

Dirigeants de médias

Julie Sedel

2021

Presses universitaires de Rennes

www.pur-editions.fr

QU'EST-CE qu'un dirigeant de médias ? Comment sont définies les frontières du groupe ? Alors que la sociologie française a produit une littérature féconde sur les élites économiques politiques, étatiques intellectuelles et artistiques, le patronat de presse est resté à l'écart des terrains d'enquête. Cette situation tranche avec l'abondante littérature anglo-saxonne sur le personnel de direction des médias d'information. Résultat : dans les discours journalistiques et militants, le registre de l'autocélébration médiatique et son pendant symétrique, la dénonciation, alimentent le mythe du dirigeant de média tout puissant. L'objectif de cet ouvrage est de rompre avec ce sens commun en prenant pour objet d'analyse ce groupe professionnel. Il entend dépasser la personnification et l'anecdote pour dégager des logiques internes et externes, éclairer les différentes facettes de cette population, mettre en évidence les rouages de leur sélection. Comment se fabrique un dirigeant de média national, en France ? Au terme de quel processus ? Quels sont les ressources et les capitaux qui sont valorisés ? Quels rapports de force entre segments de l'élite révèlent-ils ?