Touche pas à mon journal

Par JFB le lun 17/05/2010 - 12:37

Conséquence de la crise financière sur les médias

Les médias hongrois ont été sévèrement touchés par la crise économique. Des revenus publicitaires en chute libre et d'importantes baisses d'audiences : les médias subissent une pression financière intense et sont victimes de la désaffection du public. Dans une étude, commandée par l'Open Society Institute, József Péter Martin dresse un état des lieux du secteur.

Le constat est sévère mais sans surprise: les médias, en Hongrie comme partout ailleurs, traversent une importante crise et doivent repenser leur activité. Il existe toutefois de grandes différences entre les médias, note József Péter Martin. La presse écrite est de loin la plus touchée mais les médias électroniques (télévision et radios) subissent d'importantes pertes également. Les médias online sont les moins touchés par la crise et certains portails semblent même avoir tiré leur épingle du jeu en accroissant leurs revenus.

La crise a eu un impact marginal sur les plus importants portails de nouvelles. En effet, les revenus de certains d'entre eux, comme Index, ont considérablement augmenté jusqu'à il y a peu. Selon les données communiquées par l'entreprise à József Péter Martin, les revenus publicitaires de Index ont augmenté de 65% entre 2006 et 2008 et de 9% supplémentaires entre 2008 et 2009, alors même que la crise battait son plein. Toutefois, précise l'étude, les indices les plus récents mettent en avant un ralentissement voire un inversement de cette tendance.

Le service public et les médias électroniques nationaux ont quant à eux subi une perte de 10 à 15% de leurs revenus publicitaires depuis 2008. Certaines chaînes de télévision nationales ont également perdu des parts d'audiences significatives au cours de la même période, une tendance qui n'est toutefois que partiellement due à la crise financière. Par conséquent, les chaînes publiques ont dû procéder à une vague de licenciement, mais leur temps d'antenne n'a pas dramatiquement été réduit.

En revanche, les pertes les plus sévères ont été enregistrées dans le secteur de la presse écrite. Les revenus publicitaires des quotidiens et hebdomadaires ont subi, respectivement, une perte de 16 et 19%. Mais la perte est encore plus importante en termes de revenus réels: jusqu'à 30% pour les quotidiens politiques nationaux et 50% pour les hebdomadaires politiques et économiques. Ainsi HVG, l'hebdomadaire économique de référence, a-t-il subi une baisse de 34% de ses revenus en 2009, contre 50% pour le Figyelő. Ces tendances reflètent la baisse drastique des publicités des secteurs bancaire, automobile et immobilier.

Outre l'impact de la crise et des considérations sur l'indépendance des médias, l'étude de József Péter Martin pointe d'autres défaillances du secteur, ayant attrait en particulier au contenu des médias. Au cours de ses recherches et entretiens, il a relevé de nombreuses et importantes critiques à l'encontre des journalistes, souvent jugés «mal préparés» et «superficiels». Par ailleurs, les médias hongrois sont généralement perçus comme peu indépendants face aux forces politiques, mais la critique la plus sévère porte sur le fait que la presse est «simplement ennuyeuse». Elle s'attarde essentiellement sur les affaires de politiques intérieure, les scandales et autres nouvelles d'ordre privé. En somme, les médias traditionnels, qui négligent de plus en plus les questions sociales, semblent avoir perdu l'un de leur rôle essentiel: aider les citoyens à former leur opinion.

Frédérique Lemerre

•

Catégorie
Agenda Culturel