulièrement présents en ligne (La Cam, 2006), y compris à l'échelle locale (Amiel, 2019). Malgré « la fondamentale indéfinition de ses accès, de ses missions et de ses pratiques » (Ruellan, 1992, p. 37) le groupe des journalistes fonde en partie son identité collective sur la production d'information, bien que la question des techniques à privilégier dans cet exercice fait toujours débat. En fonction du calendrier événementiel, cette activité d'identification d'un sujet, de recueil de sources, d'analyse puis d'écriture, prend une place relativement marginale pour les journalistes de « *Cities* ». Dans la majorité des entretiens, parfois également lors d'échanges plus informels, ils font ainsi mention du temps jugé très voire trop important passé à l'organisation des prix et événements au détriment de la production de contenu, les faisant remettre en question la part réelle de journalisme dans leur travail. Confiant sa déception, face à son manque de temps mais également de soutien, de la part de la rédaction en chef, pour se lancer dans des reportages, l'une d'eux partage par exemple ses interrogations quant à l'évolution de sa carrière et considère la possibilité de demander une mobilité interne – ce qui serait envisageable en raison de la stabilité de sa situation, étant employée dans le journal depuis une vingtaine d'années.

D'un point de vue strictement quantitatif, l'activité éditoriale de la rubrique est relativement peu soutenue. De mai à décembre 2018, cent quatre-vingt articles y sont répertoriés. Seuls quarante-neuf, soit 26%, sont cependant exclusivement publiés dans « *Cities* », les autres ayant été « tagués » à partir d'autres rubriques, principalement « Economie » (42% du total des articles) et dans une moindre mesure « Argent et placement » (6,5%), « Idées » (5%) et « Planète » (4%). Une partie de l'activité des journalistes consiste en effet à repérer, tous les matins, les papiers publiés dans d'autres rubriques pour les étiqueter dans « *Cities* » et ainsi synthétiser en un espace le traitement des sujets urbains. « C'est pas astronomique, mais faut s'y coller », à tour de rôle, de sorte à ne pas passer à côté de « tout ce qui peut intéresser la ville », explique ainsi une membre de l'équipe. Mais la

¹⁵ La charte d'éthique et de déontologie du groupe Le Monde, entrée en vigueur le 2 novembre 2010, stipule ainsi que « Les annonceurs n'ont aucun droit de relecture et d'intervention sur les contenus, y compris dans les suppléments et numéros spéciaux qu'ils auraient contribué à financer. »

nécessité de cette veille interne atteste de la relative imperméabilité des services, entre lesquels le peu d'échanges entraîne une charge de travail supplémentaire.

Quant aux articles rédigés dans le cadre de « *Cities* », une majorité valorise des initiatives locales répondant supposément à des problèmes sociétaux, à commencer par les projets lauréats des prix de l'innovation urbaine, dont l'une des récompenses est la publication d'un papier dans le journal en ligne. « *Cities* » s'inscrit en cela dans la mouvance du développement d'un « journalisme de solution », ou « journalisme constructif », liant non sans ambiguïté discours sur la « qualité » d'une presse plus impliquée sur le territoire et rapprochement des services de vente et marketing des rédactions (Amiel, 2017). La mise en avant de ces « bonnes pratiques » ne constitue pas une stratégie rationalisée dans le long terme, comme cela peut l'être dans certains médias locaux. Elle est cependant symptomatique de l'impact des activités extra-éditoriales sur la production de biens journalistiques à la fois peu nombreux faute de temps et reposant de plus en plus largement sur le recueil de sources au sein d'un espace dans lequel une poignée d'experts détermine les projets qui valent ou non d'être reconnus à la fois par un média dominant et dans le champ de la fabrique urbaine. En d'autres termes, le champ économique n'exerce pas une pression directe sur les producteurs de l'information mais conditionne l'existence d'un espace intermédiaire dans lequel sont valorisés des savoirs, des savoir-faire, des projets, et au sein duquel peu de place est laissée à la critique, dont une des formes consisterait à formuler un jugement sur cet espace et/ou les acteurs qui s'en saisissent (Rambaud, 2017). Et lorsque celle-ci est exprimée sur scène, elle est particulièrement mal reçue. Lors d'une conférence, une sociologue, connue pour ses positions politiques revendiquées d'extrême gauche, évoque la culpabilité du secteur financier dans l'accroissement des inégalités à Paris, résultant en une ségrégation spatiale objectivant des luttes de classe. Lorsque qu'un urbaniste, professeur dans un établissement d'enseignement supérieur parisien, intervenant à la suite dans une table-ronde, lui répond indirectement en la considérant comme une « idéologue coincée dans une lecture sociologique dépassée », il est vivement applaudi par une partie de la salle. Dans un événement ayant lieu quelques mois plus tard, un politiste regrette quant à lui d'avoir été invité à présenter un répertoire imagé de grands projets urbains plutôt qu'à participer à une table ronde, lors de laquelle il estime qu'il aurait pu apporter un éclairage divergeant de celui des acteurs, principalement issus du champ économique ou entretenant des proximités directes avec ce dernier, qui se trouvaient sur scène. Dans l'ensemble, cet espace social cherche à concilier intérêts économiques associés à la sphère « privée » et intérêt général associé au « public », en promouvant des solutions « qui marchent » plutôt qu'en discutant exclusivement des enjeux théoriques du développement urbain et se saisissant d'une rhétorique de la « co-construction » omniprésente dans le champ de la fabrique urbaine (Zaza, 2016).

En pratique, l'indétermination des contours de « *Cities* », qui n'est à la fois ni un strict dispositif événementiel, ni une rubrique à la ligne éditoriale claire et dans laquelle serait investie des moyens massifs, à commencer par des moyens humains¹⁶, et le flou quant à la nature des relations avec des champs extérieurs à celui-ci journalisme, contribuent à l'invisibilisation, au sein du journal, de ceux qui s'en saisissent. Une journaliste fait part d'un sentiment de marginalité, qu'elle explique à la fois par cette proximité, supposée par ses pairs, avec des partenaires privés et par la confusion entourant les activités de « *Cities* » :

« – Et en interne comment est perçu "Cities" ?

– Je suis pas sûre que tout le monde saisi bien. Parce que dans... Au Monde, de faire, de travailler avec des... De faire de l'évènementiel, entre guillemets, même si moi je m'occupe pas des relations avec les partenaires et compagnie et je continue d'écrire... Bah c'est pactiser avec le diable et compagnie. Et particulièrement au Monde. Donc... Je pense que beaucoup de gens ne savent pas... Y'a encore beaucoup

¹⁶ Une plainte récurrente des journalistes tient notamment au manque de stabilité dans le temps d'une équipe déjà peu nombreuse.

de gens que je connais ici qui me demandent "au fait t'es où maintenant ?". C'est pas spécialement... On n'a pas un vrai statut, quoi. En tout cas une vraie reconnaissance. Parce qu'on travaille effectivement avec le développement éditorial, qui organise des conférences et tout ça, et donc voilà... »¹⁷

Les relations parfois conflictuelles, au sein du journal, entre différentes séquences, sont loin d'être récentes, en témoignent par exemple les luttes de légitimité autour du titre de « grand reporter » (Sedel, 2004). Mais là où celles-ci témoignaient principalement d'une dichotomie entre un journalisme expert, s'adressant à un public d'initiés, et un journalisme « professionnel » à destination d'un public plus large, le cas de « *Cities* » suggère que le rapport au champ économique constitue un nouveau point névralgique des conflictualités au sein du journal.

Un journaliste moins expérimenté, à la situation professionnelle encore instable, partage même un sentiment de méfiance à l'égard de la séquence à laquelle il fait lui-même partie. S'il considère l'entrée au *Monde*, via un contrat court comprenant une participation à « *Cities* » en plus d'autres missions, comme une opportunité dans sa trajectoire professionnelle, la proximité affichée avec le monde économique lui fait d'abord questionner la latitude dont il disposerait réellement dans ses articles :

« En fait moi quand je suis arrivé en mars [2018] j'ai tout de suite trouvé que c'était bizarre de travailler en tant que journaliste sur une rubrique qui s'appelait "smart cities". J'avais l'impression qu'il y avait un soupçon de publi-reportage derrière. Comme si nous on faisait des reportages pour des boîtes et qu'on essayait de promouvoir un modèle qu'on connaît même pas. Et j'ai tout de suite été mal à l'aise avec ça. [...] La conférence que t'as vue, c'était pas que l'argent du Monde, c'est La Fabrique de la Cité qui va payer, c'est La Poste qui va payer, c'est machin. Donc ouais, nous on garde notre indépendance éditoriale, mais c'est vrai que ça donnait ce soupçon un peu bizarre. »¹⁸

D'abord suspicieux quant aux objectifs mêmes de la rubrique, ce sont son intégration à l'équipe et la pratique qui lui font nuancer des suspicions quant à l'intégrité de « *Cities* ». Pour autant, comme tous les jeunes journalistes ayant été recrutés par ce biais, il ne considère pas sa position au sein du journal comme une finalité, « *Cities* » constituant avant tout un moyen d'acquiescer la reconnaissance symbolique associée au passage par un média dominant, valorisable dans l'ensemble du champ.

SE (RÉ)AFFIRMER JOURNALISTE DU MONDE

Dans le processus d'une intrication croissante des sphères journalistiques et économiques, les journalistes de « *Cities* » affirment, tant auprès de leurs pairs que de leurs partenaires, une possible conciliation des intérêts commerciaux du média et des valeurs journalistiques sur lesquelles serait fondée sa réputation. Revendiquant une indépendance, considérée comme pierre angulaire d'un traitement pertinent tant de l'actualité que de sujets de fond ayant trait aux grandes transformations urbaines, ils se rangent derrière une façade qui gomme la diversité de l'organisation (Codaccioni, Maisetti et Pouponneau, 2013). Soucieux d'affirmer leur appartenance au collectif, ils en revendiquent les codes surplombant les activités quotidiennes et en épousent la présentation de soi.

Défendre son « indépendance », qualité première du « bon » journalisme

Si la notion de « qualité » journalistique est pleine d'ambivalence, recouvrant au moins autant de définitions, parfois en concurrence, que de catégories d'acteurs impliqués dans son évaluation, au sein de la rédaction du *Monde* l'« indépendance » est affichée comme l'un de ses prérequis.

¹⁷ *Le Monde*, journaliste, entretien le 06/02/2019.

¹⁸ *Le Monde*, journaliste, entretien le 12/12/2018.

Condition de l'autonomie des univers de production tant culturelle que journalistique (Bourdieu, 1996), ce principe est traduit au sein de la rédaction par des dispositifs formels et des références collectivement partagées.

D'un point de vue strictement fonctionnel, les journalistes de ou proches de « *Cities* » ont tous rappelés, de manière parfois indirecte, que le journal repose sur une structure lui assurant d'être à l'abri des influences économiques et politiques. En plus d'une séparation entre régie publicitaire et rédaction¹⁹ assurant une frontière entre annonceurs et journalistes, depuis 1951, soit sept ans après la création du journal, la Société des rédacteurs du Monde (SRM) affiche pour mission d'assurer son indépendance journalistique. Si la structure capitaliste du journal a largement évolué, les salariés du quotidien perdant la majorité du capital en 2010, la SRM conserve un droit de regard sur certaines décisions stratégiques, parmi lesquelles la nomination du directeur. Elle exerce ainsi un contre-pouvoir par rapport aux actionnaires, que Camille Dupuy (2013) qualifie de « capacité politique » d'un pouvoir salarial remplaçant un pouvoir actionnarial historique. En dépit des reconfigurations internes découlant de la recapitalisation du *Monde*, réduisant dans l'ensemble les pouvoirs de la SRM, en partie transférés à un pôle d'indépendance qui regroupe les actionnaires historiques²⁰, les journalistes ayant connu l'avant et l'après rachat affirment une continuité d'un poids historique des salariés assurant leur indépendance par rapport au pouvoir économique. L'attachement à un ensemble de règles de fonctionnement, puis à une charte d'éthique (2010) réaffirmant notamment « les principes essentiels d'indépendance », se double d'un ensemble de références partagées à de grandes figures du journal, à commencer par Hubert Beuve-Méry, son fondateur. En rappelant les principes qui s'appliquent à « *Cities* », au même titre que pour n'importe quelle séquence du journal, une journaliste estime que *Le Monde* continuerait de constituer une exception au regard d'une histoire, rappelée plus tôt dans l'entretien, dont le début est marqué par une personnalité « passionnée par l'indépendance et qui refusait la complaisance, même si le journal a été créé suite à une suggestion politique »²¹ :

« La déontologie, l'éthique du Monde, c'est notamment la séparation nette entre le service pub et la rédaction. Et moi je suis une de celle qui est... justement la plus sourcilieuse à cet égard, ne pas être influencée. Là c'est vraiment hermétique. C'est pas le cas de tous les autres organes de presse. Nous faut dire qu'il y a encore une forte empreinte de Beuve-Méry, le fondateur, qui a vraiment marqué Le Monde, son influence est toujours présente. Donc c'était normal d'appliquer la même politique avec "Smart Cities". »²²

Interrogés sur leurs pratiques professionnelles, les journalistes de « *Cities* » estiment d'une part partager les valeurs constitutives de l'organisation, d'autre part être capables de contourner les écueils des formes de dépendance inhérentes à leur métier, particulièrement la dépendance aux sources (Schudson, 2008). L'un d'eux, journaliste indépendant précédemment cité, qui a entamé sa carrière à la fin des années 1960 en couvrant notamment pour *Le Monde* des crises politiques à l'international, particulièrement en Amérique Latine, estime ainsi que, le travail journalistique consistant en partie à recueillir des citations, il est proprement impossible de s'abstenir de tout contact de relative proximité avec les champs périphériques à l'espace journaliste, parmi lesquels le

¹⁹ Celle-ci est au concret moins stricte qu'il n'y paraît de prime abord, le poste de rédacteur en chef en charge de la diversification éditoriale se rapprochant d'un rôle d'interface. Conscient des injonctions parfois contradictoires des fonctions commerciale et éditoriales, il participe tant aux négociations partenariales qu'à la validation des orientations thématiques et des formats des événements ainsi que des articles/reportages.

²⁰ La Société des rédacteurs du *Monde*, la Société des personnels du *Monde*, le Fonds commun de placement des personnels du *Monde*, la Société des cadres du *Monde*, la Société des employés du *Monde*, la Société des personnels du groupe des publications de La Vie catholique, la Société des lecteurs du *Monde*, la Société des personnels de *Courrier International* et la Société des personnels du Monde interactif. Pour plus de détail sur le fonctionnement et les pouvoirs du pôle d'indépendance, voir notamment le travail de Camille Dupuy (2013).

²¹ Ex-*Le Monde*, journaliste, entretien le 05/02/2019.

²² *Ibid.*

politique et l'économique. Se fondant sur son expérience personnelle et rejoignant les collègues passés par la rubrique, qui tirent un constat semblable quoiqu'ils rejettent moins ouvertement le champ politique, il estime dès lors que commenter la déclaration d'une personnalité politique ou, dans le cadre d'un sujet relatif à l'urbain, celle d'un représentant d'une entreprise privée, pose tout au plus les mêmes questions, qu'il inscrit dans le registre de l'éthique :

« J'ai arrêté de couvrir la politique parce que j'étais obligé de raconter les conneries, les conneries des politiciens qui savaient qu'ils me racontaient des mensonges et qui savaient que je savais qu'ils racontaient des mensonges, mais j'étais obligé de raconter parce que j'étais obligé de les citer. Et j'ai découvert que les entreprises c'est pareil. En fait quand on est journaliste on est dans un monde où on est obligé de citer, on est obligé d'attribuer des sources, on est obligé, on fait toujours de la pub, volontaire ou pas volontaire, on parle des gens qui sont dans les news et donc des entreprises etc. Ça me pose des problèmes, pas tous les jours mais assez souvent. Mais je n'ai pas de... Je ne vois pas de différence de nature quand je le fais avec des, avec des gens sur un... Sur un événement. [...] On ne peut pas aujourd'hui travailler dans un média sans se poser ces questions, sans faire quelque chose qui est utile à quelqu'un, potentiellement aux entreprises. »²³

Pour autant, ces dépendances, tant lors de la rédaction d'articles que dans le montage de conférences, activités plus spécifiques à « *Cities* », quoi que le programme événementiel du *Monde* ne s'en tient pas qu'à ce dispositif, sont en partie contournées par le recours à des savoir-faire professionnels routinisés. Lorsque je les interroge sur leur rapport aux partenaires privés dans le cadre des événements qu'ils organisent, les journalistes explicitent l'opérationnalisation d'un laisser-faire, de la part des financeurs et également de leur rédacteur en chef, par l'application des mêmes procédés que ceux utilisés dans l'écriture journalistique.

« Effectivement on est amené à construire des conférences, des échanges, mais c'est comme un papier finalement. Tu regardes, tu définis un peu tes thématiques et tu regardes les personnes les plus pertinentes, celles qui vont attirer du monde, celles qui seront intéressantes, qui ont des choses intéressantes à ce moment là à dire. Pour préparer une bonne conférence tu fais un peu la même chose que quand tu fais un bon papier, enfin en tout cas un papier sérieux. »²⁴

« Moi sur Singapour les deux fois j'ai demandé l'avis de personne, j'ai invité des gens parce que je pensais qu'ils avaient des choses à dire, des scientifiques, des gens de fondations, des gens d'entreprises, mais en canalisant bien. Moi j'ai pas de souci... [...] J'ai pas de souci sur ce qu'ils disent, et dans les événements le sujet, l'angle peut être pris en discussion avec les partenaires et ensuite c'est nous qui décidons, c'est nous qui choisissons les gens. »²⁵

Le recours à des normes pratiques qui, à défaut d'être codifiées, encadrent le quotidien (Bastin, 2009), participe à assurer le maintien d'une identité professionnelle, dans un contexte où les acteurs ressentent une certaine précarité de leur position et craignent un possible glissement vers des activités de gestion événementielle peu valorisées par leurs pairs.

En plus de réaffirmer, auprès des partenaires et parfois de collègues, la traduction des principes déontologiques particulièrement marqués au sein de l'organisation par la transposition des pratiques de production de biens informatifs à l'organisation de conférences, certains journalistes mettent en place des stratégies d'écriture pour contourner l'omniprésence de quelques acteurs économiques dans les thématiques qu'ils traitent. « *Cities* » s'intéressant particulièrement aux questions des liens entre outils numériques et espaces urbains, certaines entreprises de l'économie des données et de plateforme, aux positions dominantes sur le marché des « villes intelligentes » et/ou numériques, sont des incontournables de nombreux papiers. En fonction de classifications

²³ Journaliste indépendant, entretien le 10/12/2018.

²⁴ *Le Monde*, journaliste, entretien le 06/02/2019.

²⁵ Journaliste indépendant, entretien le 29/11/18.

entre les catégories qui constituent la vaste appellation « privé », selon leur situation dominante ou non et compte tenu d'une capacité supposée à prendre en considération les notions d'utilité publique et d'intérêt général²⁶, un journaliste explique ainsi rendre plus facilement accessible à ses lecteurs, principalement positionnés dans le champ de la fabrique urbaine, les sites internet d'entreprises qu'ils seraient moins susceptibles de connaître que les « géants » du numérique, parmi lesquels les GAFAM²⁷.

« Par exemple, tu sais quand moi j'écrivais pour Apple. Enfin sur Apple, tu vois le lapsus. J'écrivais sur Apple, sur Google, sur tout ce que tu veux, et bah ça m'énerve. Parce qu'au bout d'un moment... Alors moi ce que je faisais par exemple : je mettais les liens dans mes articles et je continue à le faire, mais quand c'est Google ou quand c'est Apple je mets jamais de lien. Mais quand c'est une start up je mets un lien. D'abord parce que c'est plus difficile à trouver et ensuite parce que je veux pas faire une pub de plus pour Google ou pour Apple. »²⁸

En plus d'une indépendance par rapports aux sponsors, qui n'entraveraient pas une liberté journalistique assurée par des mécanismes de séparation fonctionnelle et par des savoirs-faire professionnels, il affirme également une distanciation par rapport aux acteurs dominants du champ qu'il couvre, dont l'omniprésence suppose de parler d'eux mais n'empêche pas la mise en place de stratégies de subversion.

Se ranger derrière une façade d'institution

Principalement utilisée, en réactualisant les apports de Goffman (1973), en sociologie des institutions²⁹, la notion de façade permet d'envisager l'emprise des institutions sur ses membres, leur permanence ou encore les résistances au processus d'institutionnalisation. Cela repose sur une analyse processuelle qui considère « les "apparences" en train de se faire » (Codaccioni, Maisetti et Pouponneau, 2013, p. 10) et envisage ainsi l'hétérogénéité d'acteurs qui composent un ensemble d'apparence homogène. Appliquée au cas d'un média, qui à défaut de correspondre à une institution politique est une organisation relativement stable dans le temps et pour laquelle la production de représentations collectives constitue un enjeu, s'intéresser à cette façade permet ici non pas d'envisager les négociations dont elle fait l'objet en interne mais de rendre compte d'un ordre symbolique au sein du champ journalistique dont bénéficient les acteurs de « *Cities* », en dépit des rapports de forces au sein du journal. Dans le champ de la fabrique urbaine, ils profitent en effet de la catégorisation, dans des classifications indigènes, du *Monde* comme média garant d'un journalisme « exigeant » (Champagne, 2000).

Tant les journalistes que les responsables logistiques, avec qui ils collaborent étroitement dans le cadre des prix et des conférences, reconnaissent ainsi que l'étiquette *Le Monde* facilite grandement la mobilisation d'« experts », y compris lorsque cela demande à ces derniers un fort coût en termes de temps pour une rétribution incertaine. Chargé de l'organisation d'une demi-journée thématique, un jeune journaliste, disposant de ressources relationnelles restreintes par rapport à ses collègues plus expérimentés, reconnaît ainsi, d'un ton embarrassé, que la simple mention du journal lui a suffi à faire venir les intervenants souhaités :

²⁶ Les hiérarchisations informelles, dans des espaces intermédiaires du champ de la fabrique urbaine, des acteurs privés de la « ville intelligente » sont étudiées dans un travail de thèse en cours.

²⁷ Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft. Parmi ceux-là, Google a particulièrement investi le marché des « *smart cities* » à partir de la création, en 2015, de sa société sœur Sidewalk Labs, qui a notamment co-porté un vaste projet de quartier « intelligent » à Toronto avant de l'abandonner en mai 2020.

²⁸ Journaliste indépendant, entretien le 10/12/2018.

²⁹ Voir notamment les contributions du numéro de *Sociétés contemporaines* (n°88) dirigé par Vanessa Codaccioni, Nicolas Maisetti et Florent Pouponneau (2013).

« C'est Le Monde et les gens disent jamais non au Monde. [...] On peut demander même à un élu de venir parler trois minutes il va pas trop râler quoi, parce que... Je pense que les gens imaginent que c'est très sérieux, que c'est... Et puis que ça va faire parler d'eux. Parce qu'en termes de référencement internet ça sort en premier. »³⁰

Travaillant avec l'équipe « *Cities* » depuis environ trois ans, une chargée de projet événementiel rejoint ce constat et suggère, à propos des personnes invitées à la tribune, qu'elles associent *Le Monde* à la possibilité de fortes retombées symboliques.

« On arrive même, enfin [les journalistes] arrivent même à faire venir des gens de région pour parler dix minutes. Ces gens-là se disent que c'est Le Monde, on va parler de moi. Donc y'a systématiquement un article pré-événement où on montre le programme. [...] Puis des fois un article après. Et ça te fait quand même... Tu te dis qu'on va entendre ta voix sur un sujet qui est précis. »³¹

A propos des raisons qui les ont poussés à accepter une sollicitation, les membres du jury (puis du comité de sélection) et intervenants ponctuels interrogés convergent vers une même réponse, souvent donnée comme une évidence : « parce que c'est *Le Monde* ». Rencontré à Singapour, dans le cadre de la remise des prix de la troisième édition, le directeur d'un programme de la fondation Rockefeller, en déplacement dans le cadre du World Cities Summit, reconnaît ainsi qu'il a accepté l'invitation à venir sur scène car « *Le Monde* offre une tribune à la fois en France et à l'international que peu de journaux égalent »³². Un autre intervenant, par ailleurs membre du jury, chercheur venu de Lyon pour l'occasion, estime quant à lui que ce genre d'événement n'offre pas un temps de parole suffisant pour développer un véritable raisonnement mais est « toujours mieux que rien » et vaut malgré tout bien le déplacement.

Une membre du comité de sélection de la quatrième édition des prix, qui au moment de le rejoindre effectue un tour du monde des « tiers lieu » d'innovation³³, affiche quant à elle une conscience de l'importance du capital médiatique (Bourdieu, 1986), qu'elle considère sous sa forme de « capital médiatique individualisé » (Davis et Seymour, 2014), comme moyen d'acquisition de pouvoir symbolique et donc ressource précieuse pour des acteurs dont la pérennité des projets serait conditionnée par le soutien d'acteurs institutionnels, particulièrement d'acteurs politiques. « Institution » au sein du monde médiatique, *Le Monde* aurait ainsi le pouvoir d'influencer la perception de certaines initiatives privées ou associatives auprès d'acteurs institutionnels locaux, y compris à l'étranger. Ne justifiant pas sa participation aux prix par les retombées personnelles attendues mais par une capacité d'agir du journal sur les politiques urbaines locales grâce à la mise en exergues de « bonnes pratiques », elle illustre dans tous les cas la perception de « *Cities* » comme composante à part entière de la marque *Le Monde*.

« Pourquoi est-ce que j'ai dit oui ? Parce que je pense que c'était le moyen de donner de la visibilité et du crédit et de la légitimité à des initiatives urbaines qui sont peu médiatisées et qui pourtant sont audacieuses et pionnières dans leur domaine et qui montrent une nouvelle... Qui sont emblématiques dans le sens d'une nouvelle manière de penser la ville. [...] Je pense que les médias et, par la médiation de ces événements par exemple, de leurs publications, voilà des choses comme ça, ont le pouvoir de... Non seulement de mettre en lumière mais de donner du crédit à des initiatives qui auraient peut-être pu être balayées d'un revers de main par les forces publiques, par les décideurs, s'il n'y avait pas le soutien symbolique d'un grand média comme

³⁰ *Le Monde*, journaliste, entretien le 12/12/2018.

³¹ *Le Monde*, chargée de projet, entretien le 12/12/2018.

³² Carnet de terrain, le 11/07/2018.

³³ Les « tiers-lieu » sont une vaste famille hétérogène de lieux de travail/vie, qui ont en commun un objectif de facilitation des rencontres entre acteurs de l'innovation dite à « impact positif » sur un territoire donné et la revendication de modèles sociétaux alternatifs (Estève et Saez, 2018 ; Liefooghe, 2018).

Le Monde, qui légitime, par sa mention même des initiatives, ce qui est fait. Parce que même si Le Monde n'est pas une institution publique ça reste une institution médiatique et du coup ils peuvent se servir de cette légitimité et de cette visibilité là pour gagner en complicité avec les forces publiques. »³⁴

Les membres de la séquence ont conscience de l'intérêt à se ranger derrière une façade homogène, moins au nom des conséquences que pourrait avoir une rupture de représentation sur l'organisation que des effets concrets de l'affichage d'une appartenance à un collectif associé à une certaine élite journalistique.

Le flou entourant la position exacte de « *Cities* » au sein du journal s'estompe cependant à mesure de proximités grandissantes avec des acteurs du champ de la fabrique urbaine. Sans saisir l'état exact des concurrences au sein du journal, les employés du think tank précédemment mentionné, dont les journalistes suivent les publications et réciproquement et avec lequel une conférence a été co-organisée, valident par exemple d'une part la légitimité du *Monde* à investir le champ de l'urbain, d'autre part fondent leur propre hiérarchie symbolique au sein du journal. Le chargé de projet qui a travaillé étroitement avec l'équipe « *Cities* » afin de clarifier l'approche thématique de l'événement, la juge ainsi plus réceptive que bon nombre d'acteurs de l'urbain, y compris certains médias spécialisés, à ce qu'il considère comme les enjeux pressants des questions urbaines, ici relatives à la mobilité. Habitué des conférences et autres forums, il estime ainsi que, contrairement à pléiade d'organisateur qui se contenteraient de multiplier les invitations à « des start up qui vont pitcher "moi mes trottinettes elles sont mieux que tout le monde" », les journalistes n'ont pas pour but de « faire le buzz », mais « de poser les termes du débat et aussi, dans le contexte de la LOM [ndla : Loi d'orientation des mobilités], d'avoir une vraie réflexion poussée sur le sujet et d'avoir des experts autour de la table »³⁵. La reconnaissance d'une capacité à cadrer une question, opération de construction de sens de la réalité sociale qui constitue une des dimensions du « pouvoir » journalistique (Neveu, 2019), et à mobiliser un ensemble de spécialistes afin d'y répondre, s'accompagne cependant d'une classification des biens informationnels et par extension de leurs auteurs. Celle-ci prend notamment en compte la pertinence des sujets traités, de sa problématisation, et la mobilisation ou non de personnalités reconnues dans le champ de l'urbain. Elle repose également sur l'adéquation des savoir-être des journalistes dans les espaces de socialisation communs, par exemple lors des voyages d'étude qu'organise le think tank et auxquels des journalistes, de « *Cities* » mais pas strictement, sont régulièrement invités, huis-clos au sein desquels se retrouvent des acteurs aux profils semblables à ceux que la séquence participe à consacrer. Au regard de cet ensemble de critères informels, « *Cities* » est considéré comme un lieu de production d'un journalisme d'une « qualité » certaine mais n'égalant pas celle des articles de quelques journalistes spécialistes au sein du *Monde*, qui publient dans d'autres rubriques. Et, d'après les quelques (mais non exhaustifs) entretiens réalisés avec eux, ceux-là n'envisagent aucun rapprochement avec celle qui, malgré son titre, n'a pas encore acquis le monopole des questions urbaines au sein du média. À partir de leur expérience du champ de l'urbain et de leur connaissance du champ médiatique, les membres de cette organisation extérieure au journal intériorisent ainsi l'idée selon laquelle les journalistes de « *Cities* » occuperaient une position relativement marginale au sein d'un groupe dominant.

CONCLUSION

Ce cas atteste en somme qu'appartenance et marginalité ne sont pas mutuellement exclusives, la reconnaissance effective d'une légitimité professionnelle au sein d'une organisation, ici d'une entreprise médiatique, ne découlant pas d'un attachement fonctionnel au groupe. Et l'adhésion à

³⁴ Membre du comité de sélection « *Cities* », entretien le 29/05/2019.

³⁵ Think tank, chargé de mission, entretien le 09/08/2019.

un ensemble de valeurs présentées comme distinctives depuis la création du média, dont la première est l'indépendance, en plus d'un travail quotidien qui répond aux normes de la profession, ne suffit pas à attester totalement, auprès des pairs, de l'imperméabilité d'une séquence face aux pressions économiques. Relativement fatalistes face à cette reconnaissance au sein de la rédaction sur laquelle ils estiment avoir peu de prise, les journalistes de « *Cities* » ont cependant conscience des mécanismes de rétributions du champ journalistique, au sein duquel un passage par un média dominant, soit-il bref et cantonné à une rubrique quelque peu obscure, sera valorisable au cours de leur trajectoire individuelle.

Cette étude éclaire aussi, en plus des conséquences concrètes d'un nouveau mécanisme de financement de la presse, la porosité des frontières de différents champs au croisement desquels « *Cities* » se situe. Son ambiguïté au sein du champ journalistique ne tient en effet pas strictement au fait que son existence soit conditionnée par des financements d'entreprises privées, mais également à ce qu'elle rend possible l'existence d'un espace social saisi de la question du devenir des villes, un espace d'(inter)action qui échappe au contrôle exclusif tant des agents politico-administratifs que des acteurs « privés ». Parallèlement à une couverture médiatique des sujets urbains, la séquence assure les conditions de possibilité d'un espace de sociabilité du champ de la fabrique urbaine, au sein duquel se retrouve une pluralité d'acteurs provenant d'espaces autonomes, où sont fixés des enjeux de la « ville de demain », où des savoirs et savoir-faire capables d'y répondre sont validés et mis en circulation. En consacrant ceux dont sont dépositaires les acteurs dotés de positions relativement dominantes, « *Cities* » participe à la reproduction de hiérarchies préexistantes entre acteurs de l'urbain, voire à la délégitimation de nouveaux entrants, parmi lesquels de grandes entreprises de l'économie numérique. Des acteurs du champ journalistique endossent en somme un rôle d'intermédiaire dans un espace existant à la frontière de leur profession et au sein duquel ils acquièrent une reconnaissance symbolique – l'importance de celle-ci est cependant moindre à l'échelle individuelle, les journalistes étant quasi exclusivement pris au jeu de leur champ d'origine.

BIBLIOGRAPHIE :

- ALDRIDGE M., EVETTS J., « Rethinking the concept of professionalism: The case of journalism », *The British journal of sociology*, 2004, vol. 54, n°4.
- AMIEL P., « Le journalisme de solutions. Une solution à la crise de la presse locale ? », *Communication. Information médias théories pratiques*, 2017, vol. 34, n°2.
- AMIEL P., « L'identité professionnelle des localiers à l'heure des mutations économique et numérique de la presse locale », *Les Cahiers du numérique*, 2019, vol. 15, n°4.
- BASTIN G., « Codes et codages professionnels dans les mondes de l'information », *Réseaux*, 2009, n°157-158.
- BAYE M., MORGAN J., « A simple model of advertising and subscription fees », *Economics Letters*, 2000, n°69.
- BEAL V., EPSTEIN R., PINSON G., « La circulation croisée. Modèles, labels et bonnes pratiques dans les rapports centre-périphérie », *Gouvernement et action publique*, 2015, vol. 4, n°3.
- BOLTANSKI L., « L'espace positionnel : multiplicité des positions institutionnelles et habitus de classe », *Revue française de sociologie*, 1973, vol. 14, n°1.
- BOURDIEU P., « The Forms of Capital », *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, J. Richardson (dir.), Greenwood Press, 1986.
- BOURDIEU P., *Sur la télévision, suivi de L'emprise du journalisme*, Seuil, 1996.
- BOURDIEU P., BOLTANSKI L., « La production de l'idéologie dominante », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1976, vol. 2, n°2-3.
- CANU R., DATCHARY C., « Journalistes et lecteurs-contributeurs sur Mediapart », *Réseaux*, 2010, n° 160-161.
- CHAMPAGNE P., « Le médiateur entre deux Monde », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 2000, n°131-132.
- CHAMPAGNE P., « À propos du champ journalistique », *Questions de communication*, 2006, n° 10.
- CODACCIONI V., MAISETTI N., POUPONNEAU F., « Les façades institutionnelles : ce que montrent les apparences des institutions », *Sociétés contemporaines*, 2013, n°88.
- CRISPIN R., FERRON B., « Un scandale à la recherche de son public », *Politiques de communication*, 2016, n° 7.

DAVIS A., SEYMOUR E., « La production des formes de capital médiatique interne et externe », *Réseaux*, 2014, n°187.

DEZALAY Y., « Les courtiers de l'international », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2004, n°151-152.

DUPUY C., « Du journaliste actionnaire au journaliste salarié. Sociétés de personnels actionnaires et comités d'entreprise dans la procédure de rachat du groupe La Vie-Le Monde », *L'Homme & la Société*, 2013, n°189-190.

EPSTEIN R., MAISETTI N., « Gouverner par les labels : le label Métropole French Tech », Rapport pour le Ministère de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie – DGALN, 2016.

ESTÈVE P., SAEZ T., « Archipel 21. Un laboratoire pour repenser le monde », *L'Observatoire*, 2018, n° 52.

FERRON B., « Professionnaliser les "médiats alternatifs" ? », *Savoir/Agir*, 2016, n°38.

FERRON B., COMBY J.-B., SOUANEF K., BERTHAUT J., « Réinscrire les études sur le journalisme dans une sociologie générale », *Biens symboliques*, 2018, n°2.

FRANCE P., VAUCHEZ A., *Sphère publique, intérêts privés*, Presses de Sciences Po, 2017.

GAYON V., « Lieux neutres en lutte. Consolidation inter-champs et organisation multisectorielle internationale », *Cultures & Conflits*, 2017, n°108.

GERVAIS J., « Quand l'association professionnelle du corps des Ponts et Chaussées conjugue l'intérêt général au privé », *De l'intérêt général à l'utilité sociale.*, X. Engels, M. Hély, A. Peyrin, H. Trouvé (dir), L'Harmattan, 2006.

GOFFMAN E., *La présentation de soi*, Editions de Minuit, 1973.

HAUCHECORNE M., « Rawls et Sen en terrain neutre ? », *Genèses*, 2010, n° 78.

LA CAM F., « États-Unis : les weblogs d'actualité ravivent la question de l'identité journalistique », *Réseaux*, 2006, n°138.

LIEFOOGHE C., « Les tiers-lieux à l'ère du numérique : diffusion spatiale d'une utopie socio-économique », *Géographie, économie, société*, 2018, vol. 20, n°1.

NAY O., SMITH A., « Les intermédiaires en politique : médiations et jeux d'institutions », *Le gouvernement du compromis. Courtiers et généralistes dans l'action politique*, O. Nay, A. Smith (dir.), Economica, 2002.

NEVEU E., « Les "pouvoirs" du journalisme », *Sociologie du journalisme*, La Découverte, 2019.

OUAKRAT A., BEUSCART J.-S., MELLET K., « Les régies publicitaires de la presse en ligne », *Réseaux*, 2010, n° 160-161.

RAMBAUD E., « La "petite" critique, la "grande" et "la" révolution », *Revue française de science politique*, 2017, vol. 67, n°3.

RIEFFEL R., « Journalistes et intellectuels : une nouvelle configuration culturelle ? », *Réseaux*, 1992, vol. 10, n°51.

RUELLAN D., « Le professionnalisme du flou », *Réseaux*, 1992, vol. 10, n°51.

SCHUDSON M., « Why democracies need an unlovable press », *Why democracies need an unlovable press*, Polity, 2008.

SEDEL J., « "La nouvelle formule du monde". Contribution à une étude des transformations du journalisme », *Questions de communication*, 2004, n° 6.

SONNAC N., GABSZEWICZ J., *L'industrie des médias à l'ère numérique*, La Découverte, 2013.

STRAUSS A., « La dynamique des professions », *La trame de la négociation*, L'Harmattan, 1991.

VAUCHEZ A., « L'Europe du droit, champ faible de la polity communautaire », *L'Union par le droit*, Presses de Sciences Po, 2013.

ZAZA O., « L'e-gouvernance pour la participation citoyenne : Imaginaires du futur, nouvelles compétences et impacts territoriaux », *Pyramide*, 2016, n°26/27.