



HAL
open science

Les espaces de la migration des biens culturels transnationaux

Dominique Marchetti

► **To cite this version:**

Dominique Marchetti. Les espaces de la migration des biens culturels transnationaux. CNRS éditions. Guide de l'enquête globale en sciences sociales, , p. 115-126, 2015, 978-2-271-08664-8. <halshs-01162645>

HAL Id: halshs-01162645

<https://shs.hal.science/halshs-01162645v1>

Submitted on 25 Nov 2019

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.



HAL Authorization

Les espaces de la migration des biens culturels transnationaux

À propos des logiques de production et de circulation de l'information journalistique transnationale

Dominique Marchetti

Ce chapitre propose de montrer la nécessité d'une sociologie relationnelle pour saisir des processus de transnationalisation de la production et de la circulation des biens culturels. À partir notamment d'une étude exploratoire très localisée, celle de l'« information internationale » produite et diffusée par les journalistes de médias « français »¹ en Turquie², il s'agit de suggérer de manière programmatique comment les logiques d'import-export peuvent se comprendre par la mise en relation depuis et vers plusieurs espaces sociaux qui sont trop souvent séparés dans les analyses : l'espace du pays d'origine de la production, l'espace du pays d'accueil³, mais aussi l'espace journalistique international ou ses sous-espaces régionaux.

Les processus transnationaux de cette production collective avaient été précédemment analysés essentiellement à partir des espaces nationaux et/ou transnationaux d'accueil de l'information, notamment depuis les rédactions du siège de médias paneuropéens et français ou d'une entreprise d'échange d'images d'actualité entre télévisions européennes⁴. Ces lieux sont importants parce que c'est là que l'« information internationale » est traitée, mais aussi et surtout retraitée à partir d'une matière première produite par d'autres, notamment les médias « grossistes » (agences de presse, chaînes internationales de télévision, etc.) qui dominent le champ journalistique transnational. Mais, en reprenant un des schèmes principaux de la sociologie de l'immigration développée par Abdelmalek Sayad⁵, il fallait élargir l'analyse en s'intéressant aussi à l'espace d'émigration de l'information, c'est-à-dire l'espace national d'origine, pour mieux comprendre son immigration. L'étude des pratiques *in situ*⁶ et des productions de « passeurs » de la transnationalisation des biens culturels, ici les correspondants des médias étrangers qui forment une fraction stratégique des grossistes de

¹ Ce vocable est utilisé au sens où ils ont leur siège en France et produisent majoritairement en langue française.

² Ce chapitre s'appuie sur deux missions de courte durée en 2008-2009 à Istanbul, Ankara et Diyarbakir, qui ont été menées avec Fadime Deli. Outre une observation d'une semaine dans les locaux de l'Agence France Presse (AFP) dans la capitale politique, 19 entretiens ont été réalisés auprès des actuels ou anciens correspondants des médias français (presse écrite, radio et télévision) ainsi que des journalistes francophones et anglophones des bureaux de cette agence internationale. Nous tenons à remercier l'ensemble des journalistes ayant accepté de nous rencontrer ainsi qu'Ümit Sevgi Topuz et Nilgün Tural, sans lesquelles cette enquête n'aurait pas été possible.

³ L'espace national d'origine est celui sur lequel porte les informations médiatiques qui circulent à l'échelle transnationale, l'espace national d'accueil étant le pays où elles sont diffusées.

⁴ Sur ce point, je me permets de renvoyer à des travaux collectifs que j'ai menés avec Olivier Baisnée, « La production de l'information européenne. Le cas de la chaîne paneuropéenne d'information Euronews », in Dominique Marchetti (dir.), *En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Rennes, PUR, p. 25-52 ; avec Eric Darras, « 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, op. cit.*, p. 53-73 ; et à mon article « 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, p. 49-77.

⁵ Abdelmalek Sayad, *L'Immigration ou les paradoxes de l'altérité*, Bruxelles, De Boeck-Wesmae, 1995.

⁶ Abram de Swaan, « Pour une sociologie de la société transnationale », *Revue de synthèse*, vol. 119, n°1, 1998, p. 89-111.

l'information⁷, permet de saisir des processus très généraux de division du travail transnational [chap. 8] et les luttes qu'ils engendrent⁸. En mettant en relation quelques-unes des propriétés pertinentes des champs dans lesquels ces « passeurs » exercent et/ou dont ils dépendent, on peut comprendre, à partir d'une étude de cas très localisée, des logiques très générales de transnationalisation⁹.

Restituer les hiérarchies de l'espace journalistique transnational

L'analyse des productions culturelles de grande diffusion et de leur circulation implique tout d'abord de saisir la position du pays d'origine dans le champ transnational. En effet, pour situer le propos sur notre terrain, les journalistes produisant pour un univers national étranger dans un pays donné dépendent de la place de ce dernier dans la hiérarchie des pays au sein de leur espace professionnel transnational. À la manière des cours boursiers, la position de la grande majorité des zones peut fortement varier d'une période à l'autre sur le marché de l'information « internationale » produite par les journalistes. Cependant, celle-ci peut être caractérisée, même sommairement à un temps T, en prenant comme indicateur la présence numérique des médias étrangers sur place. Pour prendre l'exemple de la Turquie, entre les années 1990 et surtout 2000 et aujourd'hui, celle-ci occupe sous ce rapport une position intermédiaire, et donc relativement dominée¹⁰, dans l'espace de production de l'information transnationale, qui est probablement homologue à celle qui est la sienne dans les espaces politique et économique internationaux. En effet, elle ne fait pas partie des pôles dominants¹¹ comme le sont, pour des raisons différentes, les Etats-Unis, Israël (pour le conflit avec la Palestine), la Chine, la Russie, les pays les plus peuplés de l'Union européenne (l'Allemagne, la Grande-Bretagne, la France), ou encore à un degré moindre la Belgique (pour l'Union européenne) et l'Italie (pour le Vatican). Les quelques travaux sur les grandes capitales de l'information (Washington et New-York, Bruxelles, Londres, Jérusalem notamment)¹² montrent l'importance du corps des correspondants étrangers dans ces zones. À l'inverse, la

⁷ Des études très fines ont été menées sur ce type de populations : Olivier Baisnée, *La Production de l'actualité communautaire : éléments d'une sociologie comparée du corps de presse accrédité auprès de l'Union européenne (France, Grande-Bretagne)*, Rennes, thèse en science politique, Université Rennes 1, 2003 ; Jérôme Bourdon, *Le Récit impossible. Le conflit israélo-palestinien et les médias*, Bruxelles, INA-De Boeck, 2009 ; Pascal Dauvin, « Le traitement journalistique des crises au regard de la sociologie de la production de l'information », in Marc Le Pape, Johanna Siméant et Claudine Vidal, *Crises extrêmes. Face aux massacres, aux guerres civiles et aux génocides*, Paris, La Découverte, 2006, p. 57-71 ; Ulf Hannerz, *Foreign News. Exploring the World of Foreign Correspondents*, Chicago, University of Chicago Press, 2004 ; Mark Pedelty, *War Stories: The Culture of Foreign Correspondents*, New York, Routledge, 1995.

⁸ « Les enjeux de la circulation internationale des nouvelles », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°5, à paraître en 2014.

⁹ Pierre Bourdieu, « Les conditions sociales de la circulation internationale des idées », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°145, p. 3-8.

¹⁰ Pour donner un ordre d'idées très général, la Turquie avait fait l'objet en 2007 de 242 sujets dans les journaux télévisés de début de soirée des six principales chaînes généralistes françaises, ce qui représentait 2% du volume des sujets sur les pays comptant au moins 10 occurrences cette année-là. Celle-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%). Mais ce chiffre est fortement biaisé par le grand intérêt accordé à la Turquie dans le journal binational d'Arte.

¹¹ Dominique Marchetti, « La Turquie, un cas révélateur du marché de l'information internationale'. L'exemple de la couverture de l'actualité 'turque' par les médias français », in Olivier Koch et Tristan Mattelart (dir.), *Géopolitique des chaînes d'information internationales*, Editions Mare & Martin, 2014.

¹² Voir notamment Olivier Baisnée, *La Production de l'actualité communautaire...*, *op. cit.* ; Jérôme Bourdon, *Le Récit impossible...*, *op. cit.* ; Ulf Hannerz, *Foreign News...*, *op. cit.* ; Stephen Hess, *Through Their Eyes Foreign Correspondents in the United States*, Washington D.C., Brookings Institution Press, 2005 ; David E. Morrison et Howard Tumber (1985), « The Foreign Correspondent: Date-line London », *Media, Culture & Society*, vol. 7, n°4, 1985, p. 445-470.

Turquie ne fait pas non plus partie du pôle constitué par la vaste majorité des pays où les médias étrangers ne comptent pas de correspondants, hormis ceux travaillant pour les grandes agences de presse.

Il va de soi que la notion de champ journalistique transnational utilisée ici ne signifie pas qu'il s'agit d'un univers autonome mais que celui-ci réfracte avec ses logiques propres des luttes internes aux autres univers sociaux ou entre eux. Autrement dit, la place d'un pays dans cet univers transnational dépend de transformations internes et externes très complexes. Pour reprendre le cas de la Turquie, on peut mentionner le déclin progressif et relatif de la position des autorités militaires dans le fonctionnement du champ du pouvoir, la libéralisation politique, économique et leurs effets dans les échanges internationaux 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 fonctionnant comme la « principale grille de lecture des relations internationales »¹³. Ces mutations de l'espace national d'origine expliquent ainsi le renforcement de la présence des médias étrangers 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. Cependant, il va de soi que le pays d'origine est un pays très inégalement stratégique selon les espaces médiatiques des pays d'accueil et selon les secteurs d'activité.

Appréhender une production culturelle transnationale comme l'information journalistique signifie également caractériser les rapports de force très inégaux entre les différents types de supports médiatiques. Celles-ci réfractent là encore, au moins en partie, des luttes politiques et économiques entre les pays pour s'imposer au sein de l'espace journalistique transnational depuis la fin du XIXe siècle. Dans de nombreuses capitales dans le monde, les médias « grossistes » transnationaux sont très majoritaires. La plupart de leurs sièges sont basés dans les espaces nationaux historiquement dominants de cet univers (les États-Unis, quelques pays d'Europe de l'Ouest dont surtout la Grande-Bretagne et l'Allemagne, et depuis les années 1990 un nouveau pôle incarné par le Qatar et l'Arabie Saoudite). Comme dans d'autres champs de production de biens culturels [voir chap. 4 et 6]¹⁴, ces quelques pays constituent les principaux fournisseurs de la matière première sur le marché de l'information des images, des textes et des photographies, pesant ainsi fortement dans le processus de sélection de l'information. Les mécanismes de « circulation circulaire » des informations décrits à propos des espaces journalistiques nationaux se retrouvent *mutatis mutandis* dans l'espace de l'information transnationale. Les « choix » des événements retenus par ces « grossistes » de l'information en continu produisent des effets sur les espaces médiatiques nationaux. Par exemple, une partie du temps de travail des cadres-dirigeants des médias nationaux français est en effet occupé par la veille de ces banques de textes et d'images auxquels ils sont abonnés. Dotés de moyens sans comparaison avec les correspondants ordinaires, ces structures sont les seules à disposer de plusieurs journalistes sur place. Ainsi, pour l'illustrer à propos du cas de la Turquie, sont présentes sur place les grandes agences de presse transnationales multimédias (Associated Press, l'Agence France Presse, Bloomberg et Reuters), des agences nationales de diffusion transnationale (l'italienne ANSA, l'allemande DPA, l'espagnole EFE, l'égyptienne MENA, la chinoise Xinhua) ainsi que des principales

¹³ Tristan Mattelart, « Présentation », in Tristan Mattelart (dir.), *Médias, migrations et cultures transnationales*, Paris, Ina-De Boeck, 2007, p. 7.

¹⁴ Voir aussi Johan Heilbron, « Echanges culturels transnationaux et mondialisation. Quelques réflexions », *Regards sociologiques*, n°22, 2001, p. 141-154.

chaînes et radios d'information internationale (Al Arabiya, Al Jazira, BBC World, CCTV, CNN International, la Deutsche Welle, Euronews, France 24, Radio France Internationale, Sky News, etc.). Près de la moitié des médias ou groupes audiovisuels présents dans ce pays 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*).

Selon la position du média dans l'espace national et transnational d'activité, certains vont produire des effets, d'autres vont plutôt les subir ou les deux à la fois. Cette hiérarchie des médias est en large partie une hiérarchie des capitaux politique et économique qu'ils ont accumulés, comme l'illustrent par exemple les conditions dans lesquelles les uns et les autres réalisent leurs reportages (nombre de journalistes, budget pour payer les fixeurs¹⁵, etc.), leur dépendance à l'égard de ces « grossistes », etc. Cette position varie selon les zones géographiques de diffusion. Par exemple, les agences n'occupent pas la même position sur les différents marchés transnationaux régionaux : l'AFP prédomine historiquement dans les zones francophones, comme Associated Press en Amérique du Nord, et également dans les zones où la langue arabe est majoritaire (55% des marchés des journaux publiés en arabe ont un fil AFP)¹⁶.

Cet espace transnational de l'information est lui-même composé de sous-espaces liés aux supports (texte, vidéos et photographies) et aux domaines thématiques. Ainsi, pour ne citer que quelques exemples, le marché de la vidéo d'actualité est dominé par l'agence anglaise Reuters et l'américaine Associated Press Television News¹⁷ alors que, pour le texte comme pour la photo, l'AFP occupe une position comparable à ses consœurs¹⁸. La place des « grossistes » peut également fortement varier selon les thématiques, Reuters et plus récemment Bloomberg étant par exemple en concurrence pour accroître leurs parts sur le marché très lucratif de l'information économique et surtout financière. L'AFP domine historiquement le marché de l'information sportive.

Restituer les propriétés de l'espace national d'origine et leurs effets

Les pratiques transnationales des correspondants des médias étrangers dépendent également du fonctionnement de l'espace médiatique d'origine, et de ce qu'il réfracte de l'espace social dans son ensemble. En effet, ceux-ci y puisent l'essentiel de leur matière première. À défaut de pouvoir traiter d'un objet aussi large, on peut insister sur quelques dimensions essentielles des univers nationaux qui ont des effets importants sur leur travail. La première est le degré de contrôle politique qu'exerce l'État national sur l'entrée et le travail des médias étrangers. Ainsi, le curseur n'est bien évidemment pas à la même position dans des pays demandant des visas, interdisant ou dissuadant donc toute présence étrangère de longue durée, ou dans d'autres où les accréditations sont soumises à un fort contrôle ou bien encore où la circulation des journalistes travaillant pour des médias étrangers est relativement libre¹⁹.

¹⁵ Pour un exemple, cf. Pascal Dauvin, « Le traitement journalistique des crises au regard de la sociologie de la production de l'information », in Marc Le Pape, Johanna Siméant et Claudine Vidal, *Crises extrêmes, op. cit.*, p. 62.

¹⁶ Source : enregistrement d'une intervention du PDG de l'AFP, Emmanuel Hoog, aux « Assises du journalisme » à Strasbourg le 16 novembre 2010.

¹⁷ Chris Paterson, *The International Television News Agencies. The World from London*, New York, Peter Lang, 2011.

¹⁸ Sur les transformations des activités internationales de l'AFP, cf. Camille Laville, *Les Transformations du journalisme de 1945 à 2010. Le cas des correspondants étrangers de l'AFP*, Bruxelles, De Boeck-Ina éditions.

¹⁹ Pour un exemple, voir Naomi Sakr, « News, transparency and the effectiveness of reporting from inside Arab dictatorships », *The International Communication Gazette*, vol. 72, n°1, 2010, p. 35-50.

La deuxième série d'opérations de recherche consiste à restituer comment la structure de cet espace médiatique d'origine et ses rapports de forces pèsent sur les pratiques des correspondants des médias étrangers. L'agence nationale est très souvent un des médias dominants pour eux. C'est d'autant plus vrai dans les pays où l'autoritarisme du pouvoir est fort historiquement. Étant, dans ce cas, la voix des autorités officielles, l'agence de presse d'Etat permet non seulement de découvrir les événements mais aussi, ce qui est très important, d'officialiser des informations de sources dites « sûres ». Les chaînes de télévision et les grands quotidiens nationaux conservent selon les configurations une position plus ou moins importante dans le fonctionnement de l'espace professionnel du pays d'origine, notamment dans les « exclusivités » et les thématiques traitées. C'est le cas par exemple en Turquie alors qu'au Maroc c'est plutôt les nouveaux newsmagazines inspirés des exemples français (notamment *Tel Quel*) qui jouent ce rôle.

Mais, au moins dans les pays dits les plus « développés » et/ou « émergents », la grande nouveauté depuis les années 1990 est l'émergence des chaînes d'information en continu, notamment des télévisions, qui incarnent une des définitions dominantes des *news*. Si par exemple, au Maroc, les journalistes exerçant pour les médias étrangers ne peuvent s'appuyer sur des télévisions d'information en continu, celles-ci sont l'un des supports dominants en Turquie. Ainsi, pour citer à nouveau ce dernier cas, une bonne partie des matériaux des correspondants des médias étrangers provient de quelques chaînes (CNN türk et NTV notamment que regardent par exemple en permanence les journalistes de l'AFP). Celles-ci permettent non seulement de disposer des dernières informations, mais aussi et surtout d'images immédiates, pour les chaînes de télévisions et les sites internet. Les moyens matériels et humains de ces entreprises médiatiques, qui sont très nettement supérieurs à ceux de leurs homologues françaises, et leur forte concurrence sont souvent pour les journalistes étrangers un moyen idéal de « vivre en direct » les événements durant des heures, devant leur poste de télévision. Ainsi, le quotidien d'un correspondant étranger en Turquie tend désormais à ressembler de plus en plus à celui de ses confrères travaillant dans les grandes capitales des pays d'Europe de l'Ouest, des Etats-Unis, etc. Parce que l'offre médiatique est considérable, la grande partie des sujets sont des synthèses directement produites à partir du bureau et de la veille de grands médias.

La troisième variable à prendre en considération est le type de relations qu'entretiennent l'espace journalistique et les différents champs sociaux, notamment politique et économique²⁰. Par exemple, comme en Italie²¹ ou au Maroc, les structures dominantes de l'espace journalistique turc sont très fortement liées à des fractions dominantes du champ politique, notamment des partis, et, *de facto*, du champ économique²². Ainsi, l'arrivée d'un parti islamo-conservateur au pouvoir au début des années 2000 en Turquie a fait émerger des nouveaux titres, ou renouveler de plus anciens, qui ont désormais une diffusion très importante et incarnant un pôle de l'espace politique qui était jusque-là très marginalement représenté dans l'espace journalistique. Cette subordination structurale explique que, pour les médias

²⁰ On renvoie ici à des travaux comparatifs stimulants dans ce domaine : Daniel C. Hallin et Paolo Mancini, *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge, UK, Cambridge University Press, 2004 ; Olivier Baisnée, *La Production de l'actualité communautaire...*, *op. cit.* ; Eugénie Saïtta, *Les Transformations du journalisme politique depuis les années 1980: une comparaison France/Italie*, Thèse de doctorat en science politique, Université Rennes 1, 2006 ; Rodney Benson, *Shaping Immigration News: A French-American Comparison*, Cambridge, UK, Cambridge University Press, 2013.

²¹ *Les Transformations du journalisme politique...*, *op. cit.*

²² Aysen Akkor Gül, « Monopolization of Media Ownership as a Challenge to the Turkish Television Broadcasting System and the European Union », *Ankara Review of European Studies*, vol. 10, n°2, 2011, p. 27-46 ; Raşit Kaya et Baris Çakmur (2010), « Politics and the Mass Media in Turkey », *Turkish Studies*, vol. 11, n°4, 2010, p. 521-537.

étrangers, au-delà d'y chercher des sujets à proposer, la lecture de la presse quotidienne est avant tout un moyen de restituer sur tel ou tel événement les avis (souvent très opposés) et les décisions des partis politiques importants. Le poids de cette « revue de presse » et la reprise des titres n'est bien évidemment pas uniforme selon les journalistes, ne serait-ce que pour des raisons politiques et linguistiques. En effet, une partie des correspondants ne lit pas ou peu le turc et recourt à des « revues de presse » traduites en anglais ou bien aux versions anglaises de deux quotidiens turcs. Au Maroc, elle n'est pas non plus sans effet puisque la division linguistique entre la presse arabophone et la presse francophone est de fait une division sociale. La composition de ce capital spécifique produit de la même manière des effets dans les « sources » choisies.

Une autre propriété des champs journalistiques d'origine est qu'ils sont souvent très fortement centralisés autour d'une, voire deux villes, ce qui produit des effets sur les circulations transnationales. En Turquie, à Istanbul, la capitale historique, religieuse, culturelle, économique, etc. s'oppose Ankara, la capitale politique et administrative issue de la création de la République en 1923. La présence des médias étrangers illustre ce tropisme. En 2012, les trois quarts des médias étrangers accrédités en Turquie étaient à Istanbul. En 2008, 57,4% des photos (n=2076) prises en Turquie et disponibles sur la base de l'AFP Images Forum ont été prises à Istanbul contre 22,8% à Ankara²³. Autrement dit, la Turquie est vue essentiellement de cette ville, les déplacements financés étant de surcroît relativement rares pour les journalistes des médias étrangers, où se concentrent aussi tous les sièges des grands médias turcs.

Il va de soi que la relation des médias étrangers (et de leurs producteurs) à l'égard de l'espace national d'origine ne fonctionne pas que dans un sens dans la mesure où certains d'entre eux, notamment les médias « grossistes » transnationaux, peuvent en retour y produire des effets politiques importants. C'est particulièrement vrai de pays dominés sous différents rapports comme le Maroc et à un degré moindre la Turquie. Le regard de la presse étrangère revêt une importance politique et économique stratégique pour le champ du pouvoir. Pour ne comparer que ces deux exemples, les mots à employer pour caractériser les sujets « sensibles » sont un enjeu récurrent, qu'il s'agisse de la religion (l'Islam), des minorités (amazigh et kurdes), du représentant historique de la nation (le roi et Atatürk), de la souveraineté nationale sur le territoire (le « Sahara » et le « Kurdistan »), etc.

Comprendre la « nationalisation » de l'information par l'espace d'accueil

Mais la production et la diffusion des biens culturels transnationaux se comprennent enfin en restituant les logiques à l'œuvre dans l'espace national d'accueil. Non seulement c'est à lui que les correspondants étrangers s'adressent en grande partie mais c'est aussi en son sein que la majeure partie d'entre eux ont été formés²⁴. Il faut donc saisir à partir de plusieurs propriétés – la liste ci-dessous n'ayant aucune prétention à l'exhaustivité – leur position dans la structure du champ journalistique national.

La première d'entre elles est celle des publics visés par les médias pour lesquels travaillent ces « passeurs » de l'information transnationale. À l'exception des agenciers, la plupart d'entre eux produisent avant tout pour les fractions très spécifiques de l'espace national d'accueil, celles qui sont fortement dotées en capitaux culturels et/ou économiques. Les

²³ Cette donnée est empruntée au travail de Fadime Deli sur ce support.

²⁴ Dans le cas des correspondants des médias « français » en Turquie, la quasi-totalité d'entre eux sont issus de cet espace national d'accueil, étant de nationalité française et ayant tous exercés en France auparavant, à l'exception de deux d'entre eux, qui sont ceux qui publient le moins. Le cas de l'AFP, qui s'adresse à un marché plus large, est différent puisque trois sur sept en contrats locaux, dont deux anglophones, ont été recrutés en Turquie et sont de nationalité turque.

travaux sur les processus de transnationalisation des biens culturels n'échappent, pas plus que certaines recherches sur les milieux ruraux en France, au réalisme de délimitations des groupes par l'espace géographique²⁵, oubliant leurs dimensions proprement sociales²⁶. À titre indicatif pour la France, en 2007, deux des principaux quotidiens du pôle « intellectuel » *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 France²⁷. À l'exception de quelques grands pays, les médias « français » disposant de correspondants à l'étranger renvoient seulement à deux catégories de supports visant des catégories sociales élevées : d'une part, les supports de diffusion transnationale, c'est-à-dire, au-delà de l'Agence France Presse dont les clients sont très variés, Radio France Internationale, France 24 en français et Arte ; d'autre part, les trois grands quotidiens nationaux (*Le Figaro*, *Libération* et *Le Monde*).

Ainsi que l'illustre l'exemple turc, les médias français de grande diffusion comme les chaînes de télévision ou les radios nationales spécialisées dans l'information, les radios périphériques généralistes, ou le quotidien populaire *Le Parisien* accordent moins de place à l'actualité étrangère. Ils dépendent très fortement des grandes agences de presse. Comme l'avait constaté Olivier Baisnée²⁸ dans son étude des médias présents à Bruxelles, et contrairement à leurs homologues allemandes, italiennes, suédoises qui disposent d'un bureau à Istanbul, les chaînes de télévision généralistes françaises font très rarement acte de présence sur place. Les professionnels exerçant dans ce groupe de médias recourent ponctuellement aux correspondants et/ou même, plus souvent, travaillent depuis Paris, voire envoient très ponctuellement des journalistes en Turquie.

Ensuite, la position de ces « passeurs » doit beaucoup à la place du pays d'origine dans la hiérarchie des pays cette fois-ci dans l'espace national d'accueil. Ce qui est appelé « information internationale » varie en effet d'un espace médiatique national à l'autre. Une analyse qualitative qu'on a menée sur le contenu de la rubrique International dans les journaux télévisés des six principales chaînes généralistes françaises lors des mois de septembre 1995, 1997, 1999, 2001 et 2003 montre qu'au-delà des États-Unis et du Proche-Orient, les événements étrangers sont « nationalisés », au sens où ils surviennent dans des pays en contacts fréquents avec la France pour des raisons historiques notamment - d'anciennes colonies (Algérie, Congo, Côte d'Ivoire), des grands pays voisins (l'Allemagne et surtout la Grande-Bretagne) - ou dans des pays où l'armée française est engagée (Kosovo, Timor et Côte d'Ivoire). De même, d'autres occurrences sont sélectionnées dans « l'actualité » parce qu'elles s'inscrivent dans un processus auquel la France est associée (référendums sur l'euro par exemple). En revanche, toujours dans les périodes de l'enquête qualitative, l'Asie et plus encore l'Amérique latine et l'Afrique anglophone constituent des zones quasiment invisibles dans les journaux de TF1, France 2, France 3, Canal Plus et M6. C'est beaucoup moins le cas dans le journal d'Arte.

Les statuts des journalistes correspondants sont de bons indicateurs de cette hiérarchie des zones géopolitiques. Ainsi, à l'exception des journalistes expatriés dans quelques grandes

²⁵ Patrick Champagne, *L'Héritage refusé. La crise de la reproduction sociale de la paysannerie française 1950-2000*, Paris, Seuil, coll. « Points », 2002, p. 51-95.

²⁶ Anne-Catherine Wagner, *Les Classes sociales dans la mondialisation*, La Découverte, coll. « Repères », 2007.

²⁷ 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.

²⁸ Olivier Baisnée, *La Production de l'actualité communautaire...*, op. cit., p. 154sq.

capitales, les correspondants des médias étrangers sont très dominés. Outre que la plupart d'entre eux sont isolés par rapport aux lieux du pouvoir éditorial, ils ne sont pas non plus des salariés rattachés à des rédactions, étant rémunérés à la tâche ou au forfait. Sauf ceux de l'AFP où les contrats sont par ailleurs très variables, ils sont des sous-traitants, n'étant 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. Ils « pigent » généralement pour plusieurs employeurs.

Cette hiérarchie géopolitique a des effets très importants sur les logiques de transnationalisation. Il est donc tout à fait contestable d'analyser les logiques de production et de diffusion transnationales comme si elles fonctionnaient dans un seul sens, c'est-à-dire du pays d'émigration vers le pays d'immigration. Les correspondants dépendent très fortement des *gatekeepers*²⁹ dominants, c'est-à-dire des cadres-dirigeants en poste au siège. Par exemple, si les correspondants *free lance* en Turquie formulent des propositions de « sujets », une bonne partie d'entre elles sont soit des « commandes » de leurs employeurs du siège, soit une anticipation de celles qu'ils pourraient demander comme le regrettent ces deux journalistes turcs travaillant pour un média transnational : « You always have to think about stories you think they would like and may be sometimes you have to be misrepresenting to make it more interesting. It's not the best way » ; « j'ai appris une chose, pour faire passer une dépêche, il fallait soit renverser les préjugés soit les renforcer. Tous les deux, au milieu non, ça tombait dans le vide ».

Dans le cas des journalistes travaillant en agences de presse, par exemple à l'AFP, le premier « public » des journalistes est le responsable du bureau. Il n'est bien évidemment pas anodin que celui-ci soit toujours envoyé depuis le siège, c'est-à-dire qu'il représente la rédaction de l'espace de diffusion. Cet expatrié n'est quasiment jamais né dans le pays qu'il couvre et, sauf rares exceptions, il ne le connaît pas. À l'inverse, sauf le ou la vidéaste, les autres personnels ont signé des contrats dits « locaux » et, sauf un, sont tous de nationalité turque. Par ailleurs, comme dans les journaux, la division du travail vient rappeler là encore le primat de l'espace d'accueil, la copie étant toujours validée au desk à Paris. Dans le cas de l'AFP, les relectures finales et les décisions éditoriales se font au desk anglophone et au desk Europe-Afrique pour la copie en français.

Ce primat de l'espace national, mais aussi le poids des « grossistes » anglo-américains, pèsent donc sur les contenus produits par les correspondants. Pour citer encore l'exemple de la Turquie, ceux-ci sont très fortement liés à quelques pôles thématiques³⁰. Souvent connexes, ils forment, pour reprendre les propos d'un correspondant, les « tabous » de la Turquie vus par les médias occidentaux : « 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 deviendra 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 j'exagère mais, de fait, il y a tellement un biais de la manière dont on regarde la Turquie ».

²⁹ David Manning White, « The gatekeeper: A case study in the selection of news », *Journalism quarterly*, vol. 27, n°4, 1950, p. 383-390.

³⁰ Nilgün Tütal-Cheviron, *La Turquie au miroir de la presse française nationale et régionale*, Istanbul, Éd. de l'Université de Galatasaray, Institut des sciences sociales, 2007 ; Dominique Marchetti, « La Turquie, un cas révélateur... », art. cit.

Il va de soi que cette analyse structurale relationnelle de la production et de la circulation de ce type de biens culturels de grande diffusion n'a de sens que si ces pratiques à l'intersection de trois espaces sont analysées à la lumière des trajectoires sociales des agents impliqués. Il faut donc les caractériser pour mieux saisir le degré d'appartenance aux champs national d'accueil, d'origine, transnational et ce qu'il recouvre. Ainsi, que signifie précisément l'importance des couples binationaux, des agents issus de zones transfrontalières, des enfants issus de familles à fort capital international ou ayant vécu dans d'anciennes colonies, etc. ? Seules des données sociographiques fines permettent par exemple d'analyser sociologiquement la relation sociale établie entre les correspondants et leurs hiérarchies, qui est une des entrées pour comprendre les logiques de transnationalisation *in situ*. Ainsi, pour reprendre les éléments de notre enquête exploratoire, le tropisme turc (ou arménien) d'un rédacteur en chef ou, à l'inverse, son rejet d'une adhésion de ce pays à l'UE peut avoir des effets non négligeables sur le volume et bien évidemment le type de couverture. De même, le partage d'une socialisation professionnelle commune dans la même école de journalisme ou d'un même poste de correspondant à l'étranger, une compétence linguistique plus ou moins forte en anglais, en français ou dans la langue du pays d'origine va avoir des effets sur les lectures et les visions du monde, etc. Enfin, au-delà de ces variables classiques, l'étude de la variable religieuse mériterait d'être approfondie parce qu'elle est probablement aussi déterminante qu'elle est difficile à saisir.