

La condition du journalisme en Pologne aujourd'hui.

Entre les modèles professionnels importés et les désordres de la globalisation

Article inédit. Mis en ligne le 11 juin 2009.

Maria Holubowicz

Maria Holubowicz est maître des conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Stendhal-Grenoble 3, chercheure au GRESEC. Ses recherches sont avant tout centrées sur les pratiques journalistiques ainsi que sur les évolutions qui les affectent, en particulier dans le cas de changement global de contexte (politique, économique, social). Sa thèse, soutenue en 2002, porte sur « Les Journalistes polonais 1989-1999 : importateurs des valeurs de la démocratie libérale en Pologne ».

Plan

Transition idéologique

Importation d'un nouveau modèle professionnel

Vingt ans plus tard : la consolidation du modèle importé et les dangers de la globalisation

La réaction de la profession

Conclusion : La globalisation versus l'importation des modèles étrangers

Références bibliographiques

La chute des régimes communistes en Europe centrale et orientale et l'adoption des règles du jeu démocratiques par la majorité des Etats de la région ont entraîné la transformation rapide et profonde des systèmes médiatiques des pays en question. Ainsi les médias, propriété des Etats pendant presque un demi-siècle et étroitement subordonnés aux impératifs idéologiques des régimes soviétisés, ont dû rapidement apprendre les règles de l'économie du marché et se reconvertir en entreprises. Ils ont incontestablement gagné en liberté : la liberté d'entreprendre mais aussi celle, plus importante, d'expression.

TRANSITION IDEOLOGIQUE

Si cette conversion du régime des médias communiste au régime libéral s'est faite très rapidement comme cela a été le cas en Pologne, il faut y voir d'autres raisons que celles ayant trait à une relative rapidité de la transition structurelle et économique. En effet, les différentes catégories d'acteurs, en rejetant le communisme et en adhérant au système des valeurs de la démocratie libérale l'ont largement facilitée. Cette « transition idéologique des esprits » a joué un rôle indéniable dans les transformations qu'ont connu la Pologne et d'autres pays de l'Europe centrale après 1989.

En l'occurrence, il s'agit de la « reconversion idéologique » des acteurs des médias eux-mêmes, parmi lesquels les journalistes. Les résultats de notre enquête, menée au milieu des années 1990 auprès d'une quarantaine de journalistes des principaux journaux polonais¹ tendent à prouver qu'à ce moment déjà, les représentants de cette profession en Pologne approuvaient largement les valeurs et les principales composantes de la démocratie libérale (caractérisée par l'association du libéralisme politique et du libéralisme économique) et plébiscitaient la démocratie représentative naissante malgré les grandes difficultés qui accompagnaient ses débuts dans ce pays. (Holubowicz, 2002)

.....

¹ Des entretiens face à face ont été réalisés entre août 1996 et août 1997 avec 36 journalistes, d'âge et de fonction différents, de cinq journaux nationaux dont deux quotidiens et trois hebdomadaires représentant les principales tendances politiques du pays ainsi qu'avec six correspondants de la presse polonaise à Paris, travaillant pour des médias différents.

Cette approbation unanime s'expliquait d'abord par le rejet massif déclaré du régime d'obédience communiste au sein de la profession. En effet, les journalistes interrogés dans le cadre de l'enquête mentionnée rejetaient non seulement un système politique qui ne laissait aux individus aucune liberté (ni politique ni économique, d'autres libertés individuelles ayant été considérablement restreintes), ils rejetaient aussi les conditions spécifiques de la pratique du métier de journaliste imposées par le régime qui exigeait de ses adeptes d'être des outils malléables de sa propagande.

IMPORTATION D'UN NOUVEAU MODELE PROFESSIONNEL

Après 1989, après le changement total du cadre politique et économique dans les pays de l'Europe centrale, il était clair que de telles règles de la pratique professionnelle journalistique ne pourraient plus être de mise. Il fallait donc en adopter de nouvelles, compatibles avec le nouveau cadre politique et économique, c'est-à-dire avec un système démocratique où l'indépendance des médias est érigée en principe, et faire en sorte que ces règles soient désormais appliquées au sein des rédactions. Ces règles ont été « empruntées » aux démocraties occidentales bien établies.

On peut parler, à ce propos, de l'importation d'un modèle professionnel. Importation dans le sens de transplanter les règles et les pratiques générales régissant une profession d'un pays ou d'un groupe de pays (ici, il s'agit des pays occidentaux) dans un autre pays (en l'occurrence la Pologne) dans lequel la profession en question était régie jusqu'à ce moment-là par d'autres principes et d'autres pratiques, en premier lieu, la subordination inconditionnelle au pouvoir politique en place.

Quant à la notion d'un modèle occidental du journalisme, il ne faut surtout pas se méprendre sur sa signification. En effet, il ne s'agit pas de quelque chose existant réellement. Il faut plutôt le comprendre ici au sens d'un *idéaltype* webérien. Selon Weber, « on obtient un idéaltype en accentuant unilatéralement un ou plusieurs points de vue et en enchaînant une multitude de phénomènes donnés isolément, diffus et discrets, que l'on trouve tantôt en grand nombre, tantôt en petit nombre et par endroits pas du tout, qu'on ordonne selon les précédents points de vue choisis unilatéralement pour former un tableau de pensée homogène. » Comme l'ajoute Weber, « on ne trouvera nulle part empiriquement un pareil tableau dans sa pureté conceptuelle : il est une utopie ». (Weber, 1965, p. 181). En plus, une telle mise en relief de certains traits caractéristiques d'un phénomène n'a rien d'absolu. Elle est effectuée pour un contexte donné afin de servir la démonstration.

Ainsi, en ce qui concerne le concept du modèle occidental du journalisme convoqué ici, il ne prend du sens que par opposition à la conception du journalisme de mise dans les pays au régime communiste. Étant un schéma idéal plus qu'une réalité observable, cette conception du journalisme propre aux démocraties libérale peut être le mieux saisie à travers les codes de déontologie et chartes éthiques diverses qui régissent l'exercice de la profession. Pour ne citer que quelques points des devoirs des journalistes tirés de la *Déclaration des devoirs et des droits des journalistes* adoptée par les représentants de la profession à Munich en 1971.

« Les devoirs essentiels du journaliste, dans la recherche, la rédaction et le commentaire des événements, sont :

- 1) respecter la vérité, quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même, et ce, en raison du droit que le public a de connaître ;*
- 2) défendre la liberté de l'information, du commentaire et de la critique ;*
- 3) publier seulement les informations dont l'origine est connue ou les accompagner, si c'est nécessaire, des réserves qui s'imposent ; ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les textes et les documents ;*

...8) s'interdire le plagiat, la calomnie, la diffamation, les accusations sans fondement ainsi que de recevoir un quelconque avantage en raison de la publication ou de la suppression d'une information ;
 9) ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste ; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs ;
 10) refuser toute pression et n'accepter de directives rédactionnelles que des responsables de la rédaction. (SNJ) »

Ceux qui, dans les ex-pays de l'Est rejetaient le principe du journalisme au service de l'Etat et de l'idéologie officielle (comme c'était le cas de nos interlocuteurs lors de la réalisation de notre enquête), faisaient plus ou moins implicitement mention à la conception du journalisme, de mise dans les pays dits occidentaux. Ceci, sans faire nécessairement appel à des textes précis. Dans leurs yeux, cette conception, réduite d'ailleurs le plus souvent à quelques idées-clé (comme l'indépendance de la presse du pouvoir politique, la séparation du fait et du commentaire...), revêtait une dimension mythique et normative qui faisait d'un journalisme à l'occidental un idéal à atteindre.

L'importation du modèle des médias et du journalisme à l'occidental qui est intervenue en Pologne essentiellement dans la première moitié des années 90 du siècle dernier n'a fait que conforter ce genre de croyances. Elle doit être comprise comme l'ensemble des actions entreprises volontairement par un certain nombre d'acteurs, nationaux et internationaux (dont les fondations œuvrant pour la propagation de la démocratie), dans un objectif bien défini, à savoir : convertir les médias au fonctionnement propre aux médias des démocraties libérales.

Ce fonctionnement démocratique des médias peut se résumer, rappelons-le, à concilier le statut d'une entreprise (rôle économique) avec la fonction démocratique d'informer la société dans l'indépendance de toute autre instance du pouvoir, et notamment des trois principaux pouvoirs définis par Montesquieu : législatif, exécutif et judiciaire.

Sans pouvoir saisir toutes les formes de cette importation, pratique le plus souvent diffuse et multiforme, et sans pouvoir nommer tous ses acteurs, il est cependant possible d'en identifier certains moyens. En voici les principaux :

- une aide à la restructuration apportée par des médias occidentaux ;

Au début des années 1990, une véritable armée de professionnels occidentaux est venue dans les pays fraîchement débarrassés des régimes de type soviétique pour partager leur savoir et leur expérience avec leurs collègues de l'Est de l'Europe, comme le remarque Epp Lauk (2008).

Ainsi *PAP (Polska Agencja Prasowa*, principale agence de presse de la Pologne populaire), au moment de sa profonde restructuration au début des années 90, a sollicité l'aide et le conseil des agences occidentales, plus particulièrement de l'allemande *Deutsche Presse-Agentur* et de l'Agence *France Presse*. En ce qui concerne cette dernière, c'est un émigré polonais, Michel Kwiatkowski-Viatteau, rédacteur à l'Agence *France Presse*, avait été délégué à Varsovie en 1991 -1992 pour fournir une telle aide. (Gaj, 2007)

- la création des entreprises médiatiques avec l'aide des médias occidentaux ;

Tel a été le cas de *Radio Zet*, première radio commerciale à Varsovie, émettant depuis septembre 1990, créée entre autres grâce à une aide financière de l'association française *Europe et Liberté* et une aide technique de *RFI*.

- l'édition de guides pratiques financés au moins partiellement par des organismes occidentaux à l'adresse des rédactions de presse polonaise ;

L'un des premiers, et le plus connu de ces guides était *Le Guide pour les journalistes de l'Europe Centrale et Orientale* (Poradnik dla dziennikarzy z Europy Srodkowej i Wschodniej) publié pour la première fois en Pologne en 1990 sous la direction de Malcolm F. Mallette. D'autres ont suivi,

comme *Le Guide pour les éditeurs et les journalistes de la presse locale* (Poradnik dla wydawców i dziennikarzy prasy lokalnej) paru en 1997 sous la direction d'Anna Hejman. Le premier objectif de ce dernier guide, comme l'indiquent ses éditeurs, était de faire partager l'expérience réussie des éditeurs de la presse locale avec tous ceux qui venaient de ce secteur ou allaient s'y lancer. Dans un pays où la presse indépendante renaissait après un demi-siècle de non existence, un besoin de savoir-faire se faisait ressentir d'une manière urgente au sein des jeunes rédactions.

Le guide contient cinq parties consacrées successivement à faire l'état des lieux de la presse locale en Pologne et à présenter les organisations diverses qui la concernent. Y sont donc abordées les questions liées à l'économie de la presse locale, aux questions juridiques, aux relations de la presse locale avec le pouvoir local, et finalement aux techniques professionnelles du journalisme de cette presse. La publication de ce guide a été financée par la *Fondation IDEE (Fundation - Institut au profit de la Démocratie en Europe de l'Est)* épaulée par trois autres fondations, à savoir : la *Fondation Stefan Batory*, la *Fondation pour le Développement de la Démocratie Locale* ainsi que *Westminster Foundation for Democracy*.

Un des principaux objectifs des fondations occidentales oeuvrant en Pologne après 1989 au profit de la démocratie était de donner l'impulsion à la renaissance de la société civile, élément jugé indispensable à son bon fonctionnement. On considérait que cette société civile devait d'abord se reconstituer à l'échelon local et la presse locale constituait un élément incontournable de son fonctionnement.

Avant d'éditer le guide en question, la *Fondation IDEE* avait organisé plusieurs concours pour les journaux locaux et lancé une enquête auprès des éditeurs de la presse locale (financée grâce à la contribution d'un fonds britannique *Know How for Poland*), notamment pour évaluer l'efficacité de son aide.

- l'organisation des cycles de formation pour les journalistes polonais par les organismes étrangers ;

De tels cycles de formation ont été, entre autres, organisés par le français *CFPJ*, mais aussi par la britannique *Guardian Foundation* et par l'américaine *National Foreign Fundation*. Il s'agissait, le plus souvent, de séjours de formation dans des rédactions occidentales. Ces formations étaient généralement appréciées par les journalistes polonais, car elles permettaient d'observer le travail des confrères à l'étranger et de pratiquer la langue du pays d'accueil. Cependant, se limitant à quelques semaines en moyenne, elles étaient trop courtes pour intégrer véritablement de nouvelles manières de faire, d'ailleurs pas toujours transposable dans un contexte culturel différent.

- la création des nouvelles écoles et cycles de formation pour journalistes ;

Ainsi *L'Ecole supérieure du Journalisme de Varsovie*, appelée communément Wankowicz du nom de son patron, célèbre grand reporter polonais, a été créée, au début des années 1990, grâce à l'aide financière d'une fondation américaine à travers la *Fondation Centre de Presse pour les Pays de l'Europe centrale et orientale* (Fundacja Centrum Prasowe dla Krajow Europy Srodkowo-Wschodniej)

- enfin, la propagation des codes de déontologie journalistiques occidentaux, publiés notamment dans des manuels de journalisme.

Ces différentes initiatives ont indéniablement contribué à faire répandre en Pologne d'après 1989 les standards dits « occidentaux » du fonctionnement des médias et des pratiques journalistiques.

Cependant, dans ce changement de normes et pratiques professionnelles au sein des médias, il ne faut pas sous-estimer le facteur endogène, à savoir les initiatives des journalistes, dont ceux issus de l'opposition politique au régime communiste, et divers acteurs des médias locaux qui ont contribué à introduire de nouveaux standards de travail dans les rédactions et à promouvoir le journalisme

indépendant du pouvoir politique en place. Et même si le succès de cette promotion peut paraître limité aujourd'hui, vu la politisation importante des médias polonais, elle a eu comme mérite de faire admettre généralement le principe de l'indépendance des médias.

La propagation du nouveau modèle des médias et des pratiques journalistiques en Pologne de l'après 1989 a également été favorisée par un autre facteur important. Elle correspondait au moment où la profession journalistique en Pologne connaissait un renouvellement des effectifs sans précédent depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale. D'abord, parce que le secteur médiatique en pleine croissance et en pleine diversification embauchait à tour de bras. D'autre part, parce que les médias existants, en reconversion démocratique, préféraient se séparer d'un certain nombre de leurs anciens collaborateurs en considérant que, irrémédiablement maculés par leur expérience professionnelle sous le régime communiste, ils étaient irrécupérables pour les médias fonctionnant selon les nouvelles règles.² Les journalistes qui avaient rejoint l'opposition démocratique au régime n'étaient pas concernés par ces mesures.

Les jeunes recrues, sans expérience professionnelle sous le régime communiste, sans les réflexes de l'autocensure et sans l'habitude ancrée d'écrire selon une ligne politique bien déterminée, n'ayant donc rien à désapprendre, étaient jugées plus aptes à intégrer de nouvelles pratiques, telle, pour n'en citer qu'une, la sacro-sainte séparation du fait et du commentaire, érigée en symbole de la pratique journalistique digne de ce nom.

VINGT ANS PLUS TARD : LA CONSOLIDATION DU MODELE IMPORTE ET LES DANGERS DE LA GLOBALISATION

L'observation de la réalité d'aujourd'hui des médias et des journalistes polonais confirme une bonne installation en Pologne du modèle occidental du journalisme importé il y a presque vingt ans. En effet, le système des médias polonais semble remplir ses principaux critères. Ainsi, les médias, hormis le secteur public de l'audiovisuel, sont des entreprises privées, l'institution de la censure préalable a été abolie et les principales sensibilités existant au sein de la société polonaise semblent être représentées par les différents médias, assurant ainsi le pluralisme d'opinion. Enfin, la pratique journalistique est régie par divers codes de déontologie.

Un examen plus attentif de l'univers médiatique polonais, et notamment le suivi des débats que la presse polonaise y a consacré ces quelques dernières années³ montre cependant que cet univers, et en particulier la profession journalistique, est confronté à de sérieux problèmes.

.....

² La loi sur la lustration votée par le Parlement polonais en 2006 a poussé à bout cette logique en demandant aux journalistes de plus de 40 ans de remplir une déclaration pour prouver qu'ils n'avaient pas collaboré avec le régime communiste. Le manque d'une telle déclaration pouvait se solder par un licenciement. Telle qu'elle a été élaborée par le gouvernement des frères Kaczynski, cette loi est éminemment politique. En effet, dans les cas des médias, elle semblait surtout vouloir écarter le maximum d'adversaires politiques des rédactions (cela a été possible surtout au sein des médias audiovisuels publics, la radio (PR) et la télévision publique polonaise (TVP)). En même temps, des premiers éléments d'enquêtes sur l'infiltration des agents de sécurité intérieure au sein du milieu journalistique à l'époque de la Pologne populaire, semblent prouver que cette infiltration a été particulièrement élevée. (Cf. *Newsweek*, 11,06.2006)

³ Pour le besoin de cette analyse, ont été pris en compte et analysés des articles généraux (d'opinion, le plus souvent) traitant de la condition des médias et du journalisme en Pologne parus depuis janvier 2006 dans les journaux suivants, cités selon leur orientation politique générale :

- gauche postcommuniste : *Trybuna, Przegląd* ;
- centre-gauche : *Gazeta Wyborcza, Polityka* ;
- centre-droit : *Dziennik, Rzeczpospolita, Wprost, Newsweek* ;
- droite : *Gazeta Polska, Nasz Dziennik, Mysl Polska* ;

La première série de ces problèmes a trait à des spécificités locales. Ces spécificités sont dues à l'histoire nationale, à la mémoire collective, à la mobilisation, ces derniers temps très fréquente, de cette mémoire au profit des luttes politiques, enfin, au niveau de la culture politique propre à la Pologne. Ces spécificités se répercutent sur le fonctionnement des médias et la manière de pratiquer le journalisme.

Ainsi d'abord, on note une grande politisation des médias polonais. Sans être officiellement organe de telle ou telle formation politique, la majorité des médias prennent ouvertement parti pour une option politique. L'arrivée au pouvoir des frères Kaczynski en 2005 a davantage amplifié la polarisation politique des principaux médias polonais qui se divisent majoritairement entre les partisans et les opposants de la politique de Kaczynski.

Cette politisation du système médiatique est due d'une part à l'appropriation (au propre et au figuré) des médias par des formations politiques. Le cas le plus flagrant est celui de l'audiovisuel public ainsi que de l'instance de régulation de cet audiovisuel *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji*, équivalent polonais du *CSA*, instrumentalisés par les gouvernements successifs. Certes, les organismes de régulation de l'audiovisuel des démocraties bien établies, tel le *CSA* français, ne sont pas exempts de pressions politiques. Sans entrer dans une perspective comparatiste, qui n'est nullement notre propos, on va seulement remarquer qu'une différence notable de degré de cette politisation peut être observée, notamment si l'on compare le cas français et le cas polonais.

Par conséquent, en Pologne d'aujourd'hui, on peut parler davantage de la radio et de la télévision d'Etat que d'un service public de radio et de télévision. Qui plus est, cette situation semble normale aux gouvernants actuels. Ainsi selon l'hebdomadaire *Polityka*, le président Lech Kaczynski a souvent fait entendre que les médias font partie de l'appareil du pouvoir. (Janicki, Wladyka, 2007)

Les journalistes fortement impliqués dans des querelles politiques constituent une autre entrée dans la problématique. Il s'agit notamment des journalistes les plus en vue, des commentateurs vedettes ou des stars du petit écran qui ont une position très forte sur le marché des idées et qui font et défont les réputations des politiques à coup de questions et d'invitations dans des programmes politiques qu'ils présentent. Cette influence est confirmée par une très bonne place des journalistes politiques dans des sondages de popularité.

Si bien que différents discours d'acteurs à propos des médias parlent du « quatrième pouvoir » (encore une notion importée et qui est aujourd'hui bien ancrée en Pologne, comme le prouvent ces discours) qui a pris la place du premier. Sans pour autant être contrôlé lui-même par un contre-pouvoir (entre autres : Ozminowski, Romanowicz, Zaczynski, 2008). Les journalistes qui quittent la profession pour s'engager dans la politique sont aussi légion. C'était notamment le cas des deux derniers présidents polonais, Lech Kaczynski et son prédécesseur Alexandre Kwasniewski. Et le plus populaire journaliste politique actuel Tomasz Lis avait longuement hésité avant d'abandonner finalement l'idée de se représenter aux dernières élections présidentielles. (Krzyszowski, 2008), autre preuve que la frontière entre le journalisme et la politique est en Pologne très ténue : le journalisme y est toujours perçu comme un parfait tremplin vers des carrières publiques, quand il ne constitue pas un refuge pour des tribuns frustrés. (Wolek, 2008)

La place importante occupée par l'Eglise catholique dans l'espace public constitue une autre spécificité polonaise. Très conservatrice dans sa grande majorité, suivie dans ses positions par une

[suite de la note]

A ces titres s'ajoutent *Gazeta Prawna*, journal consacré à la thématique juridique ainsi que *Tygodnik Powszechny*, hebdomadaire socio-culturel catholique à tendance libérale ainsi que les principaux périodiques scientifiques polonais consacrés aux médias, à savoir : *Studia Medioznawcze*, *Zeszyty Prasoznawcze* et *Zeszyty Telewizyjne*.

partie non négligeable de la société, elle pèse beaucoup dans le débat public, notamment en ce qui concerne des questions de société telles que l'avortement. Aujourd'hui, l'Eglise catholique polonaise, et notamment sa fraction la plus fondamentaliste, représentée par le très controversé Père Rydzyk, contrôle aussi de puissants médias, une radio (*Radio Maryja*) et une télévision nationales (*TV Trwam*). Certes, il existe aussi un courant libéral au sein du catholicisme polonais, représenté surtout par l'hebdomadaire socio-culturel *Tygodnik Powszechny*, mais ce journal, par ailleurs d'une très grande qualité touche surtout une partie de l'intelligentsia adepte d'un catholicisme ouvert, tolérant et doué d'une réflexion sur lui-même.

Une autre série de problèmes rencontrés aujourd'hui par les médias et les journalistes sont sensiblement les mêmes auxquels les médias occidentaux doivent faire face à l'heure actuelle.

Comme dans les pays occidentaux, la commercialisation croissante et la recherche des profits à tout prix se font au détriment des fonctions démocratiques des médias : d'informer, de constituer un forum pour un débat public... Cette commercialisation intervient relativement tard en Pologne car, comme le souligne Klaus Bachman, le marché des médias polonais s'est ouvert tardivement aux capitaux étrangers, et ce seulement sous la pression de l'Union Européenne. Ce qui fait que dans les premières années après le changement du régime, la fonction démocratique des médias prévalait sur la fonction économique. Depuis que des groupes internationaux, allemands essentiellement (*Axel Springer, Bauer*) se sont installés sur le marché polonais, les priorités ont changé. Ce qui compte aujourd'hui dans la manière de faire du journalisme, ce n'est plus la qualité des nouvelles, la pertinence des analyses et des commentaires, mais la rapidité par rapport à la concurrence. (Bachman, 2005) Plus que les contenus, ce sont aussi les méthodes de marketing utilisées qui décident du succès d'un tel ou autre titre. Et dans une telle rivalité, c'est la puissance économique de l'entreprise éditrice qui constitue le facteur décisif. La « bataille » récente entre le groupe allemand *Springer*, présent en Pologne depuis 1994 et *Agora*, le plus puissant groupe des médias polonais, éditeur entre autres de *Gazeta Wyborcza*, principal quotidien du pays pour occuper le segment des quotidiens à sensation en est la meilleure preuve. C'est le groupe allemand qui est sorti vainqueur de cet affrontement, ayant réussi le lancement de son quotidien tabloïd *Fakt* en 2003 au détriment de *Nowy Dzień* d'*Agora* lancé deux ans plus tard. Mais pour faire la promotion de son nouveau quotidien dans le dernier trimestre de 2005, *Agora* a déboursé 25-30 millions de zlotys (7 millions d'euros environ), alors que le groupe allemand aurait dépensé en 2003 entre 15 et 20 millions d'euros pour promouvoir *Fakt*. (Oniszcuk, 2006) De plus, le prix du journal, fixé à un zloty (25 centimes d'euros à l'époque), défait toute concurrence, si bien qu'*Axel Springer Polska* a été dénoncé comme pratiquant le dumping. (Filas, 2005)

L'information, on l'a déjà dit, est le grand perdant de la tabloïdisation de la presse polonaise qui désormais gagne des lecteurs à coups d'émotion, de *soft news* et d'informations pratiques de tous genres. (Gajlewicz, 2005)

Car, comme c'est déjà le cas depuis un bon moment dans les « vieux » pays de l'Europe, la France, la Grande-Bretagne, l'Allemagne, l'information qui fait vendre aujourd'hui en Pologne n'est pas celle qui est importante pour l'espace public mais celle qui plaît au consommateur.

Cette concurrence accrue entre les éditeurs - donc entre les titres - ne reste pas sans conséquence sur les pratiques journalistiques. A commencer par l'exigence de la rapidité au détriment de la qualité de l'information qu'on n'a plus le temps de vérifier et d'approfondir. A côté de ces manquements au devoir de bien informer dus aux facteurs structurels, il y a aussi des manquements humains. Ainsi, on pointe souvent du doigt la légèreté et le manque de responsabilité des journalistes, fréquemment inconscients du poids que peut avoir la parole, surtout quand elle est lancée sans précaution dans l'espace public.

Les évolutions mentionnées font dire à Jacek Zakowski, célèbre éditorialiste et spécialiste des médias polonais que moins que le pouvoir politique, ce sont les propriétaires des médias, soucieux des profits à tout prix, qui constituent aujourd'hui la menace de tout premier ordre pour la liberté de parole. (Zakowski, 2008). Le spécialiste des médias Tadeusz Kononiuk développe cette idée en constatant :

« Du moment où le marché définit le rôle des médias, où la taille de l'audience décide de tout, les standards professionnels changent de caractère et de qualité en devenant souvent la négation de tous les principes et règles. [...] Les mécanismes de marché dans les médias qui éliminent toutes les autres fonctions que les médias doivent remplir dans la société, non seulement nuisent à leur qualité, mais aussi portent atteinte aux médias libres et démocratiques dans leur ensemble. Par cela, ils nuisent à la société démocratique parce que la qualité de la démocratie dépend de la qualité de l'information. » (Kononiuk, 2004)

LA REACTION DE LA PROFESSION

Le vif débat au sein de la presse polonaise au cours de ces dernières années à propos de la mauvaise condition du journalisme polonais prouve que la profession est consciente de ses faiblesses et de son impuissance face à certains éditeurs tout puissants et peu scrupuleux.

En effet, pris dans son ensemble, la profession est plutôt mal en point, ce que ne saurait cacher un pouvoir incontestable de ses quelques représentants les plus en vue (cf. infra): modicité des salaires, menace de chômage après quelques années relativement fastes après la chute du régime communiste, faiblesse des organisations professionnelles, tout cela fait que les journalistes ne font pas le poids face aux propriétaires, souvent de grands groupes internationaux.

Le milieu journalistique se rend aussi compte de la gravité de la situation en ce qui concerne le rôle démocratique des médias. D'où la multiplication des débats à propos de l'éthique des médias comme celui initié par un article *Le Décalogue des médias* (Dziesięc przykazan medialnych) publié par *Tygodnik Powszechny* en début de l'année 2006 (Boniecki, 2006) où l'auteur en appelle ses confrères surtout à la responsabilité de la parole. D'où aussi la création de différents codes de déontologie des médias et du journalisme. Pratiquement chacune des principales associations des journalistes polonais a créé le sien. Il existe aussi un *Conseil d'Éthique des Médias* (*Rada Etyki Mediow*), instance chargée de veiller à l'application des règles de déontologie au sein de la profession, mais qui, hélas, est dépourvue non seulement de pouvoir de sanction, mais aussi d'autorité suffisante pour arbitrer efficacement.

Parmi les codes de déontologie et les textes apparentés, on trouve la *Doxa des Médias* (*Dogma mediow*), élaborée par le journaliste Marek Miller, l'un des créateurs de *Laboratorium Reportazu*, une formation de reportage mise en place à l'*Institut du Journalisme et des Sciences politiques* de l'Université de Varsovie. Ce texte nous paraît particulièrement significatif du point de vue de l'évolution des médias et de la pratique journalistique en Pologne que nous venons de décrire. En effet, ce véritable programme en quatorze points - publié dans *Tygodnik Powszechny* en juin 2001 et auquel on a souvent fait référence par la suite - oppose le *journalisme de mission* (défini dans *Dogma*) au *journalisme de marché*, autrement, selon l'auteur, le *journalisme TKKT* serait celui qui est régi par « *le nouveau totalitarisme du Commerce, de la Consommation et de la Transgression* ». (Miller, 2004)

Le premier point de ce texte stipule :

Pour le journalisme TKTT : « *Le journalisme consiste à fournir l'information. Le journalisme c'est l'information. L'information est une marchandise. Nous ne fournirons et ne vendrons que la marchandise pour laquelle il y a une demande.* »

Pour le journalisme de mission : « *Le journalisme c'est une recherche de vérité. Le journalisme consiste à analyser, interpréter et bâtir le monde grâce aux médias. Le journalisme c'est un outil de connaissance, un moyen de scruter la réalité qui nous entoure et qui est un mystère.* »

Certes, on peut reprocher à ce texte un trop-plein d'emphase et un manque de précision (propres cependant aux manifestes). L'opposition radicale de deux conceptions du journalisme souvent incompatibles qu'il contient, prouve toutefois qu'il existe en Pologne des journalistes qui résistent au *journalisme de marché*, conscients du rôle démocratique des médias, soucieux de le préserver et de le défendre activement.

Dans les discussions sur la condition du journalisme en Pologne, on propose aussi des solutions qui visent le même objectif. Parmi lesquelles, en vrac :

- renforcer la position des journalistes face aux éditeurs (notamment en donnant plus de poids aux associations professionnelles) ;
- réguler davantage la concentration des médias ;
- baisser les impôts des médias qui s'appliquent à remplir correctement leur fonction démocratique ;
- développer l'éducation aux médias dans les écoles (Zakowski, 2008)
- améliorer la formation des journalistes (laquelle ne doit pas se limiter aux techniques professionnelles mais fournir aux apprentis-journalistes des clés pour comprendre le monde (Zakowski, 2004)

CONCLUSION : LA GLOBALISATION VERSUS L'IMPORTATION DES MODELES ETRANGERS

L'observation de l'évolution du journalisme en Pologne depuis 1989 nous inspire d'abord trois conclusions plus générales concernant l'importation des modèles professionnels, à savoir :

1. Le besoin d'un changement radical de la doxa professionnelle, et par conséquent de la transformation des pratiques professionnelles, se fait sentir comme conséquence du changement radical du cadre politique (et économique) global.

A notre avis, à lui seul un bouleversement technique/technologique et les conséquences qu'il entraîne ne suffisent pas pour provoquer un revirement total en ce qui concerne les modèles professionnels en vigueur et les règles d'éthique professionnelle. Ainsi, les bouleversements induits par Internet dans le traitement de l'information (convergence, rapidité, journalisme « citoyen »...) fragilisent et inquiètent le milieu journalistique sans qu'il ressente la nécessité du changement radical de l'éthique professionnelle. Au contraire, face à ces nouveaux défis techniques, on en appelle au meilleur respect de ces règles.

2. Ce besoin de changement concerne avant tout les professions intellectuelles, les « travailleurs idéologiques », pour lesquels les idées et les systèmes d'idées, les concepts constituent la matière à travailler et transformer. La profession journalistique est, selon nous, concernée avant tout. Premièrement, parce que les modalités de son exercice sont étroitement liées au type de régime dans le cadre duquel elle est exercée.⁴

.....
⁴ Cf. *Four Theories of the Press* de Fredrick S. Siebert, Theodore Peterson, and Wilbur Schramm (1956). Considérée souvent aujourd'hui comme dépassée, la théorie de quatre régimes des médias des universitaires américains offre néanmoins toujours un cadre de départ commode pour analyser les médias par rapport aux régimes politiques, surtout dans la perspective comparatiste. En mettant l'accent sur les fonctions des médias, elle aide aussi à comprendre leur place respective dans chaque type de régime. Il semblerait par ailleurs qu'à l'heure actuelle, dans le contexte de la crise qui touche particulièrement la presse écrite partout dans le monde développé, certains auteurs revisitent l'approche

3. Pour répondre à ce besoin, les acteurs concernés sont souvent amenés à transplanter sur le terrain local un/des modèles étrangers. Cette transplantation est d'autant plus aisée qu'au moins une partie de ces acteurs sont convaincus du bien-fondé du nouveau paradigme.

Cependant il s'avère que moins de vingt ans après un changement complet des cadres d'activités (politiques et économiques) et un apprentissage volontariste mais très accéléré du fonctionnement dans le cadre de l'économie de marché et d'un système démocratique⁵, les médias polonais entrent bon gré mal gré dans le *stream* des tendances initiées au sein des économies occidentales dans les années 80 et doivent relever un autre défi : celui de la globalisation qui concerne de plus en plus les médias.

Alors que l'importation (des modèles, des pratiques) est une pratique consciente, volontariste, la globalisation concerne l'ensemble d'évolutions, multiples et complexes, qui interviennent avant tout comme conséquence de l'expansion économique ignorant les frontières. Comme par effet de domino, ces évolutions entraînent, notamment à la suite du changement des cadres structurels, des modifications non prévues et non désirées par au moins une partie des acteurs concernés, qui plus est, souvent non désirables du point de vue de l'intérêt collectif. C'est ce qui se passe actuellement au sein des médias en Pologne, confrontés à l'installation des grands groupes internationaux sur le terrain local et l'empreinte de leurs logiques notamment sur les pratiques journalistiques. Ces logiques font désordre notamment parce qu'elles empêchent le bon fonctionnement du modèle de journalisme propre aux démocraties libérales importé moins de deux décennies auparavant. Mais, comme le remarque Epp Lauk, on ne peut pas s'attendre à ce que le modèle « idéal » anglo-américain devienne du coup prédominant dans les médias des pays ex-communistes. En effet, l'environnement évoluant rapidement ainsi que des spécificités culturelles locales empêchent sa parfaite application. En plus, comme c'est généralement le cas pour les valeurs et les normes, elles ne sont jamais reprises dans leur globalité pouvant tout au plus guider une transformation sociale, en l'occurrence celle de la culture professionnelle journalistique. (Lauk, 2008)

Des études réalisées sur l'évolution des médias et du journalisme en Europe centrale et orientale depuis la chute du mur de Berlin montrent que les mêmes évolutions, à quelques détails près, concernent aussi les autres pays de la région. (Lauk, 2008 ; Jakubowicz, Sükösd, 2008) Néanmoins, l'importation des modèles professionnels journalistiques ne concerne pas que les pays de l'Europe centrale et orientale après 1989. Les médias ouest-allemands, pour ne citer que cet exemple, avaient été confrontés au même phénomène après la Seconde Guerre mondiale. En effet, après des années de subordination à l'Etat hitlérien et l'idéologie totalitaire, ils ont dû réapprendre à fonctionner dans un régime démocratique. Les médias des alliés - occupants de l'Allemagne de l'Ouest, donc américains et britanniques, sont ainsi devenus les modèles à copier (ainsi l'hebdomadaire américain *Time* est devenu modèle pour *Der Spiegel* alors que l'hebdomadaire illustré *Stern* a imité le new yorkais *Life*. (Trenker, 2006). L'étude des transformations des médias en Allemagne de l'Ouest permettrait d'observer par exemple quelles ont été les conséquences de cette transformation pour la doxa professionnelle journalistique (codes de déontologie...) ainsi que pour les pratiques professionnelles et ce avant que la globalisation n'entre en ligne de compte avec l'intensité qu'on lui connaît aujourd'hui.

[suite de la note]

fonctionnaliste des médias, notamment pour redéfinir les rôles des médias et des journalistes dans une démocratie. (Cf. Kovach, Rosenstiel, 2007)

⁵ Il convient de souligner ici que, même si, pour le journalisme en Pologne, l'implantation d'un modèle professionnel venant de l'étranger doit au moins en partie sa réussite aux efforts conscients de certains acteurs et groupes d'acteurs dans un contexte politique et économique donné (cf. ci-dessus), elle aurait eu beaucoup moins de chances sans l'implantation réussie du cadre politique et économique général dans lequel ce modèle fonctionne et qui est, dans ses grandes lignes, le même que dans les « vieux » pays fonctionnant selon les règles propres à la démocratie libérale.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Bachmann, Klaus, (2005), « Medialna rewolucja z importu » (Une révolution importée dans les médias), *Reczpospolita*, 28-29.05.2005.
- Boniecki, Adam, (2006), « Przykazania medialne » (Le Décalog des médias), *Tygodnik Powszechny*, n° 2.
- Filas, Ryszard, (2005), « Rynek prasy codziennej w Polsce przed *Faktem* i z *Faktem* » (Le marché de la presse quotidienne en Pologne avant et après *Fakt*), p. 7-32, *Zeszyty Prasoznawcze* n° 3-4, Cracovie : OBP.
- Gaj, Justyna, (2007) « Ku niezaleznosci politycznej. Polska Agencja Prasowa w ostatnim pietnastolecu » (Vers une indépendance politique. Agence Polonaise de Presse durant les derniers quinze ans), p. 120-136, *Studia Madioznawcze*, n° 4 (31), Varsovie : Institut de Journalism de l'Université de Varsovie.
- Gajlewicz, Katarzyna, (2005), « Media a wspolczesna polska demokracja » (Les Médias et la démocratie en Pologne aujourd'hui), p. 131-134, *Studia Medionawcze*, n° 1 (20).
- Holubowicz, Maria, (2002), *Les Journalistes polonais 1989-1999 : importateurs des valeurs de la démocratie libérale en Pologne*, thèse de doctorat, Paris : Université de Paris III - Sorbonne Nouvelle.
- Jakubowicz, Karol, Sükösd, Miklós (ed), (2008), *Finding the Right Place on the Map. Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective*, Bristol, Chicago: IntellectBooks.
- Janicki, Mariusz, Wladyka, Wieslaw, (2007), « Prawdziwie i szczerze » (En parlant franchement), *Polityka*, 25.08.2007.
- Kononiuk, Tadeusz, (2004), « Etyka aktorow politycznych i medialnych » (L'Éthique des acteurs politiques et médiatiques), p. 46-52, *Studia Medioznawcze* n° 3 (18), Varsovie : Institut de Journalism de l'Université de Varsovie.
- Kovach, Bill, Rosenstiel Tom, (2007), *The Elements of journalism*, New York: Three Rivers Press, 268 p.
- Krzymowski, Michal, (2008), « Rzeczpospolita dziennikarska. Czwarta wladza bierze pierwsza » (La République journalistique. Le quatrième pouvoir prend le premier), *Wprost*, 10.08.2008.
- Lauk, Epp, (2008), « How Will It All Unfold? Media Systems and Journalism Cultures in Post-communist countries », in Jakubowicz, Karol, Sükösd, Miklós (ed), *Finding the Right Place on the Map. Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective*, Bristol, Chicago : IntellectBooks, p. 193-212.
- Miller, Marek, (2004), « Dogma mediow », p. 197-200, *Zeszyty Telewizyjne*, n° 4.
- Oniszcuk, Zbigniew, (2006), « Rywalizacja Agory ze Springerem - nowe oblicze konkurencji na polskim rynku prasowym » (La Rivalité entre Agora et Springer - une nouvelle face de la concurrence sur le marché polonais de la presse), p. 31-41, *Zeszyty Prasoznawcze* n° 3-4, Cracovie : OBP.
- Ozminkowski, Violetta, Romanowicz, Jacek, Zaczynski, Michal, (2008), « Czwarta dyktatura » (La quatrième dictature), *Newsweek*, 16.03.2008.

Trenker, Joachim, (2006), « Kontrolujacy i kontrolowani. Media, prawo i etyka: jak to robia Niemcy » (Les contrôlants et les contrôlés. Les médias, la loi et l'éthique: comment font les Allemands), *Tygodnik Powszechny*, 16.01.2006.

Weber, Max, (1965), *Essais sur la théorie de la science*, Paris : Librairie Plon, 537 p.

Wolek, Tomasz, (2008), « Gdzieście byli dziennikarze ? » (Où étiez-vous, journalistes ?), *Gazeta Wyborcza*, 2-3.02.2008.

Zakowski, Jacek (2004), « Być dziennikarzem » (Être journaliste), p. 168-183, *Zeszyty Telewizyjne*, n° 5.

Zakowski, Jacek, (2008), « Mea culpa », *Polityka*, 17.05.2008.