

## **LA TÉLÉVISION RUSSE, ENTRE DÉMOCRATISATION ET RAISON D'ÉTAT**

### **La télévision dans la ligne de mire des partis politiques**

Plus que jamais, la télévision aura été pour les 43 partis en lice aux législatives du 17 décembre 1995 un souci et un outil. À défaut de programme politique, les candidats ont envahi le petit écran en participant aux jeux télévisés ou aux émissions de politique-vérité. Même les films étaient coupés par les clips électoraux ! Tout fut bon pour toucher l'électeur en majorité dépolitisé et exaspéré par l'enrichissement brutal et ostentatoire d'une infime minorité. Les communicants ont donc fait simple, voire simpliste. Ainsi, le parti agrarien met en scène deux vaches qui dialoguent : « Vania, qu'est-ce que c'est l'ordre ? — Ah... comment t'expliquer ?... Et bien... une mercedes passe en trombe et éclabousse les passants. — Et tu parles d'ordre ! — Voix off : Votez pour Ivan Rybkine. Justice, ordre et paix ». Notre maison la Russie, le bloc centriste du premier ministre Victor Tchernomyrdine, s'est offert un spot publicitaire avec Nikita Mikhalkov à 100 000 francs la minute. Non content d'avoir joué de ses puissants relais sur la première chaîne nationale (ORT), le chef du gouvernement a aussi tenté d'imposer son image de père tranquille par une immense campagne d'affichage dans les rues de la capitale. De cette débauche de publicité — concerts gratuits rebaptisés « actions culturelles contre le Sida », défilé de mode avec Claudia Schiffer et gala du Bolchoï — la commission électorale chargée de contrôler les dépenses de campagne s'inquiète : « *Il est difficile de comprendre comment tous ces espaces publi-*

*citaires ont été payés* » se demande Viktor Karpunov<sup>1</sup>, patron des audits financiers. Et le doute persiste quand on sait que les caisses du parti au pouvoir n'ont pas été renflouées au-delà des 80 millions de roubles (80 000 francs) alloués par le gouvernement à chaque formation politique en campagne<sup>2</sup>. Malgré tous ces efforts, le parti du premier ministre arrive en troisième position derrière Ziouganov, PC et les ultranationalistes de Jirinovski. « Notre maison la Russie » est en-dessous des 15,5 % obtenu aux dernières législatives de 1993 par le « parti du pouvoir » de l'époque, « le choix de la Russie » d'Egor Gaïdar ; ce score avait alors été qualifié de grande défaite.

### ***Agitation dans le paysage audiovisuel***

En ces temps d'élections, la première chaîne ORT fait son ménage. Exit, à la mi-septembre 1995, le vieux dissident et son émission hebdomadaire « Rencontre avec Alexandre Soljenitsyne ». Ses monologues d'un quart d'heure, aux thèmes passéistes et nationalistes, filmés dans sa bibliothèque n'ont visiblement pas satisfait à la nouvelle logique de l'audimat. Exit aussi depuis octobre Sergueï Darenko, journaliste démocrate-libéral et son émission « Versii ». Ses invités, Sergueï Kovalev (défenseur des Droits de l'Homme opposé à la guerre en Tchétchénie), Grigori Iavlinski ou Gaïdar, représentants des démocrates, n'ont pas dû plaire à Boris Berezovski, nouveau patron d'ORT qu'on appelle aussi « la chaîne présidentielle ».

Les exclus de la nouvelle grille de programmation accusent la direction d'être à la botte du Kremlin. Alexandre Iakovlev — père de la *perestroïka* et avant dernier dirigeant d'Ostankino — s'indigne lui aussi : « personne n'a le droit d'agir comme le pouvoir soviétique en privant Soljenitsyne de parole<sup>3</sup> ». Boris Eltsine a aussi limogé, en février, le directeur de la deuxième chaîne publique (RTR), Oleg Poptsov. Ce dernier est accusé de noircir la situation du pays et de la Tchétchénie.

### ***Privatisation et restructuration d'Ostankino***

Depuis l'annonce de sa privatisation en novembre 94 (par oukase présidentiel), ORT subit de fortes pressions politiques et économiques. La création de cette télévision qualifiée de présidentielle (51 % à l'État et le reste réparti entre différentes banques) prend un relief particulier dans le contexte préélectoral du premier semestre 1996 (les élections présidentielles sont prévues en juin). Ostankino devient société de production et remplira les commandes d'État. ORT, quant à elle, change de nom, mais ne modifie pas réellement sa grille de programmation. Les émissions « du Kremlin » comme « De premières mains » et « Moscou-Kremlin » ont en effet été déplacées à des heures tardives. Dorénavant, audimat et économies sont les mots d'ordre de la nouvelle direction. Mais les nominations des actuels dirigeants font planer le doute sur

l'indépendance de cette « nouvelle » télévision : Sergueï Blagovoline, un apparatchik gestionnaire à la tête d'Ostankino où il remplace Vladislav Litsev assassiné le 1<sup>er</sup> mars 1995 ; et Boris Berezovski à la tête d'ORT en charge de constituer un groupe de grands banquiers et d'entrepreneurs.

## **Un lourd héritage : l'économie centralisée obstacle majeur dans la restructuration des TV dans une nouvelle économie de marché**

Fille de la politique d'agit-prop léniniste, la télévision soviétique fonctionne sans souci d'efficacité économique, entièrement financée par le budget de l'État : la redevance n'existe pas. La télévision se développe rapidement dès la fin de la seconde guerre mondiale, et devient au cours des années 60 le moyen de communication privilégié, supplantant comme dans les pays occidentaux le cinéma, la presse et la radio. Elle bénéficie d'une infrastructure de diffusion performante, étroitement liée au secteur stratégique militaro-industriel.

### ***Une organisation rigide et sclérosée***

Un an avant l'éclatement de l'URSS, le système de télévision soviétique comporte quatre chaînes dont deux généralistes, une éducative et une « régionale » qui diffuse un programme spécifique dans chacune des quinze républiques. Moscou et Leningrad ont toutes deux leurs propres programmes. Les studios locaux sont situés dans les capitales des républiques de l'Union.

La radio et la télévision sont un monopole d'État géré par Gostéléradio, bureaucratie tentaculaire de 87 000 employés. Les services centraux — Ostankino — installés à Moscou, régissent l'ensemble des activités de la radio et de la télévision, de la production à la diffusion et entretiennent plusieurs orchestres symphoniques.

La structure centrale d'organisation d'Ostankino est reproduite de façon identique dans chaque république où le Gostéléradio local gère ses studios régionaux (176 sur tout le territoire dont les 2/3 en Russie). Dans un tel système pyramidal et étoilé, la forte centralisation politique peut aller de pair avec une réelle autonomie des professionnels locaux, « ... *L'autorité est anonyme, produite par un ensemble de régulations diffuses. Chacun est à la fois irresponsable, mais aussi autonome et protégé* »<sup>4</sup>.

### ***Des tentatives de décentralisation et de démocratisation***

Dès 1988, des personnalités « gorbatchéviennes » sont nommées à la tête de Gostéléradio mais ne suffisent pas à enrayer l'immobilisme du personnel, le même depuis 30 ans. La restructuration du Comité d'État fait surtout sentir ses effets dans la multiplication des studios locaux.

On assiste à des expériences intéressantes avec la télévision de Leningrad grâce à des magazines percutants comme « 600 secondes » ou la « Cinquième roue », fers de lance de la *Glasnost*.

La télévision de cette époque de *perestroïka* reflète bien les débats qui secouent la société soviétique. Modèle de la culture, elle devient le support et l'instigatrice de la volonté du pouvoir à relancer l'initiative sociale. C'est alors le commencement d'une nouvelle ère, d'une télévision rendue plus dynamique, interactive et proche du téléspectateur<sup>5</sup>. La télévision consacre de plus en plus ses programmes aux jeunes avec des émissions mêlant reportages, actualités, musique et sont souvent enregistrées en public. Des programmes comme « Le douzième étage », « Dialogue avec les jeunes » ou encore « Rencontres autour de Moscou » sont aussi l'occasion de téléponts avec des villes américaines. Une large place est faite aux problèmes de société et aux événements du moment. L'information devient plus attractive, le journaliste se fait commentateur. L'image supplante le discours qui se personnalise. Bref, la télévision soviétique, comme ses consœurs, éduque et divertit.

C'est dans cette atmosphère de libéralisation qu'on assiste aux premiers pas d'un renouveau législatif<sup>6</sup>. Michael Gorbatchev, élu président de l'URSS en mars 1990, engage une réforme visant à garantir la liberté d'expression et le pluralisme. Il fait voter la loi-cadre du 12 juin 1990 sur la liberté de la presse et des médias qui établit l'inadmissibilité de la censure et autorise tout citoyen majeur à lancer un journal ou tout autre moyen d'information. Le décret présidentiel du 15 juillet 1990 relatif « à la démocratisation et au développement de la télévision et de la radio-diffusion en URSS » annonce la fin du monopole de Gostéléradio. Le 8 décembre 1991, l'URSS cesse d'exister, elle est remplacée par une Communauté d'États Indépendants et souverains, la CEI, et Gorbatchev démissionne le 25 décembre. La fédération de Russie hérite du système de télécommunication de l'ancienne Union. La loi de la fédération de Russie sur les médias du 27 décembre 1991 reste aujourd'hui la loi fondamentale qui régit les médias ; elle traite à la fois des modalités d'enregistrement d'un média, de l'annulation d'une licence et réaffirme l'inadmissibilité de la censure et la liberté de l'information<sup>7</sup>.

## **La télévision de la Fédération de Russie**

La dissolution de l'Union accélère la transformation de l'organisation de la télévision. Le 17 décembre 1991 la fédération de Russie prend le contrôle de Gostéléradio qui devient la Compagnie russe de radio et télévision Ostankino.

### ***La censure encore présente***

De son côté, le Parlement vote une loi le 13 juillet 1993 sur « l'introduction des changements et des additions à la loi de la fédération de Russie sur les médias » qui tente de réintroduire la censure. Cette loi n'aurait pas été promulguée, mais durant le putsch de 1993, les jour-

naux *Rabotchnaia Tribuna*, *Pravda* et *Sovietskaia Rossia* ont été suspendus et deux des trois titres doivent de nouveau se faire enregistrer et changer de rédacteur en chef pour reparaître. Le gouvernement a aussi menacé de suspendre la distribution des journaux en cas de désinformation ou d'incitation à la violence<sup>8</sup>. Ce genre d'intimidation contraint les journalistes à l'autocensure. Cette méthode de contrôle a été réutilisée à l'occasion du référendum sur la Constitution.

### ***L'offensive présidentielle***

Boris Eltsine déclarait en septembre 1995 : « nous réorganisons (ORT) pour que les partis politiques aient un accès égal à la première chaîne... » et Berezovski (actuel dirigeant de la chaîne) ajoutait « la télévision devrait jouer un rôle dominant dans les élections à venir ». Cela n'a visiblement pas joué en faveur du parti de Tchernomyrdine. « Le choix de la Russie » (pro-eltsinien) mené par Egor Gaïdar lors des législatives de 1993 avait aussi enregistré de médiocres résultats bien que l'équipe présidentielle eût en main les médias publics.

### ***Les médias sous tutelle pendant les élections de 1993***

RTR (compagnie de télévision d'État russe, deuxième et quatrième canal) est soupçonnée d'être sous l'influence du Parlement de Russie et d'avoir favorisé le succès du parti libéral (parti de l'ultra-nationaliste Jirinovski). Le Tribunal d'arbitrage qui fut créé pour la durée des élections et qui devait veiller à l'égalité du temps de droit d'antenne pour les treize partis en lice, ne fut qu'un pantin aux mains du gouvernement. Les programmes politiques gratuits et les temps d'antenne achetés par les partis n'étaient pas signifiés clairement. De plus, les organismes publics ont pratiqué des tarifs discriminatoires pour la publicité<sup>9</sup> : 15 000 roubles la minute, tarif annoncé par Ostankino, 600 000 roubles, prix mentionné par le parti communiste contre 1,5 à 6 millions selon le bloc d'opposition Yavlinski-Boldirev-Lukin.

### ***Renforcement du pouvoir présidentiel sur l'audiovisuel***

Après l'échec de son parti aux législatives, Eltsine réorganise le secteur public de l'information en décembre 1993. Symbole de rupture avec le passé, le ministère de l'Information est supprimé. C'est l'Office fédéral de l'audiovisuel qui le remplace (organe de tutelle de la radiotélévision publique, il octroie les licences de diffusion). C'est une structure publique non gouvernementale, dont la nouveauté est de veiller à l'objectivité des informations. Mais elle reste, malgré tout, sous contrôle présidentiel. Sa direction a été confiée à Alexandre Yakovlev, également président d'Ostankino ! La Cour arbitrale des médias est aussi placée directement auprès du président Eltsine.

Le même décret démantèle ORT en dissociant l'activité de diffusion de celle du programme (radio et télévision Ostankino). Une société privée appelée *Efir* (les Ondes) est constituée à cet effet sous la présidence de Valentin Lazoutkin, qui est aussi le vice-président d'Ostankino ! Chaque société de programme, publique ou privée, négocie désormais avec *Efir* le coût de son accès aux émetteurs. Mais le piratage des émetteurs réservés aux chaînes publiques est monnaie courante<sup>10</sup>.

La réforme se traduit donc par un mouvement en apparence contradictoire où le contrôle du pouvoir présidentiel sur les médias se renforce tandis que la tutelle passe de l'échelon politique à l'échelon professionnel. Mais la télévision reste plus que tout autre média pour les nouveaux pouvoirs en place un outil stratégique. La reprise en main des agences d'information, des radios et télévisions d'État russes par Boris Eltsine en décembre 1992 témoignent de la permanence de réflexes instrumentalistes. Artemy Troitsky, critique russe de rock et responsable des programmes musicaux à la RTR explique comment « *en Russie la télévision appartient toujours au gouvernement. Après le putsch conservateur d'août 1991, elle est devenue la chaîne de l'establishment russe. Le problème étant que le gouvernement n'a pas les moyens économiques de sa volonté politique de s'offrir un luxe tel que la télévision* »<sup>11</sup>. Le paysage audiovisuel russe en transition doit simultanément se doter de moyens juridiques efficaces qui lui permettent d'assurer son indépendance politique et économique, et de trouver les ressources pour diffuser, tout en restant le support de la culture nationale. Impératifs culturels qui ne sont pas toujours conciliables avec les contraintes politiques et économiques.

## **Le nouveau paysage audiovisuel**

En trois ans, un nouveau paysage audiovisuel s'est mis en place dans un certain désordre avec l'arrivée des opérateurs privés et la crise financière de la télévision d'État. La diffusion massive de publicité sur les chaînes publiques aussi bien que privées, la pratique du *bartering* et du *sponsoring* et l'ouverture aux produits américains ont bouleversé l'offre. La télévision occupe une place primordiale dans les foyers russes, les moyens de distraction restent encore rares dans certaines régions, ou tout simplement inabordables. Les journaux ont perdu de leur attrait et leurs tirages ont considérablement diminué<sup>12</sup>. Le petit écran offre, quant à lui, une foule de nouveaux programmes étrangers, d'émissions distrayantes, un véritable miroir du paradis de la consommation.

### ***La stratégie occidentale : la fourniture de programmes***

Pour répondre à la pénurie de moyens financiers et techniques, différentes télévisions publiques étrangères, Canal France Internationale (banque d'images française), la Sept, la BBC, la ZDF... fournissent gratuitement leurs programmes aux différentes télévisions de l'Est. En

l'absence de devises, les chaînes publiques et privées ont recours au *bartering* (troc). Les émissions achetées en *barter* représenterait un tiers de la programmation. Le manque d'argent conduit à pratiquer des tarifs dérisoires, variant de 200-300 \$ l'heure pour les chaînes régionales, à 500 \$ pour des chaînes comme Ostankino<sup>13</sup>. Les prix restent très bas et ne répondent pas à des critères objectifs liés à l'audience potentielle, mais reflètent plutôt les crédits de la chaîne. Aussi, feuilletons américains, *novelas* mexicaines ou séries italiennes inondent-ils le petit écran.

### **Le rôle des régies publicitaires**

Le danger tient dans la systématisation du *bartering*. Cette pratique entraîne, au sein des chaînes, la disparition des acheteurs de programmes au profit d'intermédiaires représentant des agences de publicité. Les annonceurs occidentaux sont moins nombreux qu'au début de la *perestroïka*, mais veulent « occuper une niche dans l'infrastructure audiovisuelle chez nous »<sup>14</sup> en attendant que la situation évolue. Cet état de déréglementation semble faire le bonheur des agences de publicité russes et étrangères qui ne cachent pas leur contentement : trois millions de dollars pour BBDO en un an ! Eldorado moderne, le secteur de la publicité est aussi devenu dangereux et corrompu<sup>15</sup>.

Le temps de publicité — 15 % du temps d'une émission — n'est pas respecté. Les plus gros annonceurs étrangers sont Procter et Gamble, Mars, l'Oréal, Reebok, Pepsi... et les banques et fonds d'investissements, côté russe. Environ 80 % des spots concernent des biens de consommation inaccessibles au Russe moyen. L'achat d'espaces publicitaires est devenu un monopole dirigé par six agences à Moscou qui sont capables de réduire jusqu'à 30 % des prix en jouant sur les volumes. Certaines agences comme Première SV dirigé par Vladimir Zhechlor cumule à la fois l'activité d'achat d'espaces, vend des feuilletons TV — publicité incluse — notamment la série « Twin Peaks » diffusée sur le canal de St Pétersbourg et gère un catalogue de films<sup>16</sup>. Le *sponsoring* (pratique non réglementée) est roi dans les émissions de plateau. « Trivial Pursuit » est une coproduction de Fininvest et Ostankino, parrainée par Samsung et Pepsi, tout comme la version corrigée de « la Roue de la Fortune » — « Le Champ des miracles » — sponsorisée par Coca Cola.

### **Le tout-divertissement : l'uniformisation culturelle**

L'arrivée des nouveaux programmes — essentiellement de divertissement — induit des effets pervers. Les programmes gratuits des banques d'images étouffent les productions locales et mettent en relief l'inégalité des échanges au détriment de l'exportation des émissions de l'Europe de l'est.

L'importation massive des programmes de distraction répond à une demande logique susci-

tée par des années d'absence d'images occidentales pour des raisons idéologiques<sup>17</sup> et par l'accentuation des difficultés de la vie quotidienne actuelle. Cette conception démagogique n'est pas nouvelle. Léonid Kravchenko expliquait en 1990, que « *la télévision doit devenir un vrai loisir : Oh, la politique, vous savez les téléspectateurs en ont assez. Les variétés, les films, voilà la nouvelle télévision* »<sup>18</sup>. Les difficultés économiques, la dépendance en savoir-faire gestionnaire et la pénurie en moyens techniques profitent au raz de marée des programmes occidentaux dont le contenu est sujet à caution « ... *Santa Barbara n'est pas ce dont nous avons besoin* »<sup>19</sup> réagit A. Troitsky, partisan d'une télévision de qualité.

## Les chaînes publiques

Le budget fédéral couvrirait à peine la moitié des dépenses des télévisions<sup>20</sup>. Aujourd'hui, les télévisions d'État dépensent en moyenne 80 % de leur budget annuel dans le paiement des transmissions<sup>21</sup>. L'introduction de la publicité dès la fin des années 80, a dans un premier temps permis de compenser ce recul des fonds publics mais, avec l'apparition d'un secteur privé concurrentiel, les chaînes publiques affrontent une crise sans équivalent en Europe. Pour résister à l'offensive, certaines sont amenées à pratiquer un *bartering* intensif afin d'alimenter leur grille de programmes, tandis que d'autres se voient contraintes de partager leur canal avec l'un ou l'autre des nouveaux entrants. Leur capacité d'investissements dans les programmes nationaux est réduite aux émissions de plateau en tous genres.

### ***Ostankino (ORT)***

Appelé à la rescousse par le pouvoir pour restructurer Ostankino, le plus populaire des journalistes, Vladislav Listiev, promu premier directeur en novembre 1994 avait notamment refusé de prolonger le contrat de Première SV — leader incontesté des publicitaires — après avril 1995 ; son but étant d'arrêter de diffuser les publicités, le temps de réorganiser Reklama Holding (la régie publicitaire d'Ostankino) et ainsi d'écarter les puissantes agences qui monopolisent l'écran. Or, après son assassinat (1<sup>er</sup> mars 1995), c'est Sergueï Lisovski, le dernier dirigeant de Première SV qui est nommé à la direction de la régie publicitaire de ORT ! En guise d'explication, Boris Berezovski, député et directeur de ORT, déclarera que Lisovski était l'unique professionnel disponible. *Quid* des conflits d'intérêt et de l'indépendance financière d'ORT ?

La chaîne Ostankino est diffusée sur le premier canal, et couvre tout le territoire de l'ex-URSS. Héritage de la chaîne centrale de Gostéléradio, elle a gardé une vocation généraliste avec une forte composante culturelle et informative. Alors qu'elle diffusait 20 heures par jour en 1993, elle a dû raccourcir son temps d'antenne de 5 heures en 1994, fermant l'après-midi<sup>22</sup>. Elle



est directement placée sous l'influence de Boris Eltsine. C'est encore la chaîne la plus regardée à Moscou et St Pétersbourg, où elle pâtit pourtant de la concurrence de plusieurs chaînes privées.

### **Rossia (RTR)**

La deuxième chaîne publique émet aussi sur une grande partie du territoire et touche 87 % de la population de l'ex-URSS. De par sa création fin 1990, elle reste sous l'influence du Parlement russe. Comme celle d'Ostankino, la programmation de Rossia est de type généraliste. « Santa Barbara » diffusé en *prime time*, est le meilleur succès de la chaîne<sup>23</sup>. Rossia connaît aussi des difficultés financières et a réduit son temps d'antenne (trois heures de moins par jour) en 1994. La chaîne se situe en deuxième position mais subit la concurrence de la nouvelle chaîne privée NTV.

### **La chaîne des universités de Russie (RTR)**

Cette chaîne éducative bénéficie du soutien financier de l'Unesco. Elle s'est vue contrainte de monnayer une partie de son réseau et d'accueillir la chaîne privée NTV sur son canal au moment le plus stratégique de la soirée.

### **RMTK**

Depuis 1992, la chaîne RMTK (télévision russe de Moscou) est devenue une chaîne semi-publique soutenue par le maire de la capitale, Youri Loushkov. Elle propose un programme régional à base d'émissions de plateau, agrémenté de films. Les mêmes difficultés financières que ses consœurs l'ont conduite à partager son canal avec une autre chaîne privée, 2x2.

### **St Pétersbourg Canal 5**

La chaîne de St Pétersbourg, St Pétersbourg Canal 5, couvre les 2/3 de la Russie. Née dans le centre culturel et intellectuel de la Russie, elle a joué un rôle important pendant la *perestroïka* et conserve une aura auprès de la population russe. Elle diffuse surtout des programmes nationaux, notamment des films et des retransmissions de spectacles en soirée, dont du théâtre. L'information occupe une place importante de sa grille. C'est en outre une chaîne tournée vers l'Europe qui fait partie du Circom, organisation européenne des télévisions régionales créée en 1993, et a noué dans ce cadre des accords de coproduction avec des partenaires d'autres pays de

l'est ou de l'ouest<sup>24</sup>. Enfin, elle relaie trois heures par semaine des programmes d'Arte. Ses capacités de production propre ont fortement diminué et la chaîne ne produit plus de fiction depuis 1990.

Depuis novembre 1994, la société britannique INT (International Network TV) lance le réseau TV3 RUSSIA en partenariat avec les Russes à St Pétersbourg (50 % INT, 50 % Telekanal 27). Forte de sa collaboration à titre expérimental avec des professionnels de St Pétersbourg Canal 5, elle démarrera réellement ses programmes le 31 décembre 1994<sup>25</sup>.

Il apparaît aujourd'hui évident que la fédération de Russie ne peut plus supporter le coût de cinq chaînes publiques. La semi-privatisation d'Ostankino était envisagée depuis plusieurs mois et le décret du 30 novembre 1994, signé par Eltsine a transformé la chaîne en société anonyme dans laquelle l'État reste majoritaire (51 %), le reste se partageant entre douze nouveaux actionnaires, banques, concessionnaire automobile Avtovaz et fournisseurs de la chaîne telles l'agence ITAR-TASS et la holding de diffusion *Efir*<sup>26</sup>. Ce décret qui maintient Ostankino dans le giron de l'État s'oppose à un projet plus radical soutenu par le Parlement qui visait à fusionner en une seule chaîne Ostankino et Rossia, de manière à libérer un canal.

## Les chaînes privées

À partir de 1991, des opérateurs privés ont fait leur entrée. Ils utilisent les canaux des chaînes publiques, profitant de leurs difficultés financières et l'absence de réglementation, créent leurs propres réseaux multivilles comme celui de Ted Turner ou proposent leur offre par satellites, comptant sur le développement du câble et des antennes individuelles.

### **2x2**

Apparue en 1991, 2x2 est la plus ancienne des chaînes commerciales russes. Créée par d'anciens professionnels d'Ostankino, en partenariat avec Super Channel, c'est essentiellement une chaîne de divertissement qui diffuse les clips de MTV, aux côtés des journaux télévisés de CBS, en anglais, et de la BBC, en russe.

### **TV6**

Elle a été lancée en janvier 1993 par Ted Turner et des partenaires locaux (dont Eduard Sagalaev, ancien président de l'union des journalistes de l'URSS, ancien chef de service à Vrémia : JT diffusé à 21h sur les 3 chaînes de Gostéléradio). Il s'agit d'un réseau multivilles qui a

recupéré des fréquences terrestres disponibles (ex-chaîne « Couronne du Nord ») et diffuse par satellites à destination des réseaux câblés et des antennes individuelles et collectives. Sa grille propose des informations de CNN, des programmes pour enfants, des documentaires et des films. Malgré un temps d'antenne plus important et une diffusion en soirée, son auditoire est inférieur à celui de 2x2 à Moscou.

## **NTV**

L'arrivée de cette nouvelle chaîne en janvier 1994, constitue l'événement majeur de l'année. En quelques mois, la chaîne a en effet réussi à se hisser à la troisième place auprès des téléspectateurs de Moscou et à la quatrième place auprès de ceux de St Pétersbourg, prenant la tête du secteur privé. La chaîne NTV (N pour *nezavissimaïa*, « indépendante »), dirigée par Igor Malachenko, a été lancée par un groupe d'actionnaires russes avec notamment des banques comme Most. C'est la seule chaîne qui dispose de moyens financiers suffisants pour acquérir des programmes attractifs en nombre suffisant sur le marché international<sup>27</sup>. Sa programmation est celle d'une grande chaîne commerciale, à base de fictions (films étrangers et séries TV), d'information, de sport et d'autres divertissements comme le jeu Fort Boyard. La grille est plus régulière que celles des autres chaînes avec un créneau cinéma tous les soirs, suivi de l'édition de nuit du journal et d'une série américaine. En moins de cinq mois, elle a rejoint Rossia à Moscou, et cela au détriment de toutes les autres chaînes sauf 2x2. NTV est aussi et surtout la bête noire d'Eltsine. La chaîne a bien failli ne pas obtenir la reconduction de sa licence à cause de son traitement indépendant de l'information sur la Tchétchénie. Ses soutiens financiers et politiques (proches du maire de Moscou), irritent fortement Eltsine. En août 1995, le procureur général, sans hésiter, a lancé des poursuites ridicules contre l'émission « Kukli » (émission similaire aux Guignols de l'info de Canal+) qu'il accuse « ... d'avoir insulté l'honneur et la dignité des dirigeants du pays... ». La marionnette de Boris Eltsine apparaissait en mendiant et celle de Tchernomyrdine vendait des pièces détachées d'une vieille chaudière à gaz (allusion au soutien de Gazprom au premier ministre).

Les restructurations des chaînes d'État butent contre les obstacles économiques et politiques pour devenir réellement des télévisions du service public. Dépendance en matière de gestion et de savoir-faire, dépendance à l'égard des investissements étrangers, dépendance culturelle à l'égard des programmes occidentaux ; l'absence de cadre de régulation indépendant et efficace rend périlleux l'exercice quotidien de l'information. Le borbier tchéchène traduit malheureusement bien la fragilité de l'indépendance des médias aujourd'hui. En effet, depuis l'offensive armée russe en Tchétchénie, le Kremlin a mis en place un Centre d'information provisoire. Les pressions du gouvernement sont efficaces sur ORT, mais le tableau n'est pas totalement noir<sup>28</sup> : NTV a réaffirmé qu'elle continuerait de remplir son *devoir civique* d'information. L'opération coup de poing menée le 2 décembre dernier par un commando armé du GUO

(structure créée en octobre 1993 après l'assaut du Parlement et chargée de garder les bâtiments officiels et les hautes personnalités de l'État) contre le groupe bancaire Most — principal actionnaire de NTV — est un exemple extrême des méthodes brutales du Kremlin<sup>29</sup>. Il semblerait que Vladimir Goussinki, directeur de Most, ait à craindre personnellement du chef de la garde présidentielle, Alexandre Korjakov, qui affirmait qu'un « *de ses passe-temps favori a toujours été la chasse aux canards — goussi, en russe — allusion évidente à Goussinki*<sup>30</sup> ».

Malgré l'instabilité des rapports de force politiques et la déréglementation, le paysage audiovisuel russe est engagé dans une nouvelle voie. Plus libres et diversifiés les médias se multiplient : guerre des satellites, multiplication des chaînes commerciales dans les régions... Ces changements s'opèrent dans un chaos organisé où l'opérateur occidental peine à se retrouver. Mirage de la société de consommation occidentale, le petit écran russe répète un modèle lui même enlisé dans la crise. L'omniprésence des programmes de divertissement est comme le symptôme d'une société sans repères, mais alignée depuis quatre ans sur les nouvelles normes économiques, politiques et culturelles mondiales.

#### NOTES

1. FRANÇOIS, Didier, « La pêche aux jeunes du parti au pouvoir », *Libération*, 14/12/1995.
2. *Id.*
3. SHIHAB, Sophie, « La première chaîne de télévision russe est reprise en main avant les élections », *Le Monde*, 29/09/1995.
4. FEGELSON, Kristian, *L'URSS et sa télévision*, Paris, INA, Ed. Champ Vallon, 1990.
5. BUHKS, Nora, « La télévision soviétique et la *perestroïka* », *Notes et Etudes Documentaires*, 4920-21, 1990, p. 12.
6. MOND, Georges, « L'évolution des cadres législatifs », *Médiaspouvoirs*, 26, 2<sup>e</sup> trimestre 1992, p. 75.
7. Cité dans MARKETSKAÏA, p. 88.
8. ALESSANDRI, Philippe, « Les médias en Russie », *Médiaspouvoirs*, 35, 3<sup>e</sup> trimestre 1994, p. 67.
9. Cité par l'Institut européen de la communication dans *The Russian parliamentary elections : monitoring of the election coverage in the Russian mass Media*, Düsseldorf, février 1994, *op. cit.* dans ALESSANDRI, p. 67.
10. MATTELART, Tristan, « Télévisions : impératifs démocratiques et contraintes du marché », Table ronde *Le financement des programmes de télévision en Europe centrale et orientale*, p. 124.
11. Cité dans Mattelart, p. 121.
12. BUHKS, Nora, « Les mass media dans la Russie d'Eltsine », *Géopolitique*, 43, Automne 1993, p. 23.
13. COLLARD, Caroline, « Montrer la voie », *Écran Total*, 37, 15 juin 1994.
14. Cité dans MATTELART, p. 128.

15. MANDRAUD, Isabelle, « TV : la troisième révolution russe », *Stratégies*, 866, 25 février 1994, p. 45.
16. *Ibid.*, p. 45.
17. MATTELART, Tristan, « Télévisions est-ouest le temps du divertissement ? », *Mediaspouvoirs*, 26, 1992, p. 154.
18. Cité dans BUKHS. p. 14.
19. Cité dans MATTELART « Télévisions : impératifs démocratiques et contraintes du marché », p. 127.
20. Les informations sur les chaînes publiques et privées, leurs organigrammes, dates de création... nous ont été fournies par le Service audiovisuel de l'Ambassade de France à Moscou.
21. FRANKLIN, Anna, « Russian channel under pressure to forfeit time », *Broadcast*, 12 août 1994.
22. FRANKLIN, Anna, « Towering potential for russian TV », *TBI*, septembre 1994.
23. Magazine TV « TV Park », Moscou, 22-29 mai 1994, p. 44-45.
24. TV World, September 1994, p. 69.
25. TV World, December 1994.
26. *Les Échos*, 1<sup>er</sup> décembre 1994.
27. BIRCHENOUGH, Tom, « Russian TV continues to rumble », *Mipcom*, October 3-9 1994.
28. LAMBROSCHINI, Sophie, « Les médias russes rappelés à l'ordre », *Libération*, 22 décembre 1994.
29. SHIHAB, Sophie, « Les méthodes brutales des *barbouzes* du Kremlin », *Le Monde*, 7 décembre 1994.
30. SHIHAB, Sophie, « Les *durs* renforcent encore leur pouvoir au Kremlin », *Le Monde*, 21 janvier 1994.