

# LES MÉDIAS EN SLOVAQUIE DE 1993 A NOS JOURS

PAR

GILLES ROUET (\*)

DANUŠA SERAFINOVA (\*\*)

ET

JOZEF VATRAL (\*\*\*)

La «Révolution de velours» de novembre 1989 a mis fin à la séparation entre les pays de l'Ouest et de l'Est. Les anciens pays de régime communiste ont depuis évolué vers des sociétés démocratiques. Cela a été le cas de la République fédérale tchèque et slovaque (ČSFR)(1), deux nations regroupées au début en un Etat commun, puis, à partir du 1<sup>er</sup> janvier 1993, partagées en deux Etats indépendants : la Slovaquie et la République tchèque qui, avec huit autres pays, ont adhéré dix années plus tard, le 1<sup>er</sup> mai 2004, à l'Union européenne.

La construction politique et sociale d'une société démocratique a eu lieu de manière progressive, autant en Slovaquie que dans les autres pays du bloc communiste, et, ce, avec une intensité variable dans tous les secteurs de la société. Dans le secteur des médias, les changements ont été rapidement manifestes : qu'il s'agisse de la législation des médias, du statut et des activités de l'agence de presse, de la situation, des activités et de la propriété des médias écrits et électroniques, du rôle de l'association des jour-

(\*) Professeur en Sciences de l'éducation, actuellement attaché de coopération scientifique, technique et universitaire à l'ambassade de France en Slovaquie.

(\*\*) Professeur de journalisme à la Faculté de Lettres de l'Université Comenius (Bratislava, Slovaquie) et intervenante au Département de Journalisme de la Faculté de Lettres de l'Université catholique de Ruzomberok (Slovaquie).

(\*\*\*) Directeur de la chaire de Journalisme de la Faculté de Lettres de l'Université Comenius (Bratislava, France) et co-animateur de *Questions de journalisme*.

(1) Après les Républiques tchéco-slovaques (de 1918 à 1938 et de 1938 à 1939), l'indépendance de la République slovaque est proclamée jusqu'au soulèvement national slovaque, le 29 août 1944. La République tchécoslovaque est établie en 1946. Le 1<sup>er</sup> janvier 1969, deux républiques sont formées, la République socialiste tchèque et la République socialiste slovaque, mais, surtout après la «normalisation» de 1971, le pouvoir de fait est concentré à Prague. Le 17 novembre 1989, de grandes manifestations, au départ estudiantines, conduisent à la démission le gouvernement communiste et les premières élections libres ont lieu en juin 1990, avec la victoire des partis démocratiques. Entre 1991 et 1992, la fédération devient «République fédérative tchèque et slovaque» en Slovaquie et République fédérative tchécoslovaque en Tchéquie. Les deux républiques se séparent le 1<sup>er</sup> janvier 1993, mettant fin au problème orthographique de la «Tchéco-slovaquie»!

nalistes, de la formation des futurs journalistes ou encore du marché de l'emploi dans le secteur.

## LE CADRE NOUVEAU

### *La législation des médias*

En janvier 1991, l'Assemblée nationale tchécoslovaque a ratifié le texte fondamental sur les droits et libertés fondamentaux résultant de la Convention européenne des droits de l'homme et de ses articles 10 et 17 qui garantissent la liberté d'expression, le droit à la recherche et à la diffusion des informations. Après la partition de l'Etat fédéral, cet acte a été repris dans la législation du nouvel Etat slovaque : la Constitution de la République slovaque, entrée en vigueur le jour de la naissance du pays, garantit dans son article 26 la liberté d'expression en Slovaquie ; il en est de même pour le droit à l'information.

Le gouvernement fédéral avait déjà travaillé sur un projet de loi entre 1990 et 1992. A partir de l'automne 1992, ces travaux ont continué au sein du ministère slovaque de la Culture. Au cours des dix années suivantes, une vingtaine de versions, résultats de longs débats, ont été élaborées et présentées aux autorités compétentes (2). Le Syndicat des journalistes slovaques a également soumis au ministère de la Culture une proposition de loi précédemment approuvée par l'Institut international de la presse de Vienne et par le Centre international contre la censure, article XIX, de Londres. Pourtant, malgré ces tentatives, aucune nouvelle loi n'a jusqu'ici été adoptée. C'est toujours la loi de 1966 (3) sur la presse et les autres médias qui reste en vigueur depuis quarante ans, avec les modifications de 1990 : celles-ci concernent essentiellement la suppression de la censure et l'élimination du privilège du Parti communiste ; les personnes physiques ont également obtenu le droit de publication et d'entreprise dans le secteur de la presse.

L'ancienne Tchécoslovaquie fut le premier pays post-communiste à adopter une loi sur la radiodiffusion et la télévision prévoyant deux systèmes de radio- et de télé-diffusion. Ainsi, en mai 1991, le Parlement slovaque a adopté les lois (4) qui organisent respectivement la Radio slovaque et la Télévision slovaque en institutions nationales indépendantes de droit public, dont le but est d'informer et de former le public. En juillet 1993, une nouvelle loi (5) précise cette structure générale. D'autres lois complètent le dispositif, comme, par exemple, la loi sur l'audiovisuel, qui rend obli-

(2) Cf. L. ŠEFĚÁK, «Sur la proposition parlementaire de loi sur les mass médias en 2002», *Otázky žurnalistiky*, 2002, vol. XLV, n<sup>os</sup> 3-4, p. 158.

(3) Loi n<sup>o</sup> 81/1966. Le gouvernement issu des élections de juin 2006 aurait pris l'engagement de proposer une telle loi.

(4) Lois n<sup>o</sup> 251/1991 et n<sup>o</sup> 254/1991.

(5) Loi n<sup>o</sup> 166/1993.

gatoire le doublage en langue slovaque des programmes destinés aux enfants de moins de 12 ans, ou encore la loi sur la publicité, qui interdit toute promotion des produits alcooliques et du tabac. D'autres modifications de la loi ont été introduites en 1996 et 1997, concernant la privatisation de la deuxième chaîne STV (6).

Enfin, dernière étape de cette évolution législative, les lois du 4 décembre 2003 (7) prévoient les statuts, les missions et le fonctionnement de la Télévision et de la Radio slovaques, organismes de droit public, ainsi que leurs organisations, leurs fonctionnements budgétaires et leurs modalités de financement. Reste désormais à adopter une loi sur la retransmission numérique, à l'évidence nécessaire.

### *Les organes de régulation, de surveillance et de contrôle*

En mai 1992 (8) est institué le Conseil slovaque de la radiodiffusion et de la télévision, avec, pour mission, de veiller au respect des lois et des règlements en vigueur dans le domaine de la radiodiffusion et de la télévision. Ce Conseil était composé de 9 membres élus pour 6 ans, sans appartenance politique et sans lien direct avec les organes directeurs des sociétés exerçant dans le domaine de la retransmission.

En 1996, ce Conseil devient membre de la Plate-forme européenne des organes de régulation des PECO et, en mai 1997, une nouvelle loi modifie ses compétences, ses fonctions et son statut (9). Dès 2000, l'appellation du conseil change, pour devenir «Conseil de la diffusion et de la retransmission».

Les Conseils de la Télévision et de la Radio slovaque, constitués en 1991 conformément aux lois sur la télévision et la radio slovaque, ont alors mis en conformité le fonctionnement de la radio et de la télévision de droit public, en veillant à leur indépendance et à l'objectivité des programmes (10). Ainsi, les lois de 2003 (11) redéfinissent les compétences du Conseil de la Radio et du Conseil de la Télévision slovaque, leur composition, le statut de leurs membres, la durée des mandats, les conditions d'abdication de l'office, les conditions d'exercice des mandats et la réglementation du fonctionnement de ces Conseils. Les trois Conseils sont élus par le Parlement.

Le «Conseil de la presse slovaque», organe indépendant d'autorégulation, a été constitué le 11 février 2002 par l'Association de la protection de l'éthique journalistique créée par le Syndicat des journalistes slovaques et par

(6) Cf. S. BREČKA, *Médias de la République slovaque*, UCM, Trnava, 2002, pp. 27-30.

(7) Loi n° 16/2003 sur la Télévision slovaque et loi n° 619/2003 sur la Radio slovaque.

(8) Loi n° 294/1992.

(9) Loi n° 160/1997.

(10) Cf. S. BREČKA, *op. cit.*, pp. 27-30.

(11) Loi n° 619/2003, sur la radio slovaque, §8-14, 4 déc. 2003. Cf. *Otázky žurnalistiky*, vol. XLVII, n° 1-2, 2004. Loi n° 16/2003 sur la Télévision slovaque, 4 déc. 2003. Cf. *Otázky žurnalistiky*, vol. XVII, n° 3-4, 2004, pp. 305-308.

l'Association des éditeurs de la presse périodique. Son fonctionnement s'appuie sur le Code de déontologie du journalisme élaboré par le Syndicat des journalistes slovaques en 1990.

Après novembre 1989, des changements essentiels dans le travail de l'Agence de presse tchécoslovaque (ČSTK) ont été introduits. L'agence de presse slovaque, devenue dans un premier temps le Bureau de presse de la République slovaque (TK SR) (12) à la suite des transferts des biens et à la mise en règle des autres rapports juridiques, change encore de nom et devient l'Agence de presse de la République slovaque (TASR). Elle démarre concrètement ses activités pendant la nuit du 31 décembre 1992 au 1<sup>er</sup> janvier 1993, au moment même de la naissance de la République. Depuis le 21 avril 1993, la TASR est adhérente, en qualité de membre de plein droit, à l'Alliance des agences de presse européennes (EAPA) qui siège à Bruxelles. L'Agence de presse slovaque est un organisme financé par un chapitre particulier du budget d'Etat; son Directeur général, nommé et révoqué par le gouvernement, est responsable de son fonctionnement.

Une concurrence existe depuis le 15 août 1997, date de création d'une agence commerciale de presse slovaque. L'Agence slovaque de presse et d'information (SITA) offre ses services aux autres médias et au monde des affaires. Si, depuis le début, elle vise surtout le segment des renseignements économiques, cette agence est progressivement devenue le plus grand fournisseur des services d'informations de Slovaquie: en particulier, elle offre des services spécialisés tels que analyses médiatiques, suivis et revues de presse adressées par courriel. La SITA répond aussi à des demandes de recherche individuelles.

Bien évidemment, étant donné la taille du pays – 5,4 millions d'habitants –, l'existence de ces deux agences, TASR et SITA, sur un marché relativement restreint crée des tensions dans leurs rapports.

Il convient enfin de signaler une agence importante dans le contexte slovaque (13): l'Agence de presse de la Conférence des évêques de Slovaquie (TK KBS), département du secrétariat de la Conférence des évêques de Slovaquie. Bien qu'il ne s'agisse pas d'une véritable agence de presse, la TK KBS assure le suivi de la presse et le service d'informations sur les activités de l'Eglise, organise les relations entre l'Eglise catholique et les médias, ainsi que les conférences de presse. Elle édite le bulletin de renseignements *Život Cirkvi (La Vie de l'Eglise)* (14).

(12) Cf. l'article 8 de la loi n° 81/1992 sur la ČSTK du 30 janvier 1992, entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> avril 1992 et son alinéa 2.

(13) Il n'existe pas de religion d'Etat en Slovaquie, mais la religion catholique est considérée comme religion dominante (estimation de 85% de catholiques) et seize autres religions sont enregistrées.

(14) Cf. P. HOLEŠŤIAK, «Evolution du journalisme dans les agences en Slovaquie après 1989», *Evolution du journalisme en Slovaquie depuis le 17 novembre 1989*, Université catholique, Ružomberok, 2004, pp. 51-55.

## L'ESSOR DE LA PRESSE

Les changements politiques d'après-novembre 1992 et la création de la République slovaque ont évidemment affecté la presse périodique.

La publication des journaux et des magazines a en effet cessé d'être régulée par l'Etat. Les anciennes entreprises de publication ont été privatisées, les prix des services d'imprimerie et de distribution ont été libérés et les publicités et annonces commerciales ont rapidement pris une place plus importante dans la presse (15). D'après I. Sečík cela «*a entraîné des changements de qualité, de structure, de typologie et de contenu du système de la presse périodique en Slovaquie. Sans avoir pris connaissance de ces changements de système*», constate I. Sečík, «*il est impossible d'évaluer sérieusement les tendances de l'évolution du marché de la presse périodique en Slovaquie*» (16).

Ces nouvelles libertés de la presse et d'entreprise sont bien évidemment à l'origine de la naissance d'une grande quantité de titres. En particulier, les catégories les plus opprimées par le régime d'avant-novembre, par exemple la presse religieuse, ont pu organiser rapidement des éditions. De nouvelles maisons d'édition ont été organisées, dans un contexte marchand, et de nombreux titres ainsi créés ont rapidement fait faillite.

Le marché des médias a donc connu une instabilité importante, une diversité de titres plus ou moins éphémères. De nombreuses revues éditées avant 1990 n'ont pas réussi à affronter cette nouvelle situation et ont disparu. En revanche, de nouvelles catégories de presse, les journaux à scandale et la presse gratuite d'annonces se sont rapidement développées et se portent actuellement très bien en Slovaquie.

Progressivement, les investisseurs étrangers ont pénétré le marché des médias slovaques. Le groupe Petit Press, propriété à 50 % du groupe Verlagsgruppe Passau, est l'éditeur des quotidiens *SME* et *Új Szó* en hongrois, de 27 périodiques locaux et de *Slovak Spectator*, publié en anglais. Le groupe suisse Ringier est l'éditeur du quotidien slovaque le plus lu, *Nový Čas*, et des périodiques du type *life style* ou de boulevard. Le quotidien *Hospodárske noviny* (*Journal économique*) est propriété du conglomérat germano-américain Holzbrinck et Dow Jones Investments (17). Enfin, l'entrée

(15) Selon les estimations de l'Association des éditeurs de la presse périodique de Slovaquie, pour 2005, cela représente 7,9 milliards de couronnes (environ 213,5 millions d'euros), avec une croissance de plus de 7 % par an. 42 % de ces recettes proviennent de la publicité pour les médias écrits, 41 % de la publicité pour les télévisions, 9 % de la publicité extérieure et 7 % de la publicité pour la radio. Les 2 % restant sont les recettes des médias informatiques (Internet) et de la publicité au sein des salles de cinéma. Source : SITA, 12 janv. 2006.

(16) Cf. I. SEČÍK, «La tendance de l'évolution du marché de la presse périodique en Slovaquie», *Otázky žurnalistiky*, vol. XXXVII, n° 3, 1995, p. 193.

(17) Cf. B. ONDRÁŠIK, «Comment la mondialisation et la concentration changent l'image des médias et de la communication médiatique universelle», *Otázky žurnalistiky*, vol. XLVII, n° 1-2, 2005, p. 22.

des éditions dans le système de vérification des tirages des périodiques ABC SR a beaucoup aidé à standardiser le milieu.

Le monopole de la distribution et de l'abonnement de la presse en Slovaquie, avant la Révolution de velours en 1989, était détenu par la Poštová novinová služba (PNS ou Service postal des journaux), créée en 1953. Cette dernière a réussi à garder sa position après le changement politique, mais l'augmentation du nombre de titres et les problèmes liés à la privatisation de la PNS, dont le début date de 1991, dans la période dite de la «petite privatisation», ont conduit cette entreprise à la faillite. Depuis 2000, la distribution de la presse périodique dans les mille kiosques à journaux en Slovaquie est réalisée par la plus grande société de distribution, Mediaprint Kapa, ainsi que par d'autres distributeurs de la presse moins importants (18).

### *La presse quotidienne et le succès des tabloïds*

A l'époque de la Révolution de velours, douze quotidiens étaient publiés. Après novembre 1989, la gamme s'est élargie, avec : *Národná obroda* (*Renouveau national*), *Nový Slovák* (*Le Nouveau Slovaque*), *Republika* (*neskôr Slovenská republika*) (*La République*, puis *La République slovaque*), *Slovenský denník* (*Quotidien slovaque*), *Verejnost' a Koridor* (*Le Public et le couloir*). Certains de ces titres étaient à orientation politique, souvent même une émanation directe d'un parti ou d'une tendance liée à la création de l'Etat slovaque. Le journal *Verejnost'* (*Le Public*), organe du mouvement politique *Verejnost' proti násiliu* (*Le public contre la violence*), a cessé d'être publié au moment de la naissance de la République et, en dehors du journal *Národná obroda*, toutes les autres publications citées ci-dessus ont disparu peu après la naissance de la République. Le journal *Slovenský denník*, organe du Mouvement des démocrates chrétiens, a disparu en dernier en 1994. En 2005, disparaît à son tour le journal *Národná obroda* (19), qui se voulait un successeur symbolique de *Národná Obroda* publié dans les années d'après la Seconde Guerre mondiale et dont la parution fut arrêtée après le coup d'Etat en février 1948.

(18) Cf. S. BREČKA, *op. cit.*, pp. 69-80.

(19) *Národná Obroda* était, au XIX<sup>e</sup> siècle, le nom d'un mouvement national animé par des intellectuels slovaques, à une époque où la langue et la culture slovaques étaient réprimées par une politique de «magyarisation» qui a provoqué le départ de nombreux Slovaques en exil et un réveil de la conscience nationale slovaque – Ludovít Stur a, par exemple, lors la dernière session de la Diète hongroise à Bratislava, présenté une requête afin de réintroduire le slovaque comme la langue d'enseignement dans les écoles primaires. Le journal *Národná obroda* avait cessé de paraître au temps du communisme pour réapparaître dans les kiosques en 1990. Considéré comme un quotidien de qualité, il a évolué d'une position initiale pro-Meciar vers des positions libérales modérées, puis est devenu porte-parole officiel du parti politique ANO, parti de la coalition du dernier gouvernement Dzurinda, qui n'est plus représenté au Parlement depuis les élections de juin 2006. Il avait un tirage de 8 500 exemplaires en avril 2005, puis a fusionné avec *SME*. Le journal *24 Hodiny* (*24 heures*), qui aurait dû devenir le successeur de *Národná obroda*, n'est sorti que quelques mois après, d'août 2005 à janvier 2006. Il a également disparu par manque de moyens financiers.

Les quotidiens publiés actuellement se déclarent indépendants et apolitiques, bien qu'ils n'arrivent pas à éliminer complètement leurs sympathies, soit à gauche soit à droite.

Le quotidien *Pravda* est toujours publié avec un tirage proche de celui du quotidien *SME*, créé en janvier 1993 et plutôt destiné à un public plus jeune. La crédibilité de ces deux titres auprès du public est la plus élevée de tous les quotidiens slovaques.

Dès 1945, *Pravda* (Vérité), équivalent slovaque du journal russe du même nom, était une publication du Parti communiste slovaque et avait le statut de journal d'Etat. Après la Révolution de velours, il est devenu le quotidien du Parti social-démocrate qui a succédé au Parti communiste. Désormais, placé plutôt au centre-gauche, il tire à plus de 75 000 exemplaires. Il est devenu, à l'été 2006, la propriété de la Société britannique Northcliffe International Ltd.

*SME* (*Nous sommes*) est un journal de tendance centre-droit, très clairement pro-américain durant toute la période du gouvernement de Dzurinda. Créé en 1993, il se vend à plus de 72 000 exemplaires. Martin Semecka, fils d'un des premiers signataires de la Charte 77 (20), emprisonné pour ses idées et ancien dissident lui-même, en a été rédacteur en chef jusqu'en octobre 2006. En septembre 1995, *Smena* (*L'Equipe*), l'un des plus anciens journaux slovaques, a fusionné avec *SME* et figure désormais sous son en-tête. En 2002, le quotidien *Práca* (*Le Travail*) fusionne également; ce dernier, considéré comme faisant partie de l'élite journalistique, publié même pendant l'époque communiste, était très populaire et très lu à cette époque et, après la Révolution, se consacre partiellement aux questions syndicales.

Les deux quotidiens *SME* et *Pravda* se livrent à une concurrence très rude, matérialisée notamment par l'introduction de nouvelles sections, comme les lettres des lecteurs, les *blogs*, ou encore des suppléments variés et réguliers. Il s'agit d'un duel de qualité, soutenu par des politiques de marketing assez offensives (21) et relayées par de nombreux spots publicitaires télévisés.

A côté de cette presse d'information quotidienne, le journal *Nový Čas* (*Temps nouveaux*), publié depuis le 1<sup>er</sup> août 1991, a désormais une place

(20) En 1976, des personnes venues de différents horizons se réunissent pour protester contre l'attitude répressive du gouvernement communiste de Gustav Husak contre un groupe de rock. Il s'agissait de faire respecter son engagement, signé en 1975 à la Conférence d'Helsinki, sur le respect des droits de l'homme et publié au *Journal officiel* (*Sbírka Zákonů*) en octobre 1976. En décembre 1976, la pétition nommée Charte 77 commence à circuler et à être signée par des personnalités du monde des arts et de l'université comme par de simples citoyens. La Charte 77 réunit 242 signataires au moment où la répression commence, mais elle continue néanmoins de circuler. Parmi ses signataires, on trouve le philosophe Jan Patočka, l'auteur dramatique Vaclav Havel ou encore des hommes politiques impliqués dans le Printemps de Prague. La Charte 77 devient dans les années 1970-1980 l'organe officiel de l'opposition au régime communiste. Elle est dissoute en 1992.

(21) Régulièrement, par exemple, *Pravda* organise des distributions en masse de ses journaux dans les rues des grandes villes.

prédominante. Successeur du journal *L'ud* (*Le Peuple*), ce quotidien a été racheté par deux entrepreneurs autrichiens et reformaté en *tabloïd*. Il s'agit du quotidien le plus lu en Slovaquie, vendu à plus de 185 000 exemplaires (tirage maximal observé de 250 000 exemplaires) et qui intéresse ses lecteurs avec des scandales, des rumeurs, des questions de sexe ou de criminalité. L'intention est clairement annoncée : l'objectif du journal est de proposer à une clientèle de masse une détente à travers des questions de société ou de la presse *people*. En 2005, les ventes ont encore augmenté de près de 7 %.

Citons aussi les journaux *Šport* et *Új Szó* (*Nouveau Mot*), journal de la minorité hongroise, connu avant 1989, lu par les Hongrois de Slovaquie méridionale (plaine du Danube) avec un tirage de 25 000 exemplaires.

La presse économique a bien réussi son développement. Ainsi, le quotidien *Hospodárske noviny* (*Les Nouvelles économiques*), membre de l'Association de la presse économique européenne, est l'évolution d'un hebdomadaire publié durant la période communiste. Il appartient désormais au réseau international germano-américain Dow Jones / Handelsblatt et se vend actuellement cinq jours par semaine à plus de 20 000 exemplaires (22). Ce quotidien subit cependant la pression concurrentielle du supplément économique de *Pravda*, qui paraît chaque lundi (23).

En ce qui concerne la presse quotidienne régionale, c'est le quotidien *Korzár*, publié à Kosice en Slovaquie orientale, qui connaît le plus grand succès. Titre du groupe Petit Press, il est publié depuis 1998 en tant que successeur de *Korzo* et est tiré à environ 35 000 exemplaires. En revanche, *Bratislavský Večerník* (*Le Soir de Bratislava*) est en baisse constante – en 2006, son édition aurait été provisoirement suspendue – : une presse régionale quotidienne au niveau de la capitale a de moins en moins d'intérêt quand la presse nationale correspond aux attentes des lecteurs de Bratislava et que de nombreux autres journaux, gratuitement distribués dans les boîtes aux lettres et à périodicité variée, fournissent des informations variées sur le quartier, la ville ou la région.

En effet, la distribution gratuite d'hebdomadaires venant des éditions Perex (24) et du groupe Petit Press dans les boîtes aux lettres à Bratislava et autres chefs-lieux régionaux est un nouveau phénomène élargissant l'offre depuis 2005. Le boom du plipostage va sans doute continuer : les habitants de Bratislava bénéficient en outre gratuitement des *Bratislavské noviny* (*Nouvelles de Bratislava*), *Župné noviny* (*Nouvelles du District*), *Istropolitán* et *Echo*, avec beaucoup d'actualités régionales et de très bons supports publicitaires.

(22) Avec une estimation de 200 000 lecteurs.

(23) Un autre quotidien économique s'était posé en concurrent du précédent en 1999, *Hospodárske denník* (*Le Quotidien de l'économie*), mais il n'a jamais réussi à dépasser quelques milliers d'exemplaires vendus et a finalement abandonné, en janvier 2004, sa version papier pour ne plus être disponible que sur Internet.

(24) Hardardské Investičné Fondy.

Le quotidien *Plus jeden deň*, entièrement en couleur, appartenant à la Société Plus 7 dní SARM, publié depuis septembre 2006, est le dernier arrivé sur le marché de la presse slovaque. Les thèmes traités informent le public sur le monde des célébrités, présentent annonces et publicités, programmes de télévision, cartes météorologiques, horoscopes, mots-croisés, etc. Il s'agit d'une alternative à *Novy Cas*, entre tabloïds et informations pratiques proposées par les autres quotidiens, qui paraît répondre à une attente de lecteurs peu attirés, en définitive, par l'information «*people*» ou les scandales.

Bien évidemment, les statistiques des tirages ne suffisent pas à rendre compte de la situation du lectorat des différents journaux. Le Centre de recherche des médias de la radio slovaque fournit un tableau de bord annuel ou biennuel, sur la base d'une enquête périodique (25). Globalement, entre 60 et 55 % des Slovaques déclarent lire un journal quotidien : 25,4 %, *Novy Cas*; 14 %, *Pravda*; 10,6 %, *Sme-Praca*; 6,8 %, *Sport*; 4,5 %, *Korzar*; 3,7 %, *Uj Szo* et 2,8 %, *Hospodarské Noviny*. La tendance relevée serait plutôt vers une diminution du nombre de lecteurs de journaux, avec une saisonnalité particulière : la fidélité aux quotidiens baisse quand les températures augmentent.

En définitive, même si des titres de quotidien ont été conservés, tous les journaux ont changé complètement d'image et de propriétaires. La configuration nationale de la presse quotidienne peut paraître actuellement assez stable, mais les conditions économiques du marché peuvent entraîner de nouveaux bouleversements à court terme.

Une évolution pourtant concerne l'ensemble de la presse quotidienne slovaque : tous les titres ont désormais leur site Internet, dont les statistiques de consultation sont en augmentation énorme, en corrélation avec l'évolution générale des liaisons Internet dans le pays (26). En effet, dès 1993, Internet a été utilisé pour distribuer la presse périodique sous forme de sites Internet. Les premières éditions sur Internet ont été d'abord proposées par les quotidiens. Les éditions *on line* les plus fréquentées, selon le sondage fait par [www.naj.sk](http://www.naj.sk) (site de *monitoring* de la fréquentation des sites), sont les pages de *SME*, *Nový Čas* et *Pravda*. De nombreux portails, comme *Mediaportal.sk*, *Medialne.sk* ou encore *Slovak Press Watch*, sont apparus récemment et connaissent un véritable succès, surtout auprès des jeunes.

(25) Enquête réalisée en mai 2006 par la méthode des quotas sur 3 372 personnes. Cf. <http://www.slovakradio.sk/>.

(26) Depuis la rentrée de septembre 2006, le groupe Orange propose, par exemple, un abonnement Internet permettant une connexion illimitée et à partir de n'importe quel endroit pour 800 couronnes par mois, soit 22 euros, par adjonction d'une simple carte sur un ordinateur portable. En 2005, la Ville de Bratislava a aménagé une liaison *wi-fi* non sécurisée sur la place de l'Hôtel de ville.

### *Les hebdomadaires : la faible diffusion des magazines d'actualité*

En 2000, ce sont au total 134 hebdomadaires, dont 44 nationaux, 79 régionaux et 11 locaux, qui sortaient en Slovaquie. Cette quantité témoigne d'une plus grande variété par rapport à la période antérieure à la Révolution de novembre.

Ce sont les magazines féminins, de société et de programme TV du type *Nový Čas pre ženy* (*Temps nouveaux pour les femmes*, de Ringier) ou *Báječná žena* (*La Femme merveilleuse*, de Spoločnosť 7 plus), produits par deux maisons d'édition rivales, qui dominent le marché des hebdomadaires nationaux. Le *Plus 7 dní* (*Plus 7 jours*) occupe la deuxième place parmi les hebdomadaires de société. Les titres traditionnels *Život* (*La Vie*) et *Slovenka* (*La Slovaque*) sont destinés à la famille, avant tout aux femmes. Le magazine de programme TV *Markíza* publie entre autres des articles sur les célébrités du *show-business*, en vue d'attirer surtout le public jeune. Parmi les dix premiers hebdomadaires, on trouve également *Vásarnap*, en hongrois, et *Katolícke noviny* (*Nouvelles catholiques*), organe de l'Eglise catholique.

En ce qui concerne les magazines d'actualités, quelques expériences ont été tentées. Ainsi, les Editions Ecopress n'ont pas réussi à lancer leur projet *Formát* (hebdo d'actualités) et *Live!*, qui appartient aux éditions Ela Publishing, n'a existé que peu de temps. Le seul hebdomadaire d'actualité sérieux actuellement est donc *Týždeň* (*La Semaine*), des éditions W-Press. Le dernier apparu est *Star*, des éditions StarPress, mais il s'agit plutôt d'un journal à scandales. Deux magazines économiques existent : *Trend*, créé en 1991 et tiré à 15 000 exemplaires, et *Profit*, bihebdomadaire dont la diffusion est en baisse. Le marché des hebdomadaires nationaux est réparti principalement entre les trois éditeurs : Ringier Slovakia, le *leader* en tirage (60 %) et en nombre de titres, Spoločnosť 7 Plus, avec 3 titres et 30 % du marché, et Petit Press. Un seul hebdomadaire en langue anglaise est diffusé en Slovaquie : le *Slovak Spectator*, hebdomadaire slovaco-américain qui met l'accent sur les relations transatlantiques.

Dans le segment des hebdomadaires régionaux, les éditions Petit Press ont presque le monopole du marché avec leur réseau de journaux *My* (*Nous*) : par exemple, *Liptov* à Liptovský Mikuláš, *Kysucké noviny* (*Les nouvelles de Kysucké*) à Čadca ou encore *Nitrianske noviny* (*Les Nouvelles de Nitra*) à Nitra. Sur 17 titres régionaux, seul le *Podtatranské noviny* (*Les Nouvelles de la région des Tatras*) appartient à Marmota Press (27), pour un tirage d'environ 15 000 exemplaires, soit moins de 4 % du tirage total de cette presse. Les journaux *City Express* ou *Bratislavsko*, distribués dans les boîtes aux lettres plus ou moins régulièrement en publipostage, complètent cette liste.

(27) Marmota Press est une entreprise coopérative indépendante de presse, créée en 1993.

L'évolution du marché des hebdomadaires est donc différente de celle de la presse quotidienne : un seul hebdomadaire d'information lu par moins de 1 % de la population – autant de lecteurs que la presse hebdomadaire économique –, tandis que plus de 17 % de la population lisent un magazine féminin, 15 % un magazine de société et près de 20 % un magazine TV. Comme 15 à 20 % des Slovaques se déclarent lecteurs de la presse hebdomadaire régionale, ce marché concerne donc plus des deux tiers de la population de plus de 14 ans. On peut remarquer la très faible présence de la presse pour enfants, adolescents et jeunes, un marché sans aucun doute porteur dans un avenir proche.

### *Une offre mensuelle limitée*

Comme les hebdomadaires, la presse mensuelle est dominée par les titres à destination de la famille (*Rebecca*) et des femmes (*Eva*, *Emma*), par les magazines de jeux (*Minimots-croisés*, *Lišiak*) ou encore de conseils, comme *Záhradkár* (*Jardinier*) ou *Zdravie* (*Santé*). Les abonnements au *Reader's Digest Výbe*, mensuel de vulgarisation scientifique, sont importants. Quant à *Karpathenblatt*, c'est un mensuel de la minorité allemande installée en Slovaquie. Dans cette catégorie, on trouve également des revues très spécialisées : *L'Amitié*, un outil au service de l'apprentissage du français, en est un bon exemple.

Globalement, le marché est très largement dominé par Spolocnost' 7 Plus, qui publie six des neuf principaux mensuels, dont les tirages restent cependant assez faibles (le maximum de 80 000 exemplaires vendus pour *Záhradkar* peut être comparé avec les 250 000 exemplaires de l'hebdomadaire *Novy Cas pre zeny*, du groupe Ringier).

En dehors des publications quotidiennes, hebdomadaires et mensuelles, il existe également des bimensuels, des trimestriels et d'autres types de magazines. Le ministère de la Culture, qui est l'organisme d'enregistrement central, compte plus de 1 600 enregistrements légaux, soit 5 fois plus qu'avant novembre 1989. Cependant, ce foisonnement cache une concentration de la presse, comme on l'a constaté, sur quatre principaux groupes de presse, dont un seul reste à capital slovaque.

## LES MÉDIAS ELECTRONIQUES

### *Une radio publique bien placée dans le contexte concurrentiel*

Plus de 85 % des Slovaques de plus de 14 ans déclarent écouter la radio, qui est le deuxième média le plus populaire après la télévision. La Radio publique occupe une place primordiale, puisque ses 7 programmes sont écoutés par plus de 60 % de la population.

Instituée en mai 1991 comme organisme de droit public, la Radio slovaque est actuellement organisée d'après la loi de 2003 (28) qui a reformé son statut, sa mission, ses fonctions, ses activités (dont les activités commerciales) et sa structure. Elle assume la responsabilité de son fonctionnement et ne rend des comptes que devant le Parlement. Elle dispose de plusieurs stations, dans l'ordre de part d'audience : *Radio Slovensko*, qui offre les programmes généraux pour tout public ; *Radio Regina*, programme à caractère régional ; *Radio FM*, qui diffuse la musique rock et pop ; *Radio Patria*, programme créé suite à la loi sur l'expression des minorités en Slovaquie et qui s'occupe des émissions à caractère minoritaire et ethnique (29) ; *Radio Devín*, qui propose une programmation culturelle. La Radio slovaque dispose également d'un site Internet, *Radio INET*, sur lequel sont notamment publiés les dépêches d'actualité et des reportages en anglais, français, allemand, espagnol et russe, rédigées par la sixième station, *Radio Slovakia International* (RSI) (30). Actuellement, sa nouvelle direction prépare une vaste réorganisation des structures de programmation, avec notamment pour objectif de faciliter la retransmission à l'étranger en langues étrangères et de fournir des renseignements complets sur la vie en Slovaquie.

Fin 2000, 26 stations privées de radio étaient implantées dans le pays, offrant au public un éventail considérable de genres musicaux ou bien des informations régionales et locales. Classée dans la catégorie de l'European Hit Radio, *Fun Radio*, en diffusant sa première émission le 10 juin 1990, fut la première station privée à s'installer sur le territoire slovaque. *Radio Expres* (31), *Fun Radio*, *Radio Okey* et *Radio Twist* (32), qui émettent de Bratislava, forment le groupe des stations multirégionales privées les plus écoutées.

Autres stations régionales à succès après 2000 en ce qui concerne la musique et l'actualité : *Rádio Východ* (33) (Prešov), *N-Rádio* (Nitra), *Rádio Rebeca* (Martin), *Rádio Kiks* (Michalovce), *Rádio Forte* (Trnava). *Radio Lumen* de Banská Bystrica (34) est la seule station privée confessionnelle.

En dehors des émissions de radio destinées aux minorités, seule la BBC dispose d'une diffusion significative sur le territoire slovaque. L'absence

(28) Loi n° 255/1991 et loi n° 619/2003, 4 déc. 2003. En 2006, la Radio slovaque fête pourtant son 80<sup>e</sup> anniversaire. La première émission radiophonique de Bratislava fut en effet réalisée en 1926.

(29) Cf. M. FOLLRICHOVÁ / G. ROUET, « Médias et minorités en Slovaquie », *EuroTimes*, n° 2, nov. 2006.

(30) Le précédent gouvernement avait supprimé au 1<sup>er</sup> juillet 2006 les émissions sur ondes courtes de RSI, les frais d'exploitation étant jugés trop élevés. Le gouvernement issu des élections de juin 2006 a depuis rétabli les activités de RSI.

(31) Radio Expres, propriété du groupe américain Emmis Communications, est crédité de 27,6 % d'auditeurs, Fun Radio, qui appartient en partie à la Société d'exploitation radio CHIC, de 11,9 %, Radio Okey, de 8,1 %, Radio Twist, de 3,2 %, d'après l'enquête de mai 2006 réalisée par le centre de recherches sur les médias de la Radio slovaque.

(32) Suite au changement de propriétaire, son nom est devenu, le 1<sup>er</sup> avril 2006, *Rádio Viva*.

(33) A disparu en 2006.

(34) Cf. S. BREČKA, *op. cit.*, p. 127.

totale de RFI ou de programmes en langue française est déplorée par les francophones et les étudiants, mais correspond hélas à la concrétisation de la stratégie d'implantation de cet opérateur, qui ne cherche pas réellement à se positionner en Europe. Cet état de fait est évidemment déplorable, d'autant plus que, avec la proximité de la frontière autrichienne, les habitants de la région de Bratislava peuvent suivre de nombreux programmes en langue allemande, que les radios tchèques sont écoutées dans le nord du pays et que plus de 400 000 habitants de la plaine du Danube déclarent écouter les stations de radio hongroises. La radio reste un média de diffusion linguistique et d'actualités pratiques, qui correspond à une attente des Slovaques, souvent amenés, notamment en voiture, à chercher à capter des stations intéressantes. Dans ce petit pays d'Europe centrale, la diffusion d'une chaîne de radio «européenne» aurait évidemment un sens!

### *La suprématie de la télévision privée*

#### *Le modèle des programmes concurrentiels de l'Ouest*

Comme la Radio publique, la Télévision slovaque a été constituée en mai 1991 et réformée en profondeur en 2003, sur le même modèle (35). Son financement provient de redevances, de recettes propres, de ses activités commerciales, de ses ventes de temps publicitaire et de subventions venant du budget de l'Etat. Elle diffuse deux chaînes : la chaîne nationale STV 1, *Jednotka*, et la chaîne STV 2, *Dvojka*, qui diffuse des programmes complémentaires, notamment les sports et des émissions documentaires, scientifiques ou culturelles.

La télévision et la radio publiques ont conservé, malgré leurs problèmes internes, la plus grande crédibilité par rapport aux autres médias du pays vis-à-vis du public. La part d'audience des deux chaînes de télévision est d'environ 20 % pour STV 1 et 6 % pour STV 2 en 2005. STV 1 couvre plus de 97 % du territoire pour 96 % de la population, tandis que STV 2 n'est reçue que par 89 % des Slovaques. Les deux chaînes produisent 60 % de leurs émissions et diffusent des programmes étrangers : 10 % américains, 5 % anglais, 4 % allemands, 4 % français et 3,4 % tchèques.

La Télévision publique connaît, comme la Radio publique, d'importants problèmes de financement et tente depuis plusieurs années d'obtenir une réforme des modalités de l'encaissement des redevances. Le licenciement de la moitié du personnel, en 2003, et la mise en place d'une nouvelle grille de programme, en 2004, ont permis d'éviter la faillite et d'envisager un apport plus important de recettes publicitaires, lesquelles ont effectivement doublé en six ans. Les ressources totales de la télévision slovaque s'élèvent à

(35) Loi n° 254/1991, puis n° 16/2003, 4 déc. 2003. La Télévision slovaque a commémoré ses 50 ans en 2006.

2,4 millions de couronnes en 2004 (65 millions d'euros), dont 75 % à partir de la redevance et des subventions d'Etat. La programmation, en 2004, de *Slovensko hlada Superstar*, concours de chanson en télé-réalité, marque un tournant pour la télévision publique, qui tente d'augmenter son audience et ses recettes publicitaires avec les armes de la concurrence.

Cette concurrence existe depuis 1996. Après avoir obtenu la première concession d'émission par le Conseil de la République slovaque, en 1995, la chaîne *Markiza* a commencé à diffuser ses émissions le 31 août 1996 à 19 h ; dix ans plus tard, *TV Markiza* est devenue la première chaîne de Slovaquie, avec près de 40 % de part d'audience : les programmes offrent peu d'information, avec plus de 60 % de temps d'antenne consacrés aux films sous-titrés ou aux séries américaines ; cette chaîne, diffusée sur 85 % du territoire, concentre les trois quarts des recettes publicitaires de l'ensemble du marché slovaque – l'audience a cependant tendance à baisser actuellement, au bénéfice essentiellement de *TV Joj*, qui, installée en 2002, recueille désormais 13 % de l'audience en couvrant seulement 61 % du territoire (65 % de la population) : formatée pour un public jeune, cette chaîne propose plus de musique, moins de séries et du sport ; cette chaîne a introduit pour la première fois en Slovaquie la télé-réalité, avec l'émission de 2004 *Dievca za million (Une fille pour un million)*, entièrement écrite et réalisée par des professionnels slovaques. La chaîne publique a presque aussitôt suivi, avec son *Superstar*, puis *TV Markiza* est entrée dans cette démarche. Après un engouement important en 2005, on constate un certain « tassement » de l'audience pour la télé-réalité.

#### *La présence des canaux étrangers*

En 2001, la chaîne câblée *TA 3*, chaîne slovaque d'information en continu, a été créée par un ancien porte-parole du Premier ministre Mikulas Dzurinda. Son audience, en augmentation, est d'environ 6 % en 2005. Plusieurs autres chaînes locales sont également détentrices d'une licence. Depuis le 10 mai 2006, *TV Lux* et *TV Noe*, de nouvelles chaînes chrétiennes, émettent, par satellite et par câble, des programmes télévisés à caractère chrétien et familial. Les chaînes *TA 3* (95 %, société J&T) et *TV Markiza* (société CME (36)) sont entre les mains d'actionnaires étrangers.

Les sociétés UPC Slovensko et SATRO (37) sont les plus importants prestataires du signal télévisé par câble. La situation sur le marché publicitaire s'est standardisée suite à l'installation des équipements électroniques mesu-

(36) Le Conseil de la diffusion et de la retransmission a prolongé, le 7 mars 2006, la licence de diffusion pour les douze années à venir pour *Markiza* et *Joj*. La société Markiza-Slovakia est contrôlée par la SARL Media Invest, la SA ARJ (tchéco-anglais) et Central European Media Entreprise (CME, sous contrôle américain).

(37) Cf. S. BREČKA, *op. cit.*, pp. 130-134.

rant l'audience pour les différentes chaînes en octobre 2004 (Local People Meter ou LPM) (38). Plus du tiers des antennes slovaques peuvent recevoir les chaînes tchèques *Nova* et *CTI*, 28 % captent les chaînes hongroises, 22 % les autrichiennes et 15 % les polonaises. La vente des récepteurs paraboliques est cependant en progression.

L'offre de chaînes par les opérateurs du câble est très variable selon les régions. Dans la plupart des cas, *ARTE* et *TV5* sont proposés, plus rarement *Euronews*, tandis que *CNN* et *BBC World* font partie, avec quelques autres chaînes anglophones, du bouquet proposé d'une quarantaine de chaînes, dont les chaînes des pays voisins : Pologne, Tchéquie, Autriche, Hongrie et Allemagne. Une seule chaîne russe – la première chaîne publique – est incluse généralement. Concernant *TV5*, les opérateurs ont toute latitude de proposer la chaîne ou non et certains prestataires ont déprogrammé la chaîne sans préavis ni justification.

Les chaînes de télévision diffusant à bas coûts, comme *TVin*, sur Internet depuis 2004, et *TV Paprika*, depuis janvier 2005, ont enrichi l'offre et la situation devrait encore changer rapidement, avec l'implantation progressive de la diffusion numérique (39). Les radios et les télévisions privées sont regroupées au sein de l'Association des stations de radio et des chaînes de télévision indépendantes de Slovaquie.

#### *Peu de créations en propre*

Globalement, la Slovaquie produit très peu de créations pour la télévision : cinq séries durant les dix dernières années. En 2005, 14 documentaires de moyens- et longs-métrages ont été réalisés par *STV* et 17 courts-métrages. Sur les 2 284 films diffusés en 2005 par *TV Markiza* et *TV Joj*, 56 % étaient américains, 30 % européens – moins de 5 % slovaques. Les films français sont néanmoins présents, au moins en audience : parmi les cinq films ayant réuni le plus grand nombre de spectateurs en 2005, le 3<sup>e</sup> (*Lagardère*, 2003) et le 4<sup>e</sup> (*Je serai toujours près de toi*, 2004) sont français, avec, respectivement, 27 et 22 % de part d'audience. Les trois autres films classés sont tchèques, notamment les deux premières audiences, durant la nuit de Noël et le jour de l'an, avec *Trois noix pour Cendrillon*, de 1973.

Le film slovaque, en dehors du documentaire, a connu une très grave crise jusqu'en 2005. Il dépend en majorité, même depuis novembre 1989 et après la naissance de la République slovaque en 1993, des subventions accordées sur le budget de l'Etat par différents programmes de subvention du ministère de la Culture (40). Deux longs-métrages ont été produits en

(38) Cette mesure, effectuée par Taylor Nelson Sofres SK (TNS), a démontré que l'audience réelle de toutes les chaînes télévisées était inférieure aux estimations précédentes.

(39) La diffusion analogique devrait s'arrêter en 2012.

(40) *Report on the Slovak Audiovisual Situation in 2005*, Media Desk Slovakia, Bratislava, 2006.

Slovaquie en 2004. En 2005, deux films slovaques et quatre films en co-production ont été réalisés, dont *Vendredi ou un autre jour*, d'Yvan Le Moine (BE/FR/IT/SK), les trois autres par des réalisateurs slovaques ou tchèques. C'est l'accèsion à l'UE, les réformes économiques, qui ont accru le crédit du pays, et l'augmentation des subventions d'Etat qui expliquent cette reprise des activités cinématographiques slovaques – au moins six autres films seront également achevés en 2006, tandis que les réalisateurs de documentaires de la jeune génération travaillent en coopération avec l'étranger et leurs films sont présentés avec beaucoup de succès dans divers festivals.

Plusieurs stations de radio et chaînes de télévision bénéficient de la possibilité de présenter leurs émissions *via* Internet, sous forme de TV ou de radio *online*. Dès 2004, les *blogs* (sites Internet personnels) ont connu un grand succès et se développent depuis considérablement. Le portail [www.zoznam.sk](http://www.zoznam.sk) est un serveur d'actualités et de reportages d'un type nouveau, qui offre un aperçu détaillé des sources d'informations sur l'Internet slovaque, une revue de presse quotidienne, les sports, des renseignements émanant de différentes agences, des programmes de télévision, la météo, la présentation des événements culturels, *etc.* Depuis le début 2006, ce site est en tête en ce qui concerne le nombre de consultations, derrière les sites de petites annonces.

#### LES JOURNALISTES EN SLOVAQUIE : ORGANISATION ET FORMATION

Le Syndicat slovaque des journalistes (SSN), constitué le 5 janvier 1990, est la plus importante organisation professionnelle de journalistes en Slovaquie (41). Organisme à but non lucratif, professionnel et syndical, indépendant de tout intérêt politique ou idéologique, le SSN est membre de la Fédération internationale des journalistes installée à Bruxelles et regroupe la majorité des journalistes exerçant dans les médias écrits ou électroniques et dans les agences de presse en Slovaquie. Ses 2 500 adhérents sont répartis dans les sections régionales installées dans toutes les capitales régionales. Un code d'éthique a été produit en 1990, incluant quelques clauses de protection de l'indépendance des journalistes contre les éditeurs.

Depuis 1952, un département de journalisme est organisé au sein de la Faculté des Lettres de l'Université Comenius de Bratislava. En novembre 1989 les enseignants marqués par l'idéologie communiste sont écartés, tandis que ceux qui avaient été exclus après 1968 sont réhabilités et intégrés – certes, pour peu de temps, vu leur âge. En 1992, les trois chaires existantes fusionnent et les programmes sont restructurés en prenant

(41) Une autre organisation des journalistes est l'Association des journalistes slovaques, qui, en 2004, regroupaient des journalistes partisans de Vladimir Meciar.

modèle sur les Ecoles supérieures de journalisme d'Europe et des Etats-Unis (42).

D'autres universités slovaques organisent également un enseignement pouvant mener à des carrières de journalisme. Des études de communication sont ainsi proposées à Nitra ou à Trnava depuis plus d'une dizaine d'années. Les étudiants des chaires de langues ou de littératures peuvent également suivre un enseignement dans le domaine de la communication à Banska Bystrica ou bien à Prešov. Enfin, depuis septembre 2002, des études de journalisme sont proposées à l'Université catholique de Ružomberok. Une Académie des médias, première école supérieure de journalisme privée, devrait être organisée prochainement, sous la tutelle du Syndicat slovaque des journalistes.

La recherche en journalisme était organisée à l'Institut d'études de journalisme, devenu en 1997 le Centre national de communication (NCKM), puis, en 2000, le Centre d'informations de médias (MIC). Ce centre publiait des analyses, éditait l'*Annuaire des médias de la République slovaque* et une revue périodique spécialisée, *Otázky žurnalistiky* (*Questions du journalisme*). Depuis la disparition de ce centre, la recherche est réalisée avec les subventions d'Etat et la revue spécialisée *Otázky žurnalistiky* est intégrée à la chaire du journalisme de Bratislava, avec, en principe, une édition en cahier double deux fois par an.

Les chaires de journalisme et de communication des établissements supérieurs organisent conjointement ou séparément des conférences sur les problèmes actuels des médias, auxquelles spécialistes et experts des chaires partenaires ou des instituts des pays membres de l'UE sont souvent invités. C'est grâce aux contacts établis avec des partenaires étrangers, notamment avec le Centre de formation et de perfectionnement des journalistes (CFPJ) de Paris ou le Centre d'études et de recherches interdisciplinaires sur les médias en Europe (CERIME) de l'Université Robert Schuman (Strasbourg), que les programmes d'études comme la recherche peuvent contribuer au développement d'un journalisme slovaque indépendant et professionnel dans un contexte européen.

#### DES MÉDIAS HORS ALLÉGEANCE

Les médias sont nombreux et variés en Slovaquie : la presse est relativement bien développée, la radio publique remplit sa mission de service publique – à la satisfaction des auditeurs – et la télévision, principalement commerciale, est très populaire.

(42) Cf. J. VOJTEK, «D'où vient-on et où va-t-on?», *Curriculum de la Chaire du journalisme*, Faculté des Lettres de l'Université Comenius, Bratislava, pp. 15-21.

La situation actuelle est pourtant issue d'une courte mais très rapide évolution et constitue la conséquence de l'ouverture des marchés et d'une concentration. L'arrivée des groupes médias étrangers a correspondu, à partir de 1989, à la demande du public : la presse s'est rapidement développée et, désormais, tous les principaux quotidiens, magazines et plusieurs importantes stations de radio sont privés, tandis que les services publics ont été affaiblis.

Au niveau du traitement de l'information, l'observateur européen, peut-être surtout français, peut avoir l'impression d'une méconnaissance des positions des autres pays européens, d'une fascination pour les points de vue américains et anglo-saxons, alors que l'image de la France, par exemple, est globalement positive (43). Une rapide analyse d'une semaine de quotidiens ou de la couverture de plusieurs événements (le «non» au référendum français, la crise des banlieues en France, la négociation du budget européen sous présidence anglaise et le problème de la Politique agricole commune) aboutit à une conclusion évidente : les informations anglo-saxonnes sont globalement reprises par la plupart des journalistes slovaques qui, pourtant, s'attachent à faire leur métier en toute indépendance. Il s'agit peut-être, bien évidemment et par un mécanisme d'auto-censure plus ou moins involontaire, d'anticiper les attentes des publics et des électeurs, notamment durant la période des gouvernements Dzurinda (1998-2006), ouvertement pro-américains. Même si le manque d'intérêt du public slovaque pour les affaires européennes et internationales paraît globalement évident, cette explication ne suffit bien évidemment pas. Plus prosaïquement, la langue de travail des journalistes slovaques est l'anglais et leurs sources d'information privilégiées, anglophones (44). Surtout, après plus de dix ans de suprématie de l'anglais au sein du système d'enseignement supérieur, les possibilités d'expérience des journalistes ou d'étudiants dans les pays partenaires sont limitées (45).

L'augmentation des échanges et la restructuration des études de journalisme, avec des partenariats européens, contribueront à faire évoluer cette situation. L'intégration de la Slovaquie au sein de l'Union européenne est également un facteur d'évolution du traitement des informations internationales par les médias : les Slovaques partenaires sont désormais acteurs de la construction européenne et, à ce titre, ont besoin de comprendre, de comparer, d'évaluer les différentes positions politiques européennes. Enfin, certaines nouvelles initiatives procèdent d'une démarche radicalement diffé-

(43) E. BILLIAUD, *La Situation des médias en Slovaquie et la place de la France et de la culture française*, Mémoire de Master «Spécialistes politiques et juridiques de l'Europe centrale et orientale», Université de Reims-Champagne-Ardenne, sept. 2005.

(44) Des journalistes interrogés ont clairement signalé le manque de dynamisme de l'AFP, comparativement à Reuters. Très peu de dépêches AFP sont utilisées par la presse slovaque. De plus, les niveaux de financement des médias excluent la possibilité du recourt aux correspondants locaux.

(45) Il convient de mentionner que l'émigration aux Etats-Unis fut la plus massive. Il résiderait outre-Atlantique plus de deux millions de «Slovaques».

rente, comme le site d'information [www.euractiv.sk](http://www.euractiv.sk), encore à diffusion confidentielle, mais qui constitue une base d'information européenne constructive et efficace.

Jusqu'en 2000, aucune loi ne limitait la concentration. Le marché national est désormais assez concentré : les médias sont entre les mains de quelques investisseurs nationaux et étrangers. Parmi eux, le groupe média Markiza (46) est un des plus puissants, détenant la première chaîne de télévision, le deuxième hebdomadaire, la cinquième radio. En numéro deux, le groupe média Ivan Kmotrik possède la *TV Joj*, 3<sup>e</sup> chaîne de télévision, Mediaprint, le plus grand distributeur de journaux, quatre maisons d'éditions et la plus grande agence de publicité slovaque (EURO RSCG Artmedia). Le groupe Petit Press, pour moitié propriété de Passaeur Neue Presse, dirige *SME* et de nombreuses autres publications. Enfin, le suisse Ringier, qui détient notamment *Novy Cas*, a la plus grande proportion de lectorat slovaque avec l'ensemble de ses publications (environ 60 % du marché total).

Cela étant, alors que toute la presse slovaque est privatisée, que les ondes ont été ouvertes aux radios et télévisions commerciales, que des investisseurs étrangers se sont introduits sur ce marché, le service public reste en relativement bonne position, avec deux chaînes suivies par un gros quart de la population, trois radios publiques respectivement aux première, troisième et cinquième places et une agence de presse. Cet attachement de la population slovaque à un service public de radio et de télévision est-il une caractéristique culturelle, un héritage de l'ancien régime ou bien un type de comportement collectif de défense contre une intrusion trop massive de la logique commerciale ?

D'un point de vue politique, même si la concentration des médias paraît relativement élevée, le niveau de pluralité des médias peut être évalué positivement après treize années d'indépendance : depuis 2003, il n'existe plus ni télévision ni journal ou publication favorable au gouvernement. De plus, une rapide analyse des programmes montre bien que les radios et télévisions publiques exercent effectivement leur mission de service publique en dehors de toute allégeance au gouvernement.

\* \*  
\*

La Slovaquie a longtemps été considérée comme le mauvais élève des anciens pays communistes d'Europe de l'Est, et, ce, à cause d'un «*déficit*

(46) Le groupe Markiza a été cofondé par Pavol Rusko, devenu ensuite ministre de l'Économie du gouvernement Dzurinda – jusqu'au 24 août 2005. En intégrant le gouvernement, il avait cédé ses parts à Frantisek Vizvary, devenu par la suite son conseiller au ministère. «*Malgré*» ces liens entre médias et politique, le Parti ANO a été l'un des grands perdants des législatives de juin 2006. Il est vrai que les médias possédés par le groupe Markiza ont peu d'audiences motivées par les reportages ou les journaux d'informations.

*démocratique*». Même si la période 1993-1998, marquée par un euro-scepticisme et des méthodes de gouvernement autocratiques, peut motiver ce jugement, l'histoire de cet Etat démocratique et de son économie de marché est courte et tous les obstacles ne sont pas encore levés. L'évolution des médias relève, autant qu'elle y contribue, de la construction d'une société démocratique.

Comme la position centrale du pays et ses frontières rendent difficile l'attribution de nouvelles fréquences de radio ou de télédiffusion (47), la concurrence va se poursuivre avec, semble-t-il, les mêmes acteurs : la radio *Expres* gagne du terrain, la *TV Markiza* en perd principalement au profit de *TV Joj* et les deux grands quotidiens d'informations *SME* et *Pravda* poursuivant leur duel à renfort d'innovations.

Le gouvernement issu des élections de juin 2006 a prévu dans son programme la mise en place de lois permettant de créer les conditions légales et institutionnelles pour «*le développement des mass-media [...], la transparence de la propriété et la pluralité [...afin de permettre aux citoyens] l'exercice de leurs droits constitutionnels de liberté d'expression et d'information*» (48). Il est également question d'intégrer «*l'éducation aux médias au sein du système éducatif de la société*».

L'évolution du marché des médias en Slovaquie, comme ailleurs en Europe, viendra peut-être plus rapidement de nouvelles pratiques liées au développement technologique. Toutefois, comme la démocratie, ces pratiques s'appriivoisent.

(47) Entretien avec Valeria Agocs, présidente du Conseil de l'audiovisuel et de la transmission slovaques, mai 2005.

(48) «The manifesto of the government of the Slovak Republic», août 2006, p. 43.