



HAL
open science

L'inégale transnationalisation de l'information "turque" ": le cas de la médiatisation de la Turquie en France

Dominique Marchetti

► **To cite this version:**

Dominique Marchetti. L'inégale transnationalisation de l'information "turque" : le cas de la médiatisation de la Turquie en France. *İleti-ş-im: Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 2015, 22, pp.1-30. 10.16878/gsuilet.96686 . halshs-01162114

HAL Id: halshs-01162114

<https://shs.hal.science/halshs-01162114>

Submitted on 10 Jun 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'inégale transnationalisation de l'information « turque »: le cas de la médiatisation de la Turquie en France

Prof. Dr. Dominique MARCHETTI

CNRS-Centre Jacques Berque
dominique.marchetti@cirs.fr

Abstract

The uneven transnationalization of "Turkish" information: The case of the media coverage of Turkey in France

This article aims to study contemporary processes of production and transnational circulation of news, from a study of the "Turkish news" in French generalist media. After roughly characterized the average position of Turkey in highly competitive international field of news, the first part examines the geopolitics of this market by showing how, through the study of the population of the foreign media correspondents in Turkey, it is dominated by a few media and especially some countries, which today provide the bulk of the raw material of the information. The second part, which deals with the presence of the French media in Turkey, shows its relative weakness but also the fact that they are intended primarily for social groups heavily endowed with cultural and/or economic capital. The third shows, from a content study, the overall homogeneity of journalistic productions on Turkey around some mainstream themes (human rights, Islam, etc.) building a social space of these productions. This article is based on a survey by interviews and observations in Turkey and a study of productions of the print and broadcast media in France between the 1980s and the 2000s.

keywords: journalism, international news, media, Turkey, France

Résumé

Cet article se propose d'étudier les processus contemporains de production et de circulation transnationale des news, à partir d'une étude de l'« actualité turque » présente dans des grands médias généralistes français. Après avoir caractérisé grossièrement la position intermédiaire de la Turquie sur les espaces nationaux et internationaux très concurrentiels de production de l'information transnationale, le premier volet étudie la géopolitique de ce marché en montrant comment, à travers l'étude de la population des correspondants des médias étrangers en Turquie, celui-ci est dominé par quelques médias et surtout quelques pays, qui fournissent aujourd'hui l'essentiel de la matière première de l'information. Le deuxième volet, qui porte sur la présence des médias français en Turquie, montre sa relative faiblesse mais aussi le fait que ceux-ci s'adressent essentiellement aux groupes sociaux fortement dotés en capitaux culturels et/ou économiques. Enfin, le troisième fait apparaître, à partir d'une étude de corpus, l'homogénéité globale des productions journalistiques sur la Turquie autour de quelques thèmes récurrents (droits de l'homme, Islam, etc.) tout en esquissant un espace social de ces productions et des clivages qui le traversent. Cet article s'appuie sur une enquête par entretiens et observations en Turquie ainsi qu'une étude du corpus des productions de la presse écrite et audiovisuelle en France entre les années 1980 et la décennie 2000.

mots-clés : journalisme, information internationale, médias, Turquie, France

Özet

Haberlerin Eşitsiz Ulus-ötesileşmesi: Fransa'da Türkiye Haberleri Örneği

Bu makale Fransız medyasında da yer bulan Türkiye hakkındaki gündemin incelenmesi yoluyla haberlerin çağımızdaki uluslararası üretim ve dağıtım sürecini ele almaktadır. Ulus-ötesi haber üretiminin son derece rekabetçi ulusal ve uluslararası uzamında Türkiye'nin konumunun ne olduğunu ortaya çıkardıktan sonra, çalışmanın ilk kısmı, Türkiye'de çalışan yabancı medya mensuplarının kimler olduğuyla birlikte, haber piyasasının jeo-politik özelliklerine odaklanmaktadır. Ardından çalışmada, Türkiye'de bulunan Fransız medyası üstünde durulmakta, Fransız medya çalışanlarının ve temsilcilerinin sayısının Türkiye'de göreceli olarak düşük olduğunu saptayarak, bu nicel zayıflığın söz konusu Fransız medya çalışanlarının çalıştığı medya gruplarının ekonomik ve/veya kültürel sermayesi güçlü toplumsal gruplar için haber yapmasıyla kapandığını ileri sürmektedir. Son olarak bu çalışma, bir örneklem analizine dayanarak küresel haber piyasasında Türkiye hakkındaki haberlerde belli izleklerin türdeş bir şekilde üretiminin söz konusu olduğuna (örneğin, insan hakları ve İslam, vb.) dikkati çekerek, bu haberlerin üretiminin hangi toplumsal mekanda gerçekleştirildiğini bu mekanı bölen hiyerarşileri de ele almaktadır. Bu makale, Türkiye'de gerçekleştirilen söyleşilere ve gözlemlere dayanmasının yanı sıra Fransa'da 1980 ve 2000'li yıllarda Fransız yazılı ve görsel medyasında yayınlanan Türkiye ile ilgili haberleri de dikkate almaktadır.

anahtar kelimeler: gazetecilik, uluslararası haber, medya, Türkiye, Fransa

Introduction

Cet article est le produit d'une recherche qui se propose d'analyser les processus transnationaux de production et de circulation des biens culturels de grande diffusion, à partir d'une étude de l'actualité « turque » présente dans de grands médias généralistes français. Lors d'enquêtes précédentes (par exemple, Baisnée et Marchetti, 2004 ; Darras et Marchetti, 2004), ces logiques avaient été analysées essentiellement à partir des espaces nationaux d'accueil de l'information, notamment depuis les rédactions du siège de grands médias français et paneuropéens, qui traitent et retraitent l'« information internationale »¹. Il s'agit ici d'élargir la perspective à partir de l'espace d'émigration de l'information, c'est-à-dire de l'espace national d'origine, en s'inspirant de l'approche du sociologue Abdelmalek Sayad (1977) portant sur un tout autre terrain, celui de l'immigration. L'objet est plus précisément de comprendre les contenus produits par cette fraction stratégique des « passeurs » de la transnationalisation de l'information que constituent les correspondants des médias étrangers. Comme le montrent quelques enquêtes sur le sujet, leur rôle est en effet déterminant dans les processus de production et de transfert (notamment Baisnée, 2003 ; Bourdon, 2009 ; Hannerz, 2004 ; Hess, 2005 ; Morrison et Tumber, 1985 ; Pedelty, 1995). En France, les correspondants à l'étranger représentaient dans les années 2000 presque la moitié des 404 journalistes relevant des rubriques International dans les principaux, quotidiens, hebdomadaires, radios et télévisions nationaux généralistes en France contre 36,1% pour les reporters et grands reporters, 13,9% pour les cadres-dirigeants et 2% pour les chroniqueurs diplomatiques². Pour étudier leurs productions, on s'est appuyé sur un terrain très localisé, celui des rares correspondants des médias français en Turquie.

La localisation de ce terrain permet de saisir par plusieurs entrées le fonctionnement du marché de l'information internationale et, plus largement, de comprendre quelques logiques de circulation des biens culturels entre espaces nationaux et internationaux en rappelant ce qu'elles doivent aux spécificités nationales des champs d'origine (ici la Turquie) et d'accueil (la France) (Bourdieu, 2002). Cette étude des processus généraux de transnationalisation culturelle en mêlant l'analyse des contenus avec celle des conditions sociales de leur production et de leur circulation essaie donc de les recontextualiser. Au-delà du fait de caractériser la position de la Turquie sur les espaces nationaux et

1 Pour faciliter la lecture, nous avons retiré les guillemets pour cette expression mais ils visent à signifier que l'adjectif mérite discussion dans la mesure où, au regard des enquêtes, on peut se demander s'il s'agit d'une information internationale tant le prisme national est important dans les logiques de sélection de ce qui est appelé l'international dans les rédactions des grands médias généralistes.

2 Cette donnée a été calculée à partir d'une base que nous avons constituée en recensant les journalistes travaillant sur l'International dans les principaux médias généralistes français en s'appuyant sur les fiches relativement exhaustives rédigées par l'Argus des fichiers presse comprenant les journalistes travaillant au sein de ces rédactions en 2007.

internationaux très concurrentiels de production de l'information transnationale, la première entrée de ce propos renseigne sur la géopolitique de ce marché en montrant comment il est dominé par quelques médias et quelques pays, qui fournissent l'essentiel de la matière première de l'information. L'exemple turc permet ensuite de spécifier et d'expliquer la présence réduite et événementielle des médias français. Enfin, l'étude d'un corpus d'articles ou de sujets de reportages à la fin des années 1980 et 2000 montre une relative homogénéité des thématiques journalistiques de l'actualité « turque » en France, tout en esquissant un espace des productions des correspondants et des clivages sociaux qui le traversent.

Nous avons effectué deux missions de courte durée en 2008-2009 à Istanbul, Ankara et Diyarbakır. Outre une observation d'une semaine dans les locaux de l'Agence France Presse (AFP)³ dans la capitale politique, 19 entretiens ont été réalisés auprès des correspondants des médias français (presse écrite, radio et télévision) ainsi que des journalistes francophones et anglophones des bureaux de cette agence internationale. Mais si cet article⁴ s'appuie bien évidemment sur ce travail, il repose aussi et surtout sur une étude de corpus. En effet, ce terrain s'est accompagné, à partir d'un croisement de la base de données Factiva et des archives en ligne de trois quotidiens, d'une étude statistique (nombre d'occurrences, thèmes traités, lieux, etc.) sur la production des correspondants français de trois quotidiens *Libération*, du *Figaro* et du *Monde* en 2008, celle du *Parisien* et enfin une comparaison du traitement des correspondants du quotidien *Le Monde* en poste dans ce pays en 1987 et en 2008. Enfin, d'autres recherches ont été menées à partir de deux bases de données, dont celle de l'INA, sur les productions de quelques médias audiovisuels sur la Turquie. Cette analyse de presse vise à comprendre dans une perspective comparative contemporaine les contenus concrets des « actualités » provenant de Turquie pour les médias français et leurs variations selon les publics auxquels elle s'adresse.

La position intermédiaire de la Turquie dans les espaces nationaux et internationaux de l'information

La Turquie occupe une position intermédiaire dans la production de l'information « internationale » journalistique, qui est probablement homologue

3 Ce travail sur place a été réalisé avec Fadime Deli. Nous tenons à remercier l'ensemble des journalistes ayant accepté de nous rencontrer et, tout particulièrement, ceux de l'Agence France Presse pour leur accueil à Ankara, Istanbul et Diyarbakır. Par ailleurs, cette enquête n'aurait pas été possible sans l'aide amicale d'Ümit Sevgi Topuz et de Nilgün Tural.

4 Ce travail est une version raccourcie et remaniée d'une contribution en langue française à paraître dans un ouvrage collectif (Koch et Mattelart, 2015).

à celle qu'elle occupe dans l'espace politique international. En effet, elle ne fait pas partie des pôles dominants et prestigieux de la production de l'information internationale au moins dans les médias diffusés en Europe de l'Ouest comme le sont, pour des raisons différentes, les États-Unis, Israël (pour le conflit avec la Palestine), la Chine, la Russie, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, la France, ou encore la Belgique (pour l'Union européenne) et l'Italie (pour le Vatican). Les travaux sur les grandes capitales de l'information (Washington et New-York, Bruxelles, Londres, Jérusalem notamment) montrent l'importance du corps des correspondants dans ces zones. À l'inverse, la Turquie ne fait pas non plus partie du pôle constitué par la vaste majorité des pays où les médias d'Europe de l'Ouest ne comptent pas de correspondants, hormis quelques grandes agences de presse. Compte tenu de l'intensification de la concurrence dans les espaces de plus en plus limités de l'International dans les médias nationaux généralistes, « il faut vraiment qu'il y ait quelque chose d'énorme » pour qu'un sujet de Turquie « soit pris par la presse », résume une correspondante d'un quotidien français sur place⁵.

Cependant, des facteurs internes et externes ont transformé la position de ce pays dans les espaces politique, économique, etc. internationaux : le déclin progressif de la position dominante des autorités militaires dans le fonctionnement du champ du pouvoir, la libéralisation politique, économique, etc. et leurs effets dans les relations internationales au sens large, tout particulièrement depuis l'arrivée de l'AKP, parti islamo-conservateur, au début des années 2000, et les étapes successives du processus d'adhésion à l'Union européenne ; la focalisation de l'actualité internationale, depuis les guerres du Golfe et encore davantage depuis le 11 septembre 2001, autour de certains pays à majorité musulmane. Plus encore, depuis 2011, les guerres en Syrie, en Irak et leurs conséquences en Turquie remettent ce pays très régulièrement au centre de l'actualité « internationale » confirmant sa position intermédiaire à tous les sens du terme. C'est pourquoi, les médias étrangers produisent plus régulièrement des nouvelles sur cet espace national, certains ayant même renforcé leur présence sur place dans les années 2000, dans une période pourtant marquée par des réductions budgétaires sans précédent. Ainsi, au début de notre enquête en 2007, les autorités turques avaient accrédités 160 médias étrangers de 38 pays et leur nombre s'élevait en 2012 à 216 pour 46 pays représentés. Mais ce chiffre sous-estime la présence des médias étrangers sur place dans la mesure où celles-ci refusent pour l'instant l'accréditation de journalistes de plus en plus nombreux travaillant uniquement pour des sites en ligne.

Ces chiffres sont le produit d'un calcul effectué à partir de la liste des correspondants étrangers accrédités en Turquie par les services du Premier ministre, qui introduit quelques biais qui sont évoqués au fil de ce texte.

5 Sauf indications contraires, les citations entre guillemets des correspondants sont extraites des entretiens réalisés en 2008 et 2009.

Compte tenu de l'imprécision du nombre de journalistes par médias, dans la mesure où un décalage peut parfois exister entre les journalistes déclarés et les journalistes en poste réellement comme on l'a remarqué pour l'AFP sur laquelle on a enquêté, nous avons seulement pris en compte la présence des médias étrangers et non des journalistes. On a retenu uniquement pour éviter les biais liés aux déclarations les médias cités en premier lieu par les journalistes et pour lesquels ils ont été accrédités officiellement. Par ailleurs, ce chiffre comporte quelques doublons puisque plusieurs médias importants, essentiellement les « grossistes » de l'information, peuvent avoir des représentants à la fois à Ankara et à Istanbul. Dans ce cas, le média est logiquement cité deux fois. Enfin, ces données prennent en compte l'ensemble des médias, qu'il s'agisse d'agences (textes, photos, vidéos), de titres de la presse écrite ou de l'audiovisuel.

L'installation dans cette période de correspondants travaillant pour de grands quotidiens européens (l'allemand *Die Welt*, le danois *Politiken*, les espagnols *ABC*, *El Mundo*, *El Pais* et *La Vanguardia*⁶, les italiens *La Repubblica* et *l'Unita*, le néerlandais *De Volkskrant*) est un indicateur de ce renforcement de la position de la Turquie, de même que la création du bureau du *New-York Times* à la fin des années 1990⁷ et celui d'Al Jazeera plus récemment.

La position actuelle de ce pays sur le marché de l'information transnationale contraste avec celle qu'elle occupait dans les années 1970 et le début des années 1980 où, comme le relatent les plus anciens correspondants, les journalistes exerçant pour la presse étrangère étaient non seulement en nombre très réduit mais travaillaient surtout sous le contrôle très étroit des autorités militaires. À titre d'exemple, l'AFP ne disposait à cette période que d'un chef de bureau et d'un ou deux journaliste(s) d'un quotidien turc détaché par son journal et dans ses locaux pour produire des dépêches depuis la Turquie. En 2007, ils

6 Si ces installations de correspondants étrangers peuvent certes s'expliquer en partie par la position de la Turquie dans l'espace politique, économique international, elles renvoient en même temps à d'autres transformations liées aux espaces nationaux étrangers et à leurs relations avec la Turquie. Ainsi, dans le cas de l'Espagne, il faudrait interroger les journalistes travaillant sur place pour comprendre cette arrivée. Comme dans d'autres pays, la crise économique de la presse espagnole a probablement incité des journalistes (notamment jeunes) à s'installer à l'étranger comme correspondant *free lance*. De même, on peut peut-être faire le lien entre cette arrivée de médias espagnols et la création en 2004 de l'Alliance des civilisations, sous l'impulsion des deux premiers ministres de l'époque, Recep Tayyip Erdoğan pour la Turquie et José Luis Rodríguez Zapatero pour l'Espagne. Cette initiative, qui visait à favoriser les relations entre les « sociétés musulmanes et occidentales » face au discours du « clash des civilisations », a peut-être contribué à ce que les médias espagnols s'intéressent davantage à la Turquie et à son nouveau gouvernement.

7 L'anthropologue Ulf Hannerz (2005 : 59-60) dans son enquête multi-située sur les correspondants de presse rapporte à ce sujet l'information suivante : « Bill Keller of the *New York Times* was generally inclined to try to make coverage less Eurocentric than it had traditionally been. His own most recent initiative had been opening an Istanbul bureau. "You don't have to believe this stuff about a clash of civilizations," he said, with a passing implicit to Samuel Huntington, but he thought Turkey was an increasingly interesting meeting point between East and West and was strategically important for reporting on "the-stans" in ex-Soviet Central Asia – "these people don't want to be covered from Moscow ».

étaient sept journalistes en poste fixe, ce qui correspond à un « bureau de taille moyenne », selon l'expression du chef du bureau d'Ankara.

Au-delà de ce constat général, il va de soi que la Turquie est un pays inégalement stratégique selon les espaces médiatiques nationaux et internationaux, mais aussi selon les secteurs d'activité. Ainsi, la cartographie par pays des médias étrangers accrédités dans ce pays en 2007 et en 2012 peut se lire certes comme un indicateur du volume de l'offre médiatique disponible dans les États présents sur place (la Chine avec seulement quatre à cinq médias entre 2007 et 2012 et la Russie avec quatre à six fournissant des exemples évocateurs) mais aussi comme un indicateur de l'état des relations que ces espaces nationaux entretiennent avec la Turquie. Les données font émerger le poids fort des rapports historiques avec les États-Unis, qui comptent parmi les puissances dominant les relations internationales et le marché de l'information transnationale (respectivement 23 et 27 médias représentés en 2007 et 2012). Trois grands pays de l'Union européenne (UE) sont également présents à des degrés divers pour les mêmes raisons, parce qu'ils occupent une position forte dans les espaces politique et médiatique transnationaux - leur volonté de développer des médias transfrontières l'atteste⁸ - et parce qu'ils ont établi historiquement des relations avec la Turquie, tout particulièrement depuis l'avènement de la République en 1923. C'est le cas de l'Allemagne (n=23 et 22), qui est le principal pays d'immigration des ressortissants turcs, du Royaume-Uni (n=19 et 26) et, à un degré moindre, de la France (n=12 et 10), deux anciennes puissances coloniales ayant participé au partage de l'ancien empire ottoman et ayant également sur leur territoire des populations immigrées venant de Turquie. Par ailleurs, parmi les pays de l'UE, les Pays-Bas (n=8 en 2007 et 2012) sont surreprésentés. Du coup, cet ensemble d'États rassemblaient en 2007 la moitié des titres étrangers officiellement présents sur le territoire turc. S'ils ne représentaient plus que 43% six ans plus tard, le renforcement de la présence italienne (n=8) et, à un degré moindre, espagnole (n=6) permet de maintenir cette position dominante des pays de l'Union européenne.

Cette carte de la géopolitique de l'information fait apparaître d'autres nations, qui y figurent pour des raisons de proximité comme les pays « voisins » frontaliers de la Turquie (Bulgarie, Chypre du Nord, Grèce, Irak, Iran, Syrie, soit 9/10% en 2007 et 2012). Mais leur présence reste limitée, du fait de leur faible offre médiatique nationale. La part de la Russie et surtout des républiques de l'ex-URSS ayant un fort héritage « turc » a presque doublé (6,9% en 2007 contre 12% en 2012), du fait essentiellement de la forte présence de l'Azerbaïdjan avec quinze médias, celle des pays issus du démantèlement de l'ex-Yougoslavie (Bosnie-Herzégovine, Kosovo, Macédoine et Serbie restant stable (3%).

8 La domination de ces trois États est également visible dans le corps des correspondants à Bruxelles au début des années 2000 (Baisnée, 2006 ; Bastin, 1999).

Un autre pôle très minoritaire rassemble les pays de langues arabes du Proche-Orient (Liban et Egypte, 3% en 2007 mais un point et demi supplémentaire en 2012 grâce à l'apport de la Palestine), du Maghreb (Tunisie, Algérie, Maroc, 1% environ), qui ont des relations avec la Turquie. Mais leur faiblesse s'explique probablement également par une offre médiatique nationale très réduite. À l'inverse, la surreprésentation relative des États du Golfe (Arabie Saoudite, Qatar et Emirats arabes unis, 5% environ dont la moitié est due au dernier nommé) montre la position désormais stratégique des chaînes d'information en continu Al Jazeera (Qatar) et Al Arabiya (Arabie Saoudite) dans les États où les langues arabes sont majoritaires. Hormis les États-Unis, le continent américain n'est quasiment pas présent sur cette carte, tout comme l'Afrique à l'exception du Maghreb. Le Japon souvent représenté dans les grandes capitales de l'information compte trois médias, dont deux sont spécialisés dans l'information économique.

Le cas turc donne donc à une échelle réduite un état des rapports de force au sein de l'espace de l'information transnationale. Les « grossistes » transnationaux, dont la plupart des sièges sont basés dans les pays dominants de cet univers (États-Unis, Europe de l'Ouest et pays du Golfe), sont très majoritaires. Ils disposent de plusieurs journalistes sur place, voire d'un ou de deux bureau(x). Il en va ainsi des grandes agences de presse transnationales multimédias (Associated Press, l'AFP, Bloomberg et Reuters), des agences nationales de diffusion internationale (l'italienne ANSA, l'allemande DPA, l'espagnole EFE, l'égyptienne MENA, la chinoise Xinhua) ainsi que des principales chaînes et radios d'information internationale (Al Arabiya, Al Jazeera, BBC World, CCTV, CNN International, Deutsche Welle, Euronews, France 24, Radio France Internationale, Sky News, etc.). Près de la moitié des médias ou groupes audiovisuels présents en Turquie sont transnationaux ou disposent de déclinaisons transnationales. Il faut ajouter à ce groupe de grossistes les grands journaux anglophones de diffusion transnationale (*Christian Science Monitor*, *Financial Times*, *New York Times* et *Wall Street Journal*). Quelques médias nationaux étrangers comptent un nombre de personnels plus importants pour des raisons différentes : il y a quelques agences d'Etat de pays frontaliers de la Turquie (par exemple la grecque ANA ou l'iranienne IRNA) mais surtout les chaînes strictement nationales de télévision et de radios allemandes. Cette forte implantation s'explique non seulement par la forte tradition d'information internationale dans l'audiovisuel public allemand (Heinderycks, 1988 : 168 sq) mais aussi, comme on l'a vu dans le cas turc, par les relations privilégiées entre ces deux pays.

Une présence française faible et clivée

Dans cet espace de l'information internationale, comme le montre l'exemple turc, la présence française est faible comparativement à ses voisins

allemands et anglais qui comptent, comme on l'a vu, plus du double de médias sur place. Si on ne tient compte que de la liste officielle des autorités turques, au-delà de deux publications spécialisées (*Arabies Trends* et *Aujourd'hui la Turquie*), seuls les médias transnationaux dont le siège est en France (l'Agence France Presse et France 24 à Ankara et Istanbul, Euronews et Radio France Internationale) et deux grands quotidiens nationaux (*Le Figaro*, *Le Monde*) sont représentés. Mais, en 2007-2008, les correspondants des médias généralistes « français » hors AFP représentaient dans les faits un petit groupe de huit personnes, sachant que *Le Monde* comptait alors exceptionnellement deux « correspondants » puisque le plus récent d'entre eux était secondé par une journaliste du quotidien à la retraite vivant à Istanbul. En 2012, le groupe de médias présents est resté relativement stable, à l'exception de l'arrivée du site *Aujourd'hui la Turquie*. Mais, depuis septembre 2014, *Le Monde* a une correspondante venue de Moscou qui est désormais salariée du journal et, depuis 2013, une seconde journaliste est venue prêter main forte au correspondant de RFI.

La présence française donne également des indications sur les divisions sociales existantes au sein de l'espace de l'information transnationale. Si on met de côté l'AFP, les supports qui portent l'intérêt le plus grand et régulier à la Turquie sont uniquement ceux qui s'adressent très majoritairement à des publics fortement dotés en capitaux culturels et/ou économiques, qui accordent une place importante à l'actualité internationale et ont les moyens de consacrer un budget relativement conséquent. À titre indicatif, dans les années 2000, *Le Figaro* et *Le Monde* disposaient respectivement de 70 et 60 journalistes (du siège ou correspondants) relevant de la rubrique International, ce qui représentait 17,3% et 14,9% des professionnels traitant de cette actualité dans les quotidiens, newsmagazines, radios et télévisions généralistes en France⁹. À l'exception de deux publications spécialisées de diffusion limitée, les médias « français », au sens où ils ont leur siège en France et produisent majoritairement en langue française¹⁰, relatant le plus régulièrement de l'actualité sur la Turquie et disposant d'un correspondant, renvoient donc à deux catégories de médias : d'une part, les supports de diffusion transnationale, c'est-à-dire au-delà de l'Agence France Presse, Radio France Internationale, France 24 en français, sa correspondante travaillant également au moment de l'enquête pour Arte; d'autre part, les trois grands quotidiens nationaux (*Le Figaro*, *Libération* et *Le Monde*).

En revanche, les médias nationaux de grande diffusion comme les chaînes de télévision ou les radios françaises spécialisées dans l'information (France Info, I Télévision, BFM TV), les radios périphériques généralistes (Europe 1,

9 Ces données ont été produites à partir des mêmes sources citées dans la note 1.

10 Ainsi, France 24 dispose au-delà de sa correspondante en langue française de deux correspondants pour les versions arabe et anglaise. Euronews dispose d'une correspondance en Turquie mais elle est réalisée en turc puisque la chaîne a développé récemment cette nouvelle langue.

France Inter, voire très rarement RMC Info et RTL), ou le quotidien *Le Parisien* accordent moins de place à la Turquie. Pour des raisons qui ont moins à voir avec leurs publics mais plutôt avec l'espace comparativement très réduit dont ils disposent, les newsmagazines (*L'Express*, *Le Point*) ou un quotidien comme *La Croix* produisent également peu sur le sujet au sens comptable du terme. C'est pourquoi, les professionnels exerçant dans ce groupe de médias recourent ponctuellement aux correspondants sur place, pour lequel ces piges ne sont pas leurs principales sources de revenus, ou même, plus souvent, travaillent depuis Paris et envoient très ponctuellement des journalistes en Turquie.

Enfin, et ce n'est bien évidemment pas une spécificité française, le cas des correspondants en Turquie vient rappeler que la plupart des producteurs de l'information internationale dans les pays d'origine ne sont pas des salariés rattachés à des rédactions. Les journalistes exerçant pour les médias français travaillent en effet à la pige pour plusieurs titres comme probablement la plupart des professionnels de la presse étrangère. Ils sont rémunérés à la tâche ou au forfait, c'est-à-dire qu'ils ne sont plus (ou pas) partie intégrante d'un « bureau », l'expression signifiant non seulement la mise à disposition d'un lieu de travail mais aussi des assistants, une infrastructure propre, un salaire avec des primes, etc., qui caractérisent les grands médias même si, comme le montre le cas de l'AFP¹¹, les contrats peuvent être très différents. Les transformations de la population des correspondants français depuis le début de notre enquête en 2007 vient précisément rappeler la fragilité de ces positions. En effet, trois journalistes ayant un contrat local ne travaillent plus pour l'AFP - deux sont parties et le troisième est en procès après un licenciement -, et les postes de correspondants de la plupart des quotidiens (*La Croix*, *Le Figaro*, *Le Monde*), newsmagazines (*L'Express* et *Le Point*) et télévisions transnationales (Arte, France 24) ne sont plus tenus par les mêmes journalistes.

Une « couverture » réduite et événementielle

Cette faiblesse relative de la présence française en Turquie se traduit dans la production même des correspondants. Pour avoir un ordre de grandeur, la Turquie avait fait l'objet en 2007, selon l'Institut national de l'audiovisuel (INA), de 242 sujets¹² dans les journaux télévisés de début de soirée des six principales chaînes hertziennes françaises, ce qui représentaient 2% du volume des sujets sur les pays comptant au moins 10 occurrences cette année-là. Celle-

11 En 2014, l'Agence France Presse comptait à Istanbul trois journalistes ayant un statut du siège, c'est-à-dire en expatriation, contre deux dans la première décennie 2000 : un chef de bureau, un adjoint et un vidéaste. Les autres personnels fixes comme journalistes étaient en contrat locaux ou « régionaux » qu'ils soient à Ankara (n=2), ou à Istanbul (n=3). Il faut y ajouter des *stringers* ou des *fixers* payés à la tâche dans le nord de Chypre, dans la ville à majorité kurde Diyarbakır, à Ankara et à Istanbul.

12 Le chiffre publié par l'INA (*Ina Stat*, 2008) correspond au nombre de sujets « dans lesquels un pays est objet principal ou acteur secondaire d'un événement ».

ci se situait en quinzième position d'un classement dominé par les Etats-Unis (1329 sujets, 10,8%), la Grande-Bretagne (7,2%), Israël-Palestine (6,6%) et l'Allemagne (6,3%). Ce chiffre est fortement biaisé par l'intérêt accordé à la Turquie dans le journal binational d'Arte. En effet, les données produites par Crístina Birsan (2009) portant sur un corpus de documents télévisuels des sept principales chaînes de télévision françaises traitant de la Turquie entre 1995 et 2006, composés à 73% par des journaux télévisés, attestent non seulement de la domination annuelle d'Arte, à l'exception de l'année 1999 marquée par un tremblement de terre très meurtrier, mais aussi le suivi régulier qu'elle assure. C'est ce qui explique que les écarts entre les années sont moins grands que ceux constatés pour ses confrères.

Pour donner un ordre d'idée de la production du pôle des quotidiens s'adressant à des publics fortement dotés en capital culturel et/ou économique, la place de la Turquie dans tous les articles publiés dans les rubriques International des trois principaux quotidiens français au mois de septembre 2007 était relativement faible : 0,9% des 696 articles du *Figaro*, 0,5% des 639 articles du *Monde*, 0,3% des 373 articles de *Libération*. Pour avoir un autre indicateur, au moment de notre enquête l'année suivante, la correspondante du *Figaro* avait signé 79 articles (41 235 mots) contre 83 (40 521 mots) à ceux du *Monde* et 10 à son confrère de *Libération*¹³. La journaliste de l'AFP vidéo en place à Istanbul avait produit 36 sujets en 2008, soit 1 h 43 minutes. En revanche, l'AFP diffusait plusieurs dépêches en moyenne par jour en langues française et anglaise.

S'il faudrait effectuer une recherche historique plus développée pour le montrer, tout laisse à penser qu'il y a en France un accroissement de l'offre d'informations sur la Turquie depuis les années 2000, qui n'est pas exclusivement due à l'explosion du nombre de médias, notamment audiovisuels. Comme l'expliquent les correspondants sur place, la candidature de la Turquie et d'autres transformations internes et externes évoquées plus haut expliquent cette tendance lourde. Par exemple, le correspondant du *Monde* avait publié en 1987 62 articles contre 83 à ses confrères en 2008, soit plus de 16 282 mots d'écart pour une pagination accordée à l'International probablement plus faible.

Il n'en demeure pas moins que, si la production des quotidiens français est régulière et ascendante, elle est soumise à de très fortes variations annuelles et mensuelles comme dans tous les pays qui ne sont pas jugés « prioritaires », pour reprendre l'expression d'une correspondante. La place de ce pays dans la couverture internationale française est en effet très fortement dépendant de la sélection des « événements » jugés dignes de figurer dans l'« actualité ».

13 Le cas de *Libération* est spécifique dans la mesure où la place consacrée à l'actualité étrangère est réduite en nombre comparativement à celle du *Monde* et du *Figaro*. Mais surtout, Marc Sémo, le responsable du service International, est un passionné de la Turquie et écrit la plupart des articles sur ce pays (Sémo, 2009), ce qui explique que le nombre de papiers produits par Ragip Duran n'est pas représentatif de la couverture générale de celle du quotidien.

C'est une propriété générale de l'information internationale dans les médias généralistes français – à titre indicatif, entre 1997 et 2004, la part des sujets « internationaux » dans les JT des six chaînes françaises généralistes codés par l'INA pouvait varier du simple au double - mais elle est particulièrement vraie pour les pays où ils ne disposent pas de bureaux ou bien évidemment de correspondants.

Une homogénéité thématique et spatiale

Au-delà de ces données générales, l'analyse détaillée du corpus médiatique de la Turquie vue par l'espace journalistique français¹⁴ présente plusieurs intérêts au regard des caractéristiques du traitement dominant contemporain de l'actualité internationale dans les médias généralistes d'information. Le premier, et ce n'est en effet probablement pas un tropisme français à propos de la Turquie, est la relative homogénéité spatiale et thématique des contenus. En effet, la production des correspondants français montre que celle-ci est très fortement liée à quelques pôles thématiques souvent connexes, qui forment, pour reprendre les propos de l'un d'entre eux, les « tabous » de la Turquie : « Kurdes, Arméniens, Armée, Islam ». Une de ses consœurs le résume d'une autre manière sur un mode ironique et humoristique : « Parfois, la blague, c'est que si demain la Turquie devien plus démocratique, nous on fait nos valises quoi ! Parce que s'il n'y a pas la question kurde, s'il n'y a plus de question arménienne, on fait quoi nous ? Non mais j'exagère mais, de fait, il y a tellement un biais de la manière dont on regarde la Turquie. Mais il y a aussi des problèmes non résolus en Turquie qui fait que nous en tant que journaliste, parce qu'il y a ça aussi... ».

Ainsi, quand on compare les thèmes des articles des correspondants du *Monde* en poste en 1987 et en 2008, ils tournent en effet souvent autour des mêmes centres d'intérêt qui sont parfois d'ailleurs très connectés : les conflits internes et externes liés à la population kurde, les questions de laïcité et donc de religions renvoyant comme pour d'autres pays aux représentations d'un islam jugé menaçant¹⁵, les questions des droits de l'homme et de la femme¹⁶, notamment en rapport avec les minorités (ethniques notamment, l'immigration d'une fraction de certains groupes en France comme les Arméniens et Kurdes étant importante, ou sexuelles), les « crises politiques » intérieures, notamment

14 Ce travail n'a pas pour objectif de faire une analyse des représentations de la Turquie dans la presse française. Celle-ci a déjà été réalisée par Nilgün Tütal (2007).

15 Sur ce sujet à propos de la Turquie, voir notamment Aksoy et Robins, 2000 ; Christensen, 2005.

16 Les auteurs d'un article (Bischof et alii, 2010 : 384) comparant le traitement médiatique de fractions de la presse française et autrichienne sur le processus d'adhésion de la Turquie à l'Europe montrent comment les questions liées au sexe et à la religion sont souvent intimement liées dans les contenus : « Islam seems troubling because it is manifested in gender relations contradicting 'our' values; and those 'alien' gender norms are troubling because they seem to be an expression of religious otherness », concluent-ils.

liées à l'autoritarisme des pouvoirs, le nationalisme, les relations historiquement conflictuelles avec la Grèce au sujet de Chypre notamment, les rapports avec l'Union européenne ou avec des voisins comme l'Arménie, l'Irak, l'Iran, la Syrie, notamment dans le cas des conflits. La quantité de la production des correspondants est par conséquent très dépendante des événements portant sur ces grands thèmes, sachant aussi que le tourisme est un sujet également régulier (Tutal, 2003) et que les faits divers sont très prisés.

Si elle ne peut prétendre à l'exhaustivité compte tenu des variations annuelles, la comparaison des productions en volume (calculée sur le nombre de mots) des correspondants du *Monde* à vingt et un ans d'intervalle dégage quelques grandes tendances sur l'évolution de ces grands pôles thématiques : la place des droits de l'homme s'est considérablement réduite (31,6% en 1987 contre 2,4% en 2008), tout comme les analyses des jeux politiques partisans (16,5% contre 3,8%), qu'il faudrait probablement relativiser dans la mesure où l'année 1987 était une année électorale, alors que les thématiques liées à l'Islam et à la laïcité sont en nette progression (5,9% contre 18,7%).

Le comparatif 1987-2008 de la production des correspondants du *Monde* en Turquie ne fait apparaître que dans une proportion très faible (6 articles en 2008) des thèmes « nouveaux » pour la Turquie. Le cadrage « Société » dans le cas du *Monde* est non seulement en baisse (14,3% contre 23,5%) mais renvoie surtout à des thèmes totalement différents. Alors qu'en 1987, il recouvrait quasi-exclusivement des questions de droits de l'homme, il renvoyait vingt et un ans plus tard à d'autres problèmes : l'immigration clandestine qui crée un conflit permanent avec l'Union européenne, notamment avec la Grèce à ses frontières avec la Turquie ; le sport avec les performances inattendues d'un club chypriote et d'un club turc en ligue des champions ; deux faits divers, l'un en réaction à l'incendie en Allemagne ayant touché des Turcs, l'autre un vendeur de chaussures qui fait florès en vendant des répliques de « la chaussure » qui a été lancée à Georges Bush lors d'une conférence de presse célèbre et qu'il aurait fabriqué. Mais il faut relativiser le caractère « nouveau » des faits divers dans la mesure où ils étaient traités par *Le Monde* dans ses pages Etranger.

Même s'il faudrait réaliser une analyse quantitative plus précise pour éviter les biais liés aux variations annuelles, la couverture de la Turquie par les correspondants du *Monde* en 1987 et 2008 traduit une baisse des cadrages de politique intérieure turque *stricto sensu* (7,4% du nombre de mots publiés en 2008 contre 22,4% en 1987), le traitement de l'actualité étant plus abordée sous le prisme de la « crise » et du conflit ». Le cadrage « crise politique » passe de 14,7% en 1987 à 22,9% en 2008¹⁷, celui des « conflits » (Chypre, question kurde, etc.) de 22,5% à 33,6%. Si on n'a pas établi une comparaison historique

17 En 2008, les débats parlementaires sur le port du voile islamique à l'université, les menaces d'interdiction par les autorités judiciaires du parti au pouvoir, l'AKP, l'affaire Ergenekon mettant notamment en cause des hauts gradés militaires dominent ce cadrage.

dans le cas du *Figaro*, les cadrages dominants de ce quotidien en 2008 sont encore plus prononcés : la politique intérieure ne représentant que 3,5% du nombre de mots publiés contre 42,7% aux « conflits » et 26,6% à la « crise politique ». Mais, quand on rentre dans le détail, il s'avère que c'est surtout le conflit avec les Kurdes et les questions de laïcité et de religions qui sont derrière ces cadrages généraux. C'est vrai pour *Le Monde* et *Le Figaro*, mais plus encore pour un journal plus populaire comme *Le Parisien* qui ne dispose pas d'un correspondant attitré. Plus des deux tiers des occurrences (n=60 pour 2007 et 2008) concernent le conflit avec les Kurdes (n=24), marqué par des combats en Irak notamment, et des questions liées à la laïcité et aux religions (n=17), plus spécifiquement l'Islam, dans la mesure où la crise politique (menace de dissolution de l'AKP, élection d'un président de la République, législatives anticipées, etc.) est essentiellement analysée à cette aune-là, ce qui provoque le déplacement à Istanbul à l'été 2007 et l'été 2008 de l'une des journalistes en charge de l'actualité internationale du journal.

Un autre intérêt de cette étude de corpus est de donner à voir que les productions des médias français en Turquie, là encore c'est loin d'être spécifique à cet espace national, sont très localisées au sens où elles proviennent d'une, voire deux grandes villes. Dans le cas turc, il s'agit des deux capitales où résident et travaillent la quasi-totalité des journalistes exerçant pour la presse étrangère. Un comparatif des données 2007/2012 des médias étrangers accrédités en Turquie montre la place de plus en plus stratégique d'Istanbul, qui regroupe en 2012 les trois quarts d'entre eux, puisque la quasi-totalité des nouveaux entrants se sont installés dans cette ville et quatre titres déjà présents se sont déplacés d'Ankara vers Istanbul durant cette période. S'agissant des correspondants de médias français, à l'exception de quelques-uns de l'AFP qui a elle aussi installé depuis 2013 son bureau dit « primaire » à Istanbul, ils résident et travaillent tous à Istanbul où l'essentiel des événements relatés par la presse étrangère se passent.

Les espaces sociaux de l' « actualité turque » en France

Mais cette homogénéité relative de l'information sur la Turquie ne doit pas occulter un dernier trait dominant de cette « actualité internationale ». Ce qu'elle recouvre varie selon les publics auxquels s'adressent les médias. Pour saisir les principes de variation, l'un des indicateurs les plus importants est, pour reprendre une expression du milieu journalistique, l'opposition entre, d'une part, l'actualité « chaude » la plus immédiate souvent axée sur les « conflits », les « crises » et les « catastrophes » et, d'autre part, les pages « froides » orientées vers des sujets dits « magazine » portant sur une actualité plus intemporelle. Cette tension renvoie en partie aux différentes fractions de l'espace social auxquelles ces productions s'adressent : ainsi, plus on se déplace de l'actualité dite « chaude » vers l'actualité dite « froide » plus les lecteurs, auditeurs et téléspectateurs sont dotés en capital culturel et/ou économique. Ainsi, il n'est pas surprenant que,

par comparaison avec les médias français présents en Turquie, les titres les plus populaires accordent une place beaucoup plus centrale aux faits-divers et aux catastrophes. Par exemple, si TF1 la chaîne privée française la plus regardée n'a pas de correspondants sur place, elle dispose facilement des images tournées par les nombreuses télévisions turques, notamment celles qui se consacrent à l'information en continu depuis les années 1990 et 2000, et des dépêches des grandes agences. Ainsi, près de la moitié des occurrences liées à la Turquie relevées dans ses éditions des journaux télévisés de 13 h et de 20 h en 2007 (20 sur 42) sont des informations qui peuvent être rattachées à ce genre. Cette année-là, au-delà de l'assassinat de l'écrivain arménien Hrant Dink, qui a décidé la rédaction de la chaîne à envoyer une journaliste sur place, et d'autres meurtres qui ont eu lieu dans une maison d'édition chrétienne, sont traitées les incidents récurrents des manifestations du 1^{er} mai, une collision de bateaux, un naufrage d'immigrés clandestins, un crash et un détournement d'avions, des explosions à la bombe, des inondations (et à l'inverse la sécheresse et la pénurie d'eau), un incendie de forêt et des cas de grippe aviaire. Ce n'est bien évidemment pas propre à cette chaîne, comme en témoigne un correspondant français travaillant ponctuellement pour des médias populaires à propos du marchand de chaussure turc prétendant avoir fabriqué la chaussure ayant visé Georges Bush, lors d'une conférence de presse célèbre.

« Je donne un exemple, cette histoire de marchand de chaussures, j'ai fait quand même un téléphone pour X [nom d'un média audiovisuel] parce que, ils avaient l'air de vraiment vouloir avoir quelque chose. Je l'ai fait en disant que c'était peut-être pas lui mais bon... (...) Le lendemain, T [un autre média audiovisuel] m'a téléphoné pour me demander la même histoire, il se trouve que j'étais à l'aéroport en train d'embarquer, je leur ai dit que je ne pouvais pas le faire. Je leur avais expliqué quand même que je l'avais fait la veille, que j'avais le numéro de téléphone du bonhomme. Ils se sont exclamés : mais comment, mais pourquoi je ne les avais pas prévenu quand j'ai ce genre d'info (...) Je travaille très peu avec eux, c'est pour ça que ça m'a pas traversé la tête mais c'est vrai j'aurais dû me dire que c'est le genre de choses qui leur aurait plu. Et donc lui m'a expliqué, le rédac chef du service que ce qui les intéresse, ce sont des histoires. » (Entretien avec un correspondant)

Parce qu'ils n'ont pas de correspondants attirés, le traitement des médias plus populaires dans leurs publics est également quasi-exclusivement tourné vers une actualité très immédiate et événementielle. En effet, si on prend par exemple les articles du *Parisien* portant sur la Turquie en 2007 et 2008 (n=60)¹⁸, ils relèvent tous des *hard news*. Plus des deux tiers concernent le conflit avec les Kurdes (n=24) et des questions liées à la laïcité et aux religions (n=17), plus spécifiquement l'Islam, le reste étant majoritairement constitué par des faits divers (n=13). L'autre particularité est que ces informations sont souvent

18 Les données contenues dans ce paragraphe ont été calculées pour *Le Parisien* à partir d'une recherche menée sur la base Factiva et, pour TF1, sur la consultation de la base de l'Inathèque de France.

présentées sous forme d'une simple brève ou d'un papier de synthèse très réduit. C'est vrai également pour les occurrences des journaux télévisés de TF1 de 13 h et de 20 h (ici calculées pour l'année 2007), puisque 30 sur 42 sont des commentaires en « Off » sur des images ou des informations en bref délivrées également par le présentateur en plateau. Cependant, contrairement au *Parisien*, une actualité plus « froide » et « décalée » permise par le développement d'espaces *ad hoc* au sein des JT peut émerger ponctuellement et faire même l'objet de reportages sur place : par exemple, en 2007, des envoyés spéciaux de TF1 ont réalisé des sujets sur la coupe du monde de football des joueurs amputés, sur le développement du marché du tourisme des célibataires, des gays et des lesbiennes par des tour operators ou encore sur le travail des enfants dans un champ de coton à l'occasion de la « Journée mondiale des enfants ».

Cette domination de l'actualité immédiate n'est pas cependant loin s'en faut l'apanage des médias les plus populaires puisque les articles des correspondants en Turquie du *Figaro* et du *Monde* se retrouvent pour les trois-quarts dans les pages consacrées à l'information internationale, c'est-à-dire celles où prennent place les *hard news* traitées sous des formats relativement courts. En effet, c'est relativement exceptionnel qu'ils puissent investir non seulement d'autres rubriques (Sport, Sciences et Médecine, Environnement, Culture, etc.) mais surtout les nouveaux espaces récents créés lors des nouvelles formules, qui sont le lieux de reportages à la fois plus longs, plus rémunérateurs et plus intéressants du point de vue de l'écriture.

Les médias transnationaux entre le « chaud » et le « froid »

Cette opposition « chaud »/« froid » dans la couverture de l'information internationale se retrouve également sous des formes différentes au sein même des contenus des médias transnationaux comme France 24, Arte, Radio France Internationale et la filiale vidéo de l'AFP. Dans le cas de France 24, le « froid » est probablement en proportion équivalente, ou même supérieure, au « chaud » comme le montre l'exemple des 120 interventions de sa correspondante en langue française dans la grille de France 24 entre 2007 et 2012¹⁹, c'est-à-dire depuis sa prise de poste : si 36,7% relèvent des journaux télévisés de la chaîne ou d'éditions spéciales liées à des événements spectaculaires, la guerre en Syrie ayant fait augmenter considérablement ce type d'occurrences, 52,5% d'entre elles s'effectuent dans des programmes consacrés strictement aux reportages. À quelques très rares exceptions (Culture, Economie, Politique ou les programmes liés à des zones géographiques), la présence de sa correspondante est surtout visible dans les cases les plus généralistes de la grille de la chaîne. Cependant, les thématiques traitées s'inscrivent dans une actualité relativement

¹⁹ Ces données ont été calculées à partir d'un codage d'un corpus issu de la base de données de l'Institut national de l'audiovisuel.

récente et/ou qui fait débat. Sur Arte, la même correspondante ne travaille qu'exclusivement pour le journal télévisé diffusé en début de soirée. En ne réalisant qu'un peu plus de cinq sujets par an entre 2006 et 2012, elle produit des reportages dont les formats sont relativement longs pour les JT. Comme elle l'explique en entretien, Arte traite les événements les plus immédiats sur la Turquie à partir d'images achetées aux agences et n'a recours à elle que pour des sujets plus développés.

Ses productions sont souvent liées à une actualité très immédiate, 24 des 38 reportages entre 2006 et 2012 étant placés en début (n=6) et surtout en milieu de journal (n=18). Mais le début de journal est très exceptionnel²⁰. Les occurrences placées en fin de journal (n=14) relèvent quasi-exclusivement d'une actualité plus intemporelle et moins politique (au sens institutionnel du terme), les thématiques liées à l'immigration (n=3), aux minorités sexuelle et religieuses (n=3), à la religion dominante (n=2), voire plus secondairement au nationalisme, à la guerre au sujet de Chypre, à l'éducation, l'économie, au sport ou à l'environnement.

On n'a pas pu établir de statistiques exhaustives comparables pour Jérôme Bastion, le correspondant de RFI (et de Radio France). Mais des recherches documentaires sur le site de la première citée, ce qui introduit probablement un biais lié aux archives, et celui de l'Inathèque de France font apparaître qu'au-delà des journaux d'actualité proprement dits, composés des événements les plus immédiats, son activité se déploie de manière non négligeable dans d'autres espaces plus « froids », en l'occurrence ceux des programmes quotidiens ou hebdomadaires. Ainsi, le correspondant de RFI réalise, comme le montre la période 2002-2008, de nombreux reportages et duplex dans des « cases » de la grille moins en prises avec le *news* traditionnel et laissant plus de temps. Dans ces lieux spécifiques, il traite de thèmes pas ou peu couverts par ses confrères, parce qu'il veut « faire des sujets couleur, faire des sujets où on voit plus la société vivre », comme il le dit lui-même.

Les productions de la filiale vidéo de l'AFP, qui existe depuis le début des années 2000, s'en rapprochent au sens où, au-delà de la couverture de certains sujets de l'actualité immédiate traités par les médias évoqués ci-dessus, celle-ci a pour objectif principal d'être plus « *lifestyle* » pour reprendre le jargon journalistique : « ça représente environ...je ne sais pas 50 % de mon travail, de chercher des idées, de magazines à tourner, etc. le reste (...) c'est de l'actu, les sujets viennent à vous sans... », explique sa correspondante de l'époque. Faute de pouvoir concurrencer dans la période de l'enquête les autres grossistes producteurs d'images, notamment Reuters TV et APTN, sur le *hard news*, l'AFP avait choisi dans un premier temps de créer une position singulière

20 Seule l'élection présidentielle en Turquie et la répression contre les Kurdes ont été placées dans les premiers sujets, le reste relevant exclusivement du conflit en Syrie depuis 2011.

sur ce marché²¹, notamment à la faveur du développement d'Internet, de nouvelles chaînes d'information en continu qui ont créé de nouveaux débouchés et sont devenues stratégiques dans la conquête de nouveaux clients dans le monde entier²². En 2007-2008, les sujets dits de société au sens large, tout particulièrement les événements culturels et à un degré moindre ceux portant sur l'environnement, le tourisme, y occupent une place forte comparativement aux médias s'adressant aux fractions intellectuelles et économiques supérieures.

Ces cadrages « sociétaux » renvoient tout à la fois à des représentations « exotiques » dominantes de la Turquie, à des références historiques et touristiques, à la modernité culturelle contemporaine d'Istanbul ou encore à des événements surprenants s'opposant à certaines images stéréotypées du pays. Ils répondent pour la quasi-totalité d'entre eux à la définition des sujets dits « légers » ou « découverte » qui alimentent la fin des journaux télévisés d'actualité ou ce qui est censé dominer la consultation des vidéos d'actualité des sites internet. Ils donnent à voir la Turquie sous ses aspects culturels au sens large, touristiques et divertissants. Les sujets ordinaires de *hard news* sont également restitués dans la problématique du conflit (notamment avec les Kurdes, avec la Grèce ou les effets de la guerre en Irak) et de la crise politique en raison des événements opposant, au sein du champ du pouvoir durant les années 2007 et 2008, les dirigeants du parti gouvernemental issu de la mouvance islamique et les élites laïques. Les rares reportages de politique extérieure sont très directement liés aux relations avec la France.

Il va de soi que, pour comprendre ces contenus, il faudrait pouvoir davantage développer qu'on ne l'a fait ici une étude des conditions de production de ces correspondants, au carrefour de l'espace national d'émigration de l'information (la Turquie), de l'espace transnational des « grossistes » et de l'espace national d'immigration (La France). De même, ils ne peuvent être appréhendés sans montrer combien ils ont aussi à voir avec les trajectoires sociales de leurs producteurs. Enfin, les limites d'une telle contribution tiennent au fait qu'elle ne met pas suffisamment en relation le fonctionnement des champs journalistiques avec des transformations des espaces sociaux turcs et français.

21 Sous réserve d'une nouvelle enquête, l'objectif de l'agence vidéo semble plus récemment être davantage tourné vers l'information plus immédiate.

22 60% de son chiffre d'affaires renvoie désormais à des clients du secteur privé dont plus de la moitié ne sont pas basés en France. Ce chiffre est extrait des déclarations du PDG de l'AFP Emmanuel Hoog aux « Assises du Journalisme » en 2010 à Strasbourg (notes personnelles).

Références

AKSOY Asu et ROBINS Kevin (2000), « Thinking Across Spaces Transnational Television from Turkey », **European Journal of Cultural Studies**, 3 (3): 343-365.

BAISNEE Olivier (2006), La production de l'actualité communautaire : éléments d'une sociologie comparée du corps de presse accrédité auprès de l'Union européenne (France, Grande-Bretagne), thèse en science politique, Université Rennes 1, Rennes.

BAISNEE Olivier et MARCHETTI Dominique (2004), « La production de l'information européenne. Le cas de la chaîne paneuropéenne d'information Euronews », Dominique Marchetti (dir.), **En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe**, Rennes, PUR.

BASTIN Gilles (1999), **Les journalistes accrédités auprès des institutions européennes à Bruxelles. Quelques signes du changement d'un monde de travail**, Mémoire de DEA de sociologie, Lille.

BIRSAN Crîstina (2009), « L'adhésion de la Turquie à l'Union européenne : le traitement médiatique télévisuel français (1995-2007) », **Conférence à la Maison de l'Europe** (non publiée), Paris.

BISCHOF Karin, OBERHUBER Florian et STOGNER Karin (2010), « Gender-specific constructions of the 'other religion' in French and Austrian discourse on Turkey's accession to the European Union », **Journal of Language and Politics**, 9 (3): 364-392.

BOURDIEU Pierre (2002), « Les conditions sociales de la circulation internationale des idées », **Actes de la recherche en sciences sociales**, 145 : 3-8.

BOURDON Jérôme (2009), **Le récit impossible. Le conflit israélo-palestinien et les médias**, Bruxelles, INA-De Boeck.

CHRISTENSEN Christian (2005), « Pocketbooks or prayer beads? US/UK newspaper coverage of the 2002 Turkish elections », **The Harvard International Journal of Press/Politics**, 10 (1): 109-128.

DARRAS Eric et MARCHETTI Dominique (2004), « La production et la circulation des images 'européennes'. L'exemple des échanges d'actualité de l'Union européenne de radio-télévision (UER) », in Dominique Marchetti (dir.), **En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe**, Rennes, PUR.

HANNERZ Ulf (2004), **Foreign News. Exploring the World of Foreign Correspondents**, Chicago, University of Chicago Press.

HEINDERYCKS François (1998), **L'Europe des médias**, Bruxelles, Éditions de l'université de Bruxelles.

HESS Stephen (2005), **Through Their Eyes Foreign Correspondents in the United States**, Washington D.C., Brookings Institution Press.

INA STAT (2008), **Le Top des pays dans les JT en 2007**, juin, <http://www.ina-expert.com/les-lettres-trimestrielles-et-editions-speciales/ina-stat-special-top-des-pays-en-2007.html> [22.03.2010].

KOCH Olivier et MATTELART Tristan (dir.), **Géopolitique des chaînes d'information internationales**, Editions Mare & Martin, 2015.

MARCHETTI Dominique (2005), « La fin d'un Monde ? Les transformations du traitement de la « politique étrangère » dans les chaînes de télévision françaises grand public », in Lionel Arnaud et Christine Guionnet (dir.), **Les frontières du politique. Enquêtes sur les processus de politisation et de dépolitisation**, Rennes, PUR, 2005.

MORRISON David E. et TUMBER Howard (1985), « The Foreign Correspondent: Date-line London », **Media, Culture & Society**, 7 (4): 445-470.

PEDELTY Mark (1995), **War Stories: The Culture of Foreign Correspondents**, New York, Routledge.

SAYAD Abdelmalek (1977), « Les trois «âges» de l'émigration algérienne en France », **Actes de la recherche en sciences sociales**, 15: 59-79.

SEMO Marc (2009), *Turquie : la révolution du Bosphore*, Paris, Editions du Cygne.

TOTAL Nilgün (2003), « Le tourisme culturel en Turquie : La question du même et la question de l'Autre », **Téoros. Revue de recherche en tourisme**, 22 (3): p. 42-49.

TOTAL-CHEVIRON Nilgün (2007), **La Turquie au miroir de la presse française nationale et régionale**, Istanbul, Editions de l'Université de Galatasaray, Institut des sciences sociales.

