



(v99.1)

l'antichambre

fragments

sédiments

Réforme économique et journalisme économique: Le cas des médias de masse bulgares en période de transition

résumé

sommaire

bio

par [Slavka Antonova](#)

Doctorante en communication - Concordia University (Montréal)

© Slavka Antonova - 1999 - Tous droits réservés.

Cet article est aussi disponible en [format PDF](#)

▲ Résumé

Au début des années 1990, avec l'arrivée la démocratie dans les pays d'Europe de l'Est, les médias de masse en Bulgarie se sont avérés les acteurs les plus engagés dans la reconstruction sociale et dans le processus d'identification. Nous présentons une étude de cas de ce phénomène à partir d'extraits de journaux bulgares les plus populaires et des observations professionnelles de l'auteur. L'accent est mis sur la dynamique du journalisme économique avec en arrière-plan les réformes économiques menées dans le pays. Les deux axes d'analyse retenus sont la mise en marché des premiers périodiques d'affaires et l'accroissement de la place de l'information économique dans les autres périodiques privés et politiques.

[Abstract](#) | [Resumen](#)

Descripteurs: démocratie, Europe de l'Est, média de masse, reconstruction sociale, processus d'identification, journalisme économique, périodiques d'affaires



▲ Sommaire

[Introduction](#)

[Les dialectiques de la réforme économique](#)

[La réforme économique: une approche mass-médiatique](#)

L'information économique comme l'une des priorités des médias de masse

Conclusion

Notes

Références



▲ **Introduction**^[1]

Compte tenu des réformes politiques et économiques en Europe de l'Est, les médias de masse se retrouvent dans une position ambiguë. D'une part, ils "souffrent" des conséquences de ces réformes et deviennent ainsi des objets d'expérimentation en matière de gestion. À titre d'exemple, à la mi 93, des journaux privés bulgares parmi les plus populaires ont réagi vivement à la décision gouvernementale d'imposer une taxe de 22% sur les profits des périodiques. Dans ce contexte et à l'initiative du groupe de presse "168 heures", est née une Union des éditeurs privés qui s'est fixé pour but de protéger les entreprises du domaine de l'édition contre les demandes excessives du gouvernement.

D'autre part, les médias de masse jouent un rôle actif en tant que partenaires et opposants aux réformes économiques. Ils sont partenaires en tant que médias de masse car c'est par leur intermédiaire que les politiciens entrent en contact avec la société. Dans un contexte de transition, ce contact joue un rôle crucial pour obtenir l'appui social et établir un lien de confiance. Mais les médias assument également une fonction d'opposition dans la mesure où leur mandat est de protéger les intérêts du public contre des actions politiques qui peuvent devenir une menace.

Avec en arrière plan cette dépendance dialectique entre les médias de masse et l'environnement socio-historique, l'étude de cas que nous présentons à partir de l'expérience bulgare met en évidence certains aspects nouveaux d'un système de communication en transition. Cette étude couvre plus spécifiquement les quatre premières années qui ont suivi le plenum du 10 novembre 1989 au cours duquel le comité central du parti communiste bulgare a mis fin au système de parti politique unique.

En tant que partie prenante du système social, les médias de masse ont vécu des changements sur trois plans au moins. Premièrement, en termes de fonctionnement, le système des médias de masse, en particulier les journaux, s'est diversifié sous la pression de la démocratisation de la vie politique. L'ancienne propagande de presse a été remplacée par une variété de périodiques partisans ou commerciaux.

Sur un deuxième plan, ces transformations ont été ressenties à l'échelle de l'information elle-même. Les besoins en information et l'intérêt public sont devenus un critère prioritaire dans l'établissement des politiques des éditeurs. Au cours des périodes de brusques changements socio-politiques, ces besoins deviennent alors directement liés au parcours des réformes du pays. Compte tenu des mécanismes d'influence mutuelle, les sujets politiques et économiques ont ainsi prédominé dans les médias de masse et ont modelé directement l'image du journalisme bulgare. À ce niveau, les médias de masse ont pu avoir un impact sur l'environnement social. Ils ont influencé directement ou indirectement les décisions managériales par la présentation répétée d'expériences sociales, d'idées et d'attitudes tout en assumant un rôle de protection des intérêts sociaux vis-à-vis des actions des pouvoirs publics.

Sur un troisième plan, il faut considérer les politiques de financement et de gestion des médias de

masse nationaux compte tenu de la spécificité de la période de transition. La disparition des subventions d'État accordées auparavant aux périodiques politiques, le développement d'un libre marché avec la concurrence qui lui est inhérente, et en parallèle, le maintien de quelques secteurs monopolistiques dans l'industrie de la publication ont constitué à un autre niveau plusieurs facettes de l'interaction entre l'environnement social et les médias de masse. De plus, ces politiques ont joué un rôle déterminant pour plusieurs périodiques privés ou d'État ainsi que pour des stations de radio.

Les deux principaux paradigmes de cette présente étude - les médias de masse comme sujet des réformes économiques, mais aussi de l'autre côté comme l'un des objets de celles-ci - ont été étudiés en profondeur dans un livre publié en Bulgarie par l'auteure sous le titre *Le journalisme d'affaire* en 1995. Le présent article se penche sur le premier de ces paradigmes et présente des observations globales et les tendances observées sur cette question.

▲ Les dialectiques de la réforme économique

Dans des situations de crise sociale telles que le changement majeur des systèmes socio-économiques et politiques des pays de l'Europe de l'Est à la fin des années 80, le besoin d'information à l'échelle sociale a été considéré comme un critère important pour le maintien de la stabilité. Les médias de masse ont non seulement établi un pont entre la population considérée comme un auditoire national et les instances politiques au pouvoir, mais ils ont simultanément lié les individus et les groupes sociaux par une confirmation des nouvelles valeurs sociales mises en place. Cependant, les changements dans l'orientation des valeurs dont notamment celles concernant les processus macroéconomiques, se sont avérés les plus difficiles à établir. Ils sont entrés en conflit avec les structures psychologiques et cognitives existantes mais ont été accélérés par les impératifs de la réalité. Dans les premières années de la transition en Bulgarie, la réforme économique, en particulier au plan monétaire, a affecté les individus par l'abaissement de leur niveau de vie et a créé un climat d'incertitude quant aux perspectives de travail et de niveau de vie à l'échelle de la famille[2].

L'établissement d'une économie de libre marché a provoqué une apparition rapide d'une division sociale à propos du statut de la propriété, ce qui a causé des tensions qui ont pu prendre la forme de protestations organisées. Au milieu de l'année 1991, suite à la réalisation d'un sondage à grande échelle, le "International Social Justice Project" a conclu que la majorité des habitants des pays de l'Europe de l'Est, dont les Bulgares, "avaient encore une orientation fondamentalement égalitaire et étatique qui allait à l'encontre du laisser-faire et de la décentralisation des réformes implantées dans la région" (Mason, 1995, p. 393). Appelés à formuler un postulat sur le revenu juste et équitable d'un directeur d'entreprise par rapport à celui d'un travailleur non-qualifié travaillant dans une usine, les répondants ont établi un écart de 2,5 (le plus haut revenu devant être 2,5 fois plus élevé que le plus bas) ; à comparer avec un écart 4 fois plus grand dans les pays capitalistes. La majorité de la population dans les huit pays d'Europe de l'Est (de 56 à 84%) considérait fermement que "le gouvernement devait offrir un emploi à tous ceux qui en voulaient". Sur la base de ces résultats, la conclusion selon laquelle "le courant d'égalitarisme économique est lié à une conception de la justice qui réclame une rémunération distribuée sur la base des besoins autant (ou plus) que sur le mérite ou le désir" (Ibid., p. 389) constitue une référence claire à l'héritage socialiste.

Dans les pays d'Europe de l'Est, les années 90 ont débuté sous le signe des réformes économiques et vont probablement le demeurer. Étant donné les divergences d'opinions des politiciens et des experts économiques en matière de transition, les réformes économiques ont été menées sur deux plans: conceptuel (théorique) d'une part et pratique (opératoire) d'autre part. Les premières ont eu une portée majeure. D'une part, c'est la solidité des fondements conceptuels qui a prédéterminé le succès ou l'échec des actions entreprises. D'autre part, les critères de réussite des décisions managériales ont été formulés en termes de buts, modèles, étapes et priorités.

La transition d'une économie centralement planifiée notamment caractérisée par la nationalisation vers une économie de type capitaliste avec une régulation assurée par le marché constitue un fait unique et sans précédent. Ceci pourrait expliquer pourquoi ce processus demeure encore fragile dans certains pays dont la Bulgarie.

Néanmoins, les réformes économiques en Europe de l'Est ont fait l'objet d'une même compréhension de la crise elle-même, de ses origines et de ses paramètres de la part des politiciens et des économistes. Un des adhérents au socialisme démocratique, membre de l'Académie des Sciences, Ivan Illiev, a fait le portrait de l'affaissement économique dans une analyse effectuée après les événements politiques de novembre 1989:

L'économie est en crise. L'aliénation des travailleurs du secteur gouvernemental a atteint un état critique. La production et le commerce extérieur, en particulier les exportations, stagnent. La dette extérieure a atteint la somme astronomique de 10,5 milliards de dollars américains au-delà du minimum critique et excède régulièrement les revenus dans la même devise. Les services deviennent difficiles à maintenir. On constate un manque général de biens et de services, de matières premières et de machines productrices sur le marché intérieur. On note une tendance à la diminution de l'efficacité. Les prix de tous les produits et services augmentent. Les subventions s'élèvent ainsi que le statut financier de la population, des entreprises et des organisations financièrement indépendantes. Le budget gouvernemental s'est soldé par un déficit et sa dette envers le système bancaire et la population grandit. La nature profonde de la crise économique montre ainsi une déformation importante dans les relations de propriété (1990, pp. 48-49).

Les faits ont été si éloquents qu'il n'a pas été nécessaire pour les médias de masse d'aller au-delà de la simple reconnaissance de l'existence de la crise. Il y a eu un consensus social préliminaire sur cette question. C'est pourquoi les efforts sociaux n'ont eu qu'un but principal - choisir le modèle de développement économique le plus pertinent pendant les premiers mois de la transition.

Les idées et les arguments allaient dans deux directions principales:

1) L'économie politique du vingtième siècle offre au moins quatre ou cinq conceptions majeures de la nature des relations de marché et des crises économiques et donne deux fois plus de "recettes" pour la régulation des processus[3].

2) Les modèles traditionnels de politiques économiques peuvent être réduits à deux choix: conservatisme ou libéralisme. Néanmoins, étant donné les conditions spécifiques des pays post-socialistes, la soi-disant troisième voie de développement a créé de grandes attentes. Celle-ci intégrait des relations économiques combinant des éléments du capitalisme et des valeurs humanitaires socialistes (sur le modèle de l'État-providence). Selon certains dirigeants de l'Europe de l'Est, ce modèle pouvait expliquer le haut niveau de vie en Suède, en Allemagne, en Norvège et au Canada. Lors d'un entretien publié dans le quotidien français *Le Monde*, on a demandé à la première ministre polonaise Hana Suhotska si "l'économie sociale de marché" à laquelle M. Mazovetzki et elle-même faisaient référence, pouvait être présentée comme une spécialité post-communiste ou comme un modèle déjà existant. La première ministre a répondu en ces termes:

Disons que nous parlons d'un système sur lequel le gouvernement allemand et dans une certaine mesure, le début de l'ère Thatcher était basé. Cela ne veut pas dire que nous accordons une entière liberté au libéralisme économique, mais il faut tenir compte des

conditions sociales qui engagent l'État dans ce que l'église appelle "le principe de subsidiarité", c'est-à-dire ce qui vise à limiter le rôle de l'État à ses obligations qui ne peuvent être exercées par les communautés, les syndicats, les familles ou les citoyens (1992).

Soulignons que l'adoption et la réalisation du "modèle suédois" doivent être considérées comme deux dimensions distinctes à cause des réalités historiques, socio-économiques et socio-psychologiques. À cet effet, l'économiste bulgare, le professeur Lalju Radulov, a eu raison d'écrire que "l'émergence du socialisme social-démocrate est le produit d'un terrain fertile mûri pendant des siècles". En conclusion, il considère que:

l'économie sociale de marché ne peut pas émerger de façon spontanée, et ceci dans un État remodelé. Elle présuppose des forces productrices très développées, et sur cette base un haut niveau de vie, un degré élevé de maturité politique et morale ainsi qu'un État de droit démocratique. Cependant, le réalisme impose une conclusion plus fine et nuancée sur la nécessité d'un développement intensif d'une économie classique de marché. À savoir s'il faut que le sens de l'initiative, des responsabilités et de l'ordre concernent tout le monde afin de créer les conditions économiques sans lesquelles il serait impossible de parler d'économie sociale de marché. (1992, pp. 9-10)

Les arguments soutenant cette vision spécifique sur le but et le parcours de la réforme économique ont été puisés à la fois dans des constructions théoriques et des expériences étrangères. À travers les médias de masse, les faits saillants des batailles politiques ont proliféré et ont rempli l'espace public alors qu'au même moment, les arguments politiques ont souvent occulté les arguments économiques.

Les périodiques favorables à l'opposition politique ont critiqué les programmes de réforme économique en vigueur ou leur absence, alors que ceux qui appuyaient la formation politique au pouvoir énonçaient le bien-fondé de la voix choisie (par la voix même des auteurs des réformes). Fatigués d'être une cible de la propagande depuis des décennies (depuis l'établissement du socialisme à la fin de la Deuxième Guerre mondiale), les lecteurs ont tourné leur attention vers les périodiques qualifiés d'indépendants et en particulier vers les quotidiens privés.

L'auditoire national a expérimenté un processus d'émancipation rapide. Certes, cette émancipation a été marquée par une hésitation à s'identifier à une position politique et par un manque de confiance envers le rôle social des médias de masse, mais la détermination de l'auditoire à développer des attitudes indépendantes vis-à-vis des réalités politiques et économiques à partir de plusieurs sources d'informations a été perceptible.

La concrétisation du droit à une information régulière, complète et fiable a servi d'indicateur pour montrer le début de l'émancipation du public, ce qui ne constitue qu'une partie du processus de démocratisation et par conséquent du changement des valeurs sociales. Une société démocratique est également comprise en termes de positionnement de l'individu-citoyen. Celui-ci doit développer le besoin d'un contact permanent avec les sources d'information, les compétences pour avoir une lecture critique vis-à-vis des informations proposées, autrement dit construire une culture critique vis-à-vis de l'information. "Une société libre devrait développer sa propre culture critique", a signalé le professeur Robert McDuff lors de la Conférence sur les droits humains qui s'est déroulée à Sofia à la fin du mois de janvier 1991 dans le contexte du renouvellement constitutionnel et législatif de la Bulgarie. "Il est très important de dire aux enfants, même tous jeunes, qu'ils doivent simultanément obéir au gouvernement en tant que citoyens et le critiquer quand ils estiment que ce dernier commet des erreurs" (1991, p. 61).

▲ La réforme économique: une approche mass-médiatique

Depuis le début des réformes, la dynamique de la transition économique a été centrale, tout en demeurant un sujet difficile à couvrir par la presse bulgare. En premier lieu, la notion même de "réforme" suggère une rupture avec le journalisme d'antan, tout comme elle évoque l'instabilité pour le nouveau. Ce bouleversement a traversé le coeur du système économique national puisqu'il a affecté ses aspects structuraux. La dynamique même de cet objet a requis sa maîtrise cognitive afin qu'il puisse être saisi sur le champ.

Par ailleurs, la tâche des journalistes a été entravée par les contraintes cognitives de l'auditoire. Cependant, on peut argumenter que les lecteurs étaient préparés à intégrer les nouvelles notions et lois économiques introduites par les médias. À la fin des années 80, la formule idéologique populaire "chaque travailleur doit participer à la gestion de son unité économique" garantissait une place prioritaire à l'information de nature économique dans la presse. Dans les bureaux des journaux dits socio-politiques, les sections économiques comptaient le plus grand nombre d'employés (ils n'étaient en compétition qu'avec les sections "Vie du parti" et "Propagande").

Les articles consacrés à l'économie étaient placés dans des sections bien en vue de chaque parution et occupaient, dans l'ensemble, une place prépondérante dans le journal. Les conceptions du parti communiste sur le développement économique étaient systématiquement introduites auprès du public par le biais de campagnes de presse structurées, imposantes et visibles. L'apprentissage détaillé de la philosophie marxiste-léniniste et de l'économie politique obligatoire dans le système éducatif était complété par une occupation quotidienne massive dans les médias.

Cependant, nous estimons qu'il est illusoire de penser que les connaissances du public étaient suffisamment développées et fortes pour porter le poids des nouvelles réalités politiques et économiques. Dans la période de transition, les relations de marché n'existaient qu'en paroles et non dans l'espace social réel.

En second lieu, la dynamique propre à l'objet ne pouvait être maîtrisée par les journalistes et par le reste de l'équipe éditoriale étant donné l'absence de connaissances théoriques et pratiques sur la question. Le rejet radical du système d'économie centralement planifiée et le vide idéologique consécutif à cet acte politique ont privé les médias de masse de repères socialement reconnus lors des périodes de changements dans les décisions concernant l'administration des affaires. Les journalistes d'affaires ont dû développer de nouvelles habiletés professionnelles adaptées aux conditions de l'économie de marché. Entraînés à traiter les données dont le but était de contribuer à la propagande, il leur était difficile de recentrer leur attention vers de nouveaux paramètres de la vie économique et de chercher des sources d'information différentes de celles de l'inspection gouvernementale dans le secteur économique.

La force combinée de ces deux facteurs, avec une valeur objective et subjective, a influencé l'activité des médias de masse à plusieurs niveaux:

a) L'attention a été exclusivement concentrée sur le sommet de la pyramide, c'est-à-dire vers l'Assemblée nationale compte tenu de ses activités législatives dans le domaine des réformes économiques et vers le gouvernement en raison de ses activités quotidiennes en tant que pouvoir exécutif. Les niveaux structurels jusqu'alors sous la responsabilité de différents ministères ont été presque abandonnés (municipalités, conseils de villes ou de villages, sous-sections de l'industrie, l'industrie militaire et quelques entreprises spécialisées dans la prospective exceptées), à moins que le gouvernement ne décide d'abolir le monopole ou de privatiser quelques entreprises par exemple. Ainsi, en termes de couverture, le journalisme économique a démontré dès le départ un champ d'intérêt trop

limité.

Il y a plus d'une explication à ce phénomène. Apparemment, la vie politique très dynamique a empêché dans plusieurs cas le personnel éditorial d'orienter ses efforts journalistiques vers des investigations indépendantes dans la sphère économique. Les médias de masse ont concentré principalement leur attention sur l'épicentre de cette sphère. Ainsi, les articles sur les crises de certaines entreprises, propriétés de l'État, ne pouvaient pas influencer de façon notable l'attitude du public envers les politiciens responsables de la réforme.

b) Réfléter l'actualité a prédominé sur l'investigation. Ainsi, en termes journalistiques, la préférence pour l'information empirique a entraîné une augmentation de la place de genres tels que les nouvelles ou les entrevues et une absence de volonté d'effectuer des investigations sur les tendances et les phénomènes nouveaux. L'information du sommet, c'est-à-dire celle en provenance des institutions nationales est devenue le matériel de base privilégié des journalistes. En général, elle était recueillie de façon passive lors de conférences de presse et de rencontres, référant aux documents officiels et énonçant les conclusions des bureaucrates ou des données statistiques. Les conséquences de cette "paresse" journalistique étaient prévisibles: seule une gamme limitée de problèmes sociaux significatifs a fait l'objet d'enquêtes journalistiques.

c) Les médias de masse ont formalisé la réalité seconde qu'ils créaient. En s'attardant aux événements et aux sources dominantes d'information, les médias ont ignoré un danger sous-jacent à tout média de masse. La réduction des fonctions journalistiques et leur limitation principalement à l'information portant sur les actions officielles pourraient à nouveau faire du système de communication de masse un instrument de manipulation sociale. En ce sens, la notion d'objectivité n'est pas uniquement liée à l'interprétation des faits. Dans le processus d'élaboration de la nouvelle, il y a d'abord un processus de sélection des sujets, des objets, des sources et du niveau d'information souhaité ainsi que des faits significatifs. Selon les tendances politiques et idéologiques de chaque équipe éditoriale, les critères mobilisés à cette étape ont varié.

Luttant pour obtenir une plus grande part de marché, les publications ont eu à gérer la perte de crédibilité des lecteurs compte tenu des éléments cités ci-dessus. Quelques-uns des périodiques bulgares parmi les plus populaires ont d'ailleurs ouvertement déclaré que leurs positions éditoriales étaient objectives.

Bien que la politique monétaire de l'Union des Forces démocratiques ait été accompagnée de problèmes sociaux importants, le quotidien de l'Union, *Democratzia*^[4] n'est pas resté silencieux et n'a pas cherché à les ignorer. De l'autre côté, la revue du parti socialiste situé dans l'opposition, l'hebdomadaire *Ikonomitcheski zivot* (Vie économique) a publié des opinions sur la privatisation contraires au point de vue du parti. N'étant pas contraints de relayer certains programmes politiques, les journaux privés ont cherché pour leur part à augmenter leur crédibilité en matière de diffusion d'information en s'appuyant sur des données statistiques. Souvent les pourcentages et les indices monétaires ont été intégrés dans les titres d'articles des journaux tels que *24 Chasa* (24 heures), *Pari* (La Monnaie), *168 Chasa* (168 heures), ou *Duma* (Le Mot), ce dernier étant publié par le parti socialiste bulgare.

L'argumentation basée sur l'autorité étrangère a aussi été un outil privilégié pour justifier l'indépendance de la position éditoriale. Les experts étrangers et les diplomates visitant les pays d'Europe de l'Est dans les années suivant la chute du socialisme jouissaient d'une popularité exceptionnelle auprès des journalistes. Dans de nombreux entretiens à la radio et à la télévision, ils se sont contredits les uns les autres en tentant d'évaluer le cours des réformes économiques et en conseillant les hommes et femmes politiques. Plutôt que d'aider le public à comprendre la situation, ils ont contribué à augmenter l'apathie sociale et la passivité. Bien plus, ceci a renforcé le nihilisme d'une

partie de l'auditoire et la déception vis-à-vis des promesses politiques trop souvent irréalistes et a intensifié dans les faits le pessimisme causé par la dureté de la crise sociale.

Pour l'ensemble des médias de masse, une autre façon plus décisive d'attirer l'attention du public, également susceptible de servir de contrepoids à l'incertitude sociale et économique, a consisté dans la transformation des publications en manuels pratiques, donc dans l'augmentation significative de la dimension pratique de l'information. Les médias de masse ont eu recours à des thèmes tels que "les moyens d'entrer et de réussir dans le monde des affaires", des thèmes inconnus pour les deux générations précédentes. Le nouveau système de valeurs sociales a ainsi constitué une façon directe d'attirer l'auditoire.

Ces stratégies professionnelles visant à maintenir un lien solide entre les médias de masse et l'auditoire national pendant les quatre premières années de la réforme économique en Bulgarie constituent une disposition d'esprit servant de référence permettant de mieux comprendre un secteur journalistique, à savoir le journalisme d'affaires.

▲ L'information économique comme l'une des priorités des médias de masse

L'expérience bulgare donne l'occasion de démontrer la dépendance essentielle entre la dynamique de l'environnement social et les intérêts de l'auditoire en termes d'information, de priorités et de préférences dans le contenu des médias. La polarisation politique intense de la société due à l'effondrement du système de valeurs a aiguïé l'appétit de l'auditoire pour les nouvelles politiques intérieures. Compte tenu de la compétition pour l'obtention du pouvoir politique, les nouvelles ont été dominées principalement par les événements économiques. Les médias de masse, en particulier ceux liés aux partis et autres structures politiques, ont concrétisé cette tendance. Ils sont devenus des piliers de la politique d'information.

Néanmoins, pendant les deux premières années qui ont suivi la date du 10 novembre 1989, les médias de masse ont consacré un espace limité aux nouvelles économiques, en termes de place ou de visibilité au sein des publications. C'est au moment où la structure politique totalitaire a été détruite et remplacée par une démocratie émergente que les quotidiens politiques, syndicaux ou privés ont publié les informations économiques à titre d'informations complémentaires aux nouvelles politiques. Résultat de négociations intensives, le processus a entièrement absorbé l'attention sociale sur une courte période. Ceci a alors imposé les questions politiques comme contenu prioritaire des médias de masse. En ce qui concerne les questions économiques, les médias de masse se sont surtout intéressés à l'articulation conceptuelle des réformes économiques, ce qui a montré que la réforme avait été prise en charge dès le début par les hommes et femmes politiques et non par les technocrates.

C'est au même moment que les premiers périodiques d'affaires ont été lancés et ont axé leur couverture sur les aspects techniques de la réforme[5]. Considérant le haut niveau de connaissances spécialisées requis pour comprendre les données économiques ou pour lire correctement les indicateurs de l'activité économique, on peut douter que l'information d'affaires était destinée à un lecteur non-professionnel. Qu'est-ce qui a alors stimulé l'initiative visant à publier dans ce marché des périodiques?

Dans une tentative de réponse à cette question, nous émettons l'hypothèse que le phénomène des périodiques d'affaires peut être compris plus en termes sociaux qu'en termes de communication de masse. En dépit des restrictions que subissait l'entreprise privée pendant la période socialiste, il y avait des conditions pré-existantes au développement du marché et de l'entreprise qui ont aidé la classe sociale émergente des gens d'affaires à jouer un rôle de leader dans la société et à revendiquer la capacité de résoudre la crise économique. Il n'y avait qu'un pas entre ce moment et celui d'une participation active à la gestion politique du pays. L'Union pour l'initiative des citoyens dans les affaires, a été l'une des formations spécialisées dans les affaires les plus actives dans le pays. Le

"Bulgarian Business Block", un autre parti politique a réussi à gagner des sièges pour ses représentants au Parlement dès les premières élections démocratiques.

Une compétition active dans le champ politique exigeait une forte visibilité. En conséquence, en dépit d'un marché des périodiques instable et risqué à cette époque, les entreprises ont investi un capital suffisant dans la publication de leurs propres journaux. Les résultats anticipés justifiaient le risque financier. En termes idéologiques, la consolidation politique des différents cercles d'affaires nécessitait une plate-forme commune pour leur activité sociale. En plus, l'identité revendiquée entre les groupes d'affaires et les intérêts de la société a pu être soutenue par une critique compétente et constructive des décisions gouvernementales dans les secteurs financiers, industriels et commerciaux, et ceci sur une base quotidienne. Le journal était le moyen le plus approprié pour soutenir l'attention sociale et, *in fine*, celle des acteurs politiques.

L'importance significative des investissements dans le secteur de la publication des périodiques s'est reflétée dans le luxe, le contenu volumineux, le bas prix et le tirage élevé des publications. Pour produire ces périodiques, les journalistes les plus éminents et les auteurs reconnus ont été engagés grâce à des promesses de salaires élevés. Pendant ce temps, les entreprises ont mis en place une stratégie agressive de conquête de nouveaux segments sur le marché des périodiques. L'Union pour l'initiative des citoyens dans les affaires et la première banque privée qui ont financé les activités du groupe de presse "168 heures" sont bien connues à ce sujet. Ayant démarré avec l'hebdomadaire *168 heures*, ces deux organismes ont mis très rapidement sur le marché le quotidien *24 heures* qui a atteint les sommets en matière de tirages de journaux bulgares en 1992 avec un volume de 300.000 copies, ce qui était auparavant inimaginable pour tout autre périodique. Peu de temps après, le lancement d'autres périodiques a démontré l'appétit croissant des cercles d'affaires, quoique le marché ne s'est pas révélé fructueux pour certains d'entre eux: c'est ainsi que la publication des hebdomadaires *Rhythms* et *Dialogue* a cessé, suivie par une autre tentative infructueuse, celle d'une édition d'après-midi du *24 heures* appelée *Vrabetz* (Le moineau). Une fois le marché national conquis, les propriétaires ont cherché des débouchés internationaux: "Bulgarian Business News", un périodique spécialisé en langue anglaise a été mis en vente uniquement à l'étranger.

Ainsi, les fondations d'un futur oligopole au sein de l'industrie de la publication et simultanément du secteur entier des communications de masse ont été posées. Parallèlement, nous avons constaté un effet idéologique en termes d'influence politique de la part des cercles d'affaires établis.

Cette dépendance entre la dynamique sociale et la politique d'information des médias de masse a eu un autre effet: l'information économique s'est répandue hors des publications spécialisées d'affaires et a envahi le terrain d'autres périodiques politiques indépendants. En 1991, par exemple, pendant la première étape de la réforme monétaire, le quotidien *Democratzia* du gouvernement en place (l'Union des forces démocratiques) réservait une rubrique aux nouvelles économiques sous le titre *Delovi Dnevnik* (L'agenda des affaires). Celle-ci occupait toute la troisième page le lundi, mais seulement 37,5% de la page les autres jours. À la fin de l'année, l'autre grand journal *Duma* (Le Mot) publié par le parti socialiste bulgare inaugurait sa chronique "Business Boulevard". Au même moment, l'hebdomadaire privé "168 heures" octroyait à la section des affaires un tiers de son espace, soit dix pages en format tabloïd. Son complément quotidien, *24 heures* consacrait deux pages à la rubrique "Affaires" ainsi qu'à la rubrique "Biens, argent et marché". Un autre quotidien privé, *Le Télégraphe* - dont la parution a cessé une année plus tard - consacrait également deux de ses pages à une rubrique baptisée "Économie et Finances".

Quand on compare les données sur l'espace occupé par l'information d'affaires dans quelques uns des journaux les plus populaires, on voit émerger une dynamique intéressante en termes d'activité des médias. En juxtaposant ces données pour les deux périodes de transition économique, la phase

monétaire de la réforme (1991) et la phase structurelle avec la privatisation (deuxième moitié de 1993), nous pouvons visualiser la dynamique des deux quotidiens politiques les plus influents de Bulgarie à l'époque.

	1991	1993
Democratzia	Section "Agenda des affaires": 3 colonnes sur la troisième page, 5 fois par semaine. (chaque parution ayant 6 pages, format A2, 8 colonnes par page) Page "Économie": dans la parution du lundi de 8 pages (8 colonnes)	Page "Économie": 4 fois par semaine sur un total de 8 pages (8 colonnes) 2 pages "Économie": 2 fois par semaine sur un total de 16 pages (16 colonnes)
Duma	Section "Business Boulevard": 5 colonnes, 3 fois par semaine (Chaque parution ayant 6 pages, format A2, 8 colonnes par page) Section "Business Boulevard": 2 colonnes, 2 fois par semaine sur un total de 8 pages	Section "Business Boulevard": 5 colonnes, 6 fois par semaine pour un total de 8, 12 ou 16 pages

Tableau 1: Les dynamiques de l'information d'affaires dans les quotidiens politiques *Duma* et *Democratzia*

Un simple calcul démontre que sur une période de deux années les quotidiens politiques les plus populaires ont augmenté leur volume de publication incluant leur part d'information économique. La croissance de *Democratzia* équivaut à un coefficient de 2,78 et celle de *Duma* de 1,58. Un développement similaire a été observé dans les autres périodiques nationaux. Ce pourrait être interprété en ces termes:

Premièrement, l'information d'affaires a été incluse parmi les sujets considérés comme prioritaires par les journalistes tout comme les attentes éditoriales vis-à-vis de l'intensification de l'intérêt public ont été confirmées par le marché.

Deuxièmement, les aspects économiques des processus et des phénomènes sociaux sont devenus des éléments permanents soumis à l'investigation journalistique. Cette tendance forte a renforcé la transition vers une économie de marché qui a accéléré le processus de commercialisation dans toutes les sphères d'activités.

Avec le recul, les quatre premières années de transition pourraient être considérées comme un échec en raison des retards pris par les réformes économiques. Cependant, à l'étude des médias de l'Europe de l'Est, elles ont pris une signification particulière au moment où le besoin du public pour une information permanente et systématique sur la dynamique des relations de marché a été reconnu. Phénomène complexe et durable, la réforme économique vient affecter directement les intérêts de tous. Cette dépendance est d'une signification cruciale pour le sort du processus démocratique puisque que la liberté économique est la base de la démocratie. L'émancipation politique et économique a nécessité une attention spéciale vis-à-vis des sources d'information. Par conséquent, les nouvelles d'affaires se sont révélées être un élément majeur de la presse bulgare.

▲ Conclusion

À l'aube de la démocratisation pendant la première moitié des années 90 dans les pays d'Europe de

L'Est, les médias de masse se sont avérés être les participants les plus actifs dans la reconstruction sociale et l'auto-réflexion. Cette étude de cas est un essai pour le démontrer. Elle s'appuie sur le lien potentiel entre la démocratie et les communications de masse à partir de l'analyse de contenu des journaux bulgares les plus populaires, ainsi que sur les réflexions personnelles et professionnelles de l'auteur pour démontrer trois aspects:

- 1) Le rôle des médias de masse dans la maîtrise du nouveau système de valeurs sociales. Comme l'analyse l'a démontré, depuis le début des réformes économiques, les médias de masse ont accéléré le processus de l'émancipation politique du public autant que son adaptation aux règles douloureuses dues à l'émergence de l'économie de marché.
- 2) La tendance à incorporer les nouvelles valeurs économiques dans l'activité journalistique en tant que reflet d'un processus identique à celui de la mentalité sociale. Un regard critique sur l'information macro- et micro-économique a révélé un tel phénomène dans la presse bulgare, entre autres au sein des périodiques d'affaires. À travers l'analyse de leurs racines politiques et de la différenciation des besoins d'information de l'auditoire dans le secteur économique, l'étude a démontré combien le lien avec l'environnement social est vital pour le succès d'un périodique particulier.
- 3) Un besoin de maturation des médias de masse. Après la croissance quantitative forte des premières années de transition, il faut élargir la notion de potentiel d'influence sociale des médias de masse lors des périodes de changements démocratiques.

En conclusion, cette analyse bien que centrée exclusivement sur la réalité des médias bulgares a aussi pour but implicite de contribuer à réfléchir sur le phénomène plus global des médias de masse en période de transition. Cette réflexion s'appuie sur certains facteurs clés tels que l'environnement social, les contraintes cognitives de l'audience, la dynamique de l'objet journalistique et le contexte du marché des périodiques et ses fluctuations. En dressant le portrait des réalités émergentes dans le système de communication de masse en Europe de l'Est, cette étude de cas constitue une esquisse de contribution au champ d'études des médias.

▲ Notes

[1] La rédaction de cet article est le fruit d'une étroite collaboration de l'auteure avec Diane Raymond et Éric George, qui ont effectué la traduction d'une première version en anglais de ce texte, et ont activement contribué à sa forme finale.

[2] Selon la presse bulgare, l'augmentation des salaires, des pensions et de l'assistance sociale et, au total, du revenu de la population sur trois années (1990-1993) a été inférieure de 50 à 60% par rapport à l'inflation pendant qu'au même moment le pouvoir d'achat réel incluant les épargnes, intérêts, taxes, douanes et accises, etc, perdait entre 30 et 40% de sa valeur. En conséquence, en 1993, entre 60 et 70% de la population était près du seuil de la pauvreté.

[3] Le keynésianisme, la synthèse néo-classique, le monétarisme et le néo-libéralisme.

[4] Dans les analyses qui suivent, les noms de périodiques sont indifféremment mentionnés sous leur forme originale en bulgare, ou en traduction française.

[5] Voici une liste de quelques journaux (les noms sont traduits en anglais) spécialisés dans les affaires avec les années correspondant à leurs lancements: *Business Contacts* (1987), *Business Style* (1988), *Businessman*, *Bulgarian Business* et *Business Plus* (1990), *Business Visa*, *Business for Everyone*, *Business Journal of Tourism*, *Business Club*, *Business Compass*, *Business and Something Else*, *Business Mail* et *Business South* (1991).

▲ Références

ILLIEV Ivan, 1990, Democraticnijat Sozialism - tzel na preustrojstvoto [The democratic socialism - an aim of the transformation], in: *Iconomicata na Kristoput [The economy on Crossroads]*, Sofia

Le Monde, 17/09/1992

MC DUFF Robert, 1991, *Pravata na choveka v konstituzionoto i zakonodatelnoto razvitie na Bulgaria* [The Human's rights in the Bulgarian constitutional and legislative development], International seminar. (1991), Sofia

MASON David, 1995, Attitudes toward the Market and Political Participation in the Postcommunist States, *Slavic Review*, No. 2, Summer 1995

RADULOV Lalju, 1992, Sozialnata Pazarna Iconomica - ultimativen tretii put na razvitie ili iljuzia" [The Social Market Economy - an Alternative Third Way of Development or an Illusion], in: *Mehanismi na sozialno ikonomitcheskata reforma v Bulgaria [Mechanisms of the Socioeconomic reform in Bulgaria]*, Sofia



© [COMMposite v99.1](#) - 1999 - All rights reserved.