

Analyse sociologique et discursive des émissions financières françaises

Eric Thivant & Laïd Bouzidi

Equipe de Sicomor, Centre de recherche Magellan, IAE, Université Jean Moulin - Lyon 3,
6 cours Albert Thomas, 69008 Lyon

Cette étude s'intéresse à l'analyse des émissions financières de trois télévisions françaises d'information en continu (LCI, Bloomberg, itélé), du point de vue argumentatif et sociologique du discours médiatique. La mise en place d'une analyse d'émissions financières, passe par « *le repérage des différents niveaux d'analyse (la grille d'observation) et la définition des termes nécessaires à l'étude des programmes* » (Jost, 1999 :50).

L'analyse doit donc dépasser le seul classement thématique et procéder à d'autres analyses comme une analyse sociologique et une analyse logico-discursive du discours médiatique, pour définir le genre discursif de ces émissions. À l'aide du logiciel *Advene*, nous devons mener une analyse des présentations rituelles des nouvelles et des événements sur une vingtaine d'émissions financières de ces trois chaînes d'information.

Dans un premier temps, nous présenterons les émissions financières et leurs positionnements respectifs. Dans un second temps, nous préciserons nos choix théoriques, méthodologiques et techniques. Dans un troisième temps, nous analyserons le discours médiatique des émissions financières d'un point de vue sociologique, puis logico-discursif. Enfin nous concluons notre analyse avec quelques perspectives pour des recherches futures.