



HAL
open science

in Olivier Koch et Tristan Mattelart, *La Turquie, un cas révélateur du marché de l' "information internationale"*

Dominique Marchetti

► **To cite this version:**

Dominique Marchetti. in Olivier Koch et Tristan Mattelart, *La Turquie, un cas révélateur du marché de l' "information internationale"*: L'exemple de la couverture de l'actualité "turque" par les médias français. *Géopolitique des chaînes d'information internationales*, Mare et Martin, 2016, 978-2-84934-243-5. halshs-01423440

HAL Id: halshs-01423440

<https://shs.hal.science/halshs-01423440>

Submitted on 24 Apr 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.

La Turquie, un cas révélateur du marché de l'« information internationale »;

L'exemple de la couverture de l'actualité « turque » par les médias français

Dominique Marchetti (CNRS, Centre Jacques Berque, Rabat)

Cet article est un premier état d'une recherche qui se propose d'analyser les processus de production et de circulation des biens culturels de grande diffusion, à partir d'une étude de l'actualité transnationale présente dans des grands médias généralistes, ici en l'occurrence français. Lors d'enquêtes précédentes (par exemple, Baisnée et Marchetti, 2004 ; Darras et Marchetti, 2004), ceux-ci avaient été analysés essentiellement à partir des espaces nationaux d'accueil de l'information, notamment depuis les rédactions du siège de grands médias paneuropéens, qui traitent et retraitent l'« information internationale »¹. Il s'agit d'élargir l'analyse à partir cette fois-ci de l'espace d'émigration de l'information, c'est-à-dire de l'espace national d'origine. L'objet est plus précisément de saisir le volume et 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 des 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 correspondants des médias français en Turquie.

Nous avons effectué deux missions de courte durée en 2008-2009 à Istanbul, Ankara et Diyarbakir. 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, dans le cadre de ce chapitre c'est surtout une étude de corpus qui est mobilisée. 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

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.

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 Diyarbakir. Par ailleurs, cette enquête n'aurait pas été possible sans l'aide amicale d'Ümit Sevgi Topuz et de Nilgün Tural.

d'occurrences, thèmes traités, lieux, etc.) sur la production des correspondants français de *Libération*, du *Figaro* et du *Monde* en 2008 et 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.

La localisation de ce « petit » terrain pour traiter permet de saisir le fonctionnement du marché de l'information internationale par plusieurs entrées. Au-delà du fait de caractériser la position de la Turquie sur les espaces nationaux et internationaux très concurrentiels de production de l'information transnationale, la première d'entre elles nous 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 la présence des médias français. Enfin, il montre, à partir d'une étude de corpus, l'homogénéité globale des productions journalistiques tout en esquissant un espace social de ces productions et des clivages qui le traversent.

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 homologue 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 Etats-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, y compris ceux qui lui accordent le plus d'importance, « il faut vraiment qu'il y ait quelque chose d'énorme » pour qu'un sujet de Turquie « soit pris par la presse », comme le résume une correspondante d'un quotidien français sur place⁴.

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

⁴ Sauf indications contraires, les citations entre guillemets des correspondants sont extraites des entretiens réalisés en 2008 et 2009.

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. 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 País* et *La Vanguardia*⁵, les italiens *La Repubblica* et *l'Unità*, 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 1990⁶ et celui d'Al Jazira plus récemment malgré un long retard dans son lancement

⁵ Mais ces installations de correspondants étrangers peuvent certes s'expliquer en partie par la position de la Turquie dans l'espace politique, économique international, mais aussi en même temps par d'autres transformations liées à l'espace national étranger et à ses 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 aient s'intéresser davantage à la Turquie et à son nouveau gouvernement.

⁶ 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

dû aux difficiles négociations avec les autorités turques. Même si, pour certains médias, la Turquie est le lieu de bureaux « régionaux », c'est-à-dire à partir duquel ils couvrent plusieurs pays, « son » actualité est à coup sûr majoritaire dans les productions des journalistes sur place.

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 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 dominantes des 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'atteste⁷ – 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. Il est fort probable que, si les chiffres officiels permettaient de calculer le nombre exact de journalistes travaillant en Turquie pour les médias étrangers, le poids de ces quatre pays serait encore plus élevé, dans la mesure où certains grands médias et/ou « grossistes » de l'information basés dans ces États disposent de personnels en plus grand nombre.

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 ».

⁷ 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).

Par ailleurs, parmi les pays de l'UE, les Pays-Bas (n=8 en 2007 et 2012) sont surreprésentés. Du coup, cet ensemble d'Etats 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%).

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 fortes avec la Turquie. Mais leur faiblesse s'explique probablement également par une offre médiatique nationale très réduite. À l'inverse, la surreprésentation relative des Etats 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 Jazira (Qatar) et Al Arabiya (Emirats Arabes Unis) dans les Etats où les langues arabes sont majoritaires. Hormis les Etats-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.

La carte des types de supports étrangers présents permet enfin de confirmer cette position d'entre-deux de la Turquie dans l'espace journalistique de l'information internationale mais aussi et surtout les positions que les différents médias occupent au sein de cet univers. La structure de la répartition par médias présents est difficile à interpréter faute de comparaison historique : la part des quotidiens et des magazines, qui sont majoritaires en 2007 comme en 2012 (43 et 45%), est de plus en plus concurrencée par les chaînes de télévision et de radio (34 et 31%) qui se sont essentiellement développées à partir des décennies 1980 et 1990 ; les agences (22 et 24%), dont la proportion serait beaucoup plus conséquente si on avait pu calculer les effectifs réels de journalistes, sont également fortement représentées.

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 (Etats-Unis, Europe de l'Ouest et pays du Golfe), sont très majoritaires⁸. Ils disposent de

⁸ Plus largement, si on y recensait les langues majoritaires utilisées, l'anglais serait très largement en tête. Le renforcement constant des journalistes anglophones dans les bureaux de l'AFP en Turquie

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 Jazira, 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 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, l'exemple turc montre que 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.

L'analyse de 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

depuis les années 2000 en fournit un bon indicateur : parmi les journalistes rédigeant des textes, ils étaient trois en 2014 contre deux francophones. L'introduction de journalistes anglophones sur place est pourtant relativement récent puisqu'elle remonte seulement au début des années 2000.

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, France Inter, voire très rarement RMC Info et RTL), ou le quotidien *Le Parisien* accordent moins de place à la Turquie. Comme l'avait constaté Olivier Baisnée (2006 : 154sq) 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 (TF1, France 2, France 3, Canal Plus, M6) ne font pas acte de présence sur place. 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

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.

caractérisent les grands médias même si, comme le montre le cas de l'AFP¹¹, les contrats peuvent être très différents. Le marché journalistique français étant trop restreint, quelques-uns des correspondants « français » collaborent ponctuellement pour d'autres supports francophones, essentiellement des radios et des quotidiens de Belgique (*Le Soir*), de Suisse (*Le Temps* et *La Tribune de Genève*), deux pays où les Kurdes sont très présents, du Canada (*Radio Canada*), voire des radios privées financées par des pays où les langues arabes sont majoritaires (Medi 1 au Maroc, Radio Orient, une radio libanaise basée à Paris). 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

Ces propriétés de la présence française en Turquie se traduisent dans la production même des correspondants. Pour avoir un ordre de grandeur sans prétention à l'exhaustivité ou à une évolution historique du phénomène, 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-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. Il faudrait donc pouvoir autonomiser ces données pour mieux cerner les principes de différence entre les chaînes. En effet, les données produites par Crîstina 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. L'auteure montre également le fort tropisme kurde de la chaîne franco-allemande, lié probablement en partie à l'importance de ce groupe en Allemagne et à la question du respect des minorités dans le cadre des débats avec les institutions de l'Union européenne.

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 Diyarbakir, 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 ».

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 1h43 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 ». 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. Ainsi, entre les années 2007 et 2008, l'écart du nombre d'articles signés par les correspondants du *Monde* en Turquie était de 22 et de 37 vidéos pour la correspondance de l'AFP vidéo. L'étude de Crîstina Birsan (2009) sur les productions télévisuelles des sept principales chaînes de télévision françaises traitant de la Turquie entre 1995 et 2006 témoignent d'importants écarts selon les années « creuses » et « pleines » : par exemple sur France 2, le point bas était à 20 occurrences en 1995 contre presque 140 en 1999, du fait du séisme ; sur TF1 de 20 à presque 160. Nos données sur les variations par mois montrent également cette « événementialisation » (*event-driven journalism*) : en 2008, les correspondants du *Monde* ont publié de 3 à 8 articles selon les mois et leur

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.

consœur du *Figaro* de 4 à 11, l'écart maximum étant même de 1 à 11 pour le correspondant du quotidien du soir en poste en 1987. Cette couverture événementielle semble également relativement homogène comme en témoignent la similarité des courbes annuelles du nombre d'occurrences sur la Turquie sur TF1, France 2 et France 3 (Birsan, 2009) entre 1995 et 2006 et celles du nombre d'articles ou de mots produits par les correspondants du *Monde* et du *Figaro* en 2007 et 2008.

Une homogénéité thématique et spatiale

La couverture médiatique de la Turquie par les supports français¹⁴, notamment ceux qui la suivent régulièrement, est très fortement liée à quelques pôles thématiques souvent connexes, qui forment, pour reprendre les propos d'un correspondant, les « tabous » de la Turquie : « Kurdes, Arméniens, Armée, Islam ». Ce n'est probablement pas un tropisme français. 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 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 liés¹⁵ : 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 menaçant¹⁶, les questions des droits de l'homme et de la femme¹⁷, 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 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

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 Les contenus varient également peu quand on compare la production des correspondants du *Monde* et du *Figaro* en 2008. Le premier accorde relativement plus de place que le second aux questions de relations internationales liées à la Turquie (15,9% du nombre de mots publiés contre 9,3%) et aux problèmes économiques et sociaux (7,6% contre 1,8%) alors qu'à l'inverse *Le Figaro* se focalise davantage que son confrère sur la laïcité et les religions (21,1% contre 18,7%) ou, à un degré moindre, à la culture (6,4% contre 3,3%).

¹⁶ Sur ce sujet à propos de la Turquie, voir notamment Aksoy et Robins, 2000 ; Christensen, 2005.

¹⁷ Les auteurs d'un article (Bischof, Florian Oberhuber and Karin Stögner, 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.

grands thèmes, sachant aussi que le tourisme est un sujet également régulier (Tutal, 2003) et que les faits divers sont très prisés.

Comme en témoigne le travail de Cristina Birsan (2009) sur un corpus de documents télévisuels des chaînes hertziennes françaises portant sur la Turquie (1995-2006), toutes chaînes confondues, telle ou telle thématique domine selon les époques. Le « problème kurde » est prédominant à la fin des années 1990 et au début des années 2000 avec l'arrestation d'Abdullah Öcalan, le leader du principal mouvement autonomiste, et ses suites, de même que le grand séisme du 17 août 1999. A partir de 2003, le conflit en Irak et ses effets, la Turquie refusant à l'armée américaine de passer par son territoire, marque très fortement la couverture des chaînes de télévision. Ensuite, les relations avec l'UE apparaissent comme la thématique dominante. Au moment de notre enquête en 2007-2008, les impasses dans le processus d'adhésion à l'UE commençaient à inquiéter les correspondants sur place parce qu'elles avaient un fort impact sur le volume des demandes de rédactions à Paris.

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 an 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. Au final, la faiblesse du cadrage « Société » tient quand même au fait qu'il reste fortement dominé comme l'explique cette correspondante d'un quotidien, qui souhaiterait en produire davantage : « Il faut qu'il y ait un énorme creux, pour pouvoir vendre des sujets sociétés quoi. Là l'été à Y, ils ont X pages donc ils ont dit c'est l'actualité chaude point final ».

Enfin, l'information sur la Turquie dans les grands médias français généralistes relatant le plus fréquemment son actualité, qui s'adressent aux fractions les plus dotées en capital économique et/ou culturel, est doublement localisée, dans le journal et sur le territoire turc. Tout d'abord, elle apparaît très majoritairement dans la

rubrique dédiée à l'International, et relativement peu dans d'autres espaces du journal. En effet, au sein de la répartition des articles sur ce pays dans les colonnes du *Monde* et du *Figaro* en 2008, plus des trois quarts relèvent des rubriques International et, à un degré moindre, Europe, *Le Figaro* avec un tiers des articles publiés (29 sur 79 et 36% du total des mots) incluant plus fortement que *Le Monde* (13 sur 83 et 13% du volume de mots produits) ses articles sur la Turquie en Europe. Si on n'a pas pu calculer cette proportion pour les textes du correspondant du *Monde* en 1987, la proportion des trois quarts devait être quasi-identique puisque 48 des 62 articles de Claude Farrère (et 75% du nombre de mots) ont été publiés dans les six premières pages du quotidien qui étaient très probablement consacrées exclusivement à l'Étranger. L'Économie, qui est une rubrique qui a accru son offre de pages en part relative dans ces deux quotidiens depuis les années 1980 vient en troisième position en 2008, mais avec seulement quatre papiers dans *Le Figaro* (5% du total de mots produits) contre six dans *Le Monde* (9%). Ces données s'expliquent probablement non seulement par le découpage en partie géographique des productions médiatiques (International, France, etc.) mais aussi par une tradition historique qui veut que l'International concerne avant tout les questions politiques au sens large, nationales d'un pays étranger ou internationales dans le cadre de relations diplomatiques. Les directions des quotidiens comme *Libération*, *Le Monde* et *Le Figaro* ont cherché à décroiser l'« actualité internationale » traditionnelle en cherchant à lutter contre l'autonomie jugée trop grande des services Etranger (Marchetti, 2005), par leur suppression, par le changement des profils des journalistes traitant de cette matière, par la création d'espaces consacrés exclusivement à des reportages plus approfondis ou aux événements du jour où la nouvelle définition de l'« actualité internationale » peut avoir sa place, etc.

« J'ai créé quelque chose de nouveau, par exemple les correspondants à l'étranger étaient normalement des journalistes du service International. Pour moi, le correspondant à l'étranger, c'est un journaliste polyvalent qui doit apprendre les langues et s'intéresser au pays mais qui est correspondant de tout le journal, de tout le journal. » (Entretien avec Edwy Plenel, alors directeur de la rédaction du *Monde*, 2000)¹⁸

« Il y a toujours une espèce de snobisme qui fait que les correspondants à l'étranger en dehors de politique étrangère ne font pas trop ces sujets et c'est ce qui a fait que j'ai commencé à travailler pour Y [nom du quotidien] (...) en fait aussi bien en économie qu'en sport (...) l'environnement, etc. les chefs de service sont toujours très contents d'avoir des journalistes qui leur proposent des sujets dans ces domaines-là parce que c'est rare en fait. » (Entretien avec un correspondant d'un quotidien français en Turquie, 2009)

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 probablement en partie ces changements dans la mesure où les cadrages des sujets *stricto sensu* sur la politique intérieure turque sont moins présents (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

¹⁸ Cet entretien a été réalisé avec Rémy Rieffel dans le cadre d'une enquête sur les conditions d'entrée des jeunes journalistes sur le marché du travail.

conflit » : le cadrage « crise politique » passant de 14,7% en 1987 à 22,9% en 2008¹⁹, celui des « conflits » (Chypre, question kurde, etc.) de 22,5% à 33,6%. Si on n'a pas établi une comparaison historique 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. Ce même cadrage est visible dans les occurrences des brèves et des sujets de TF1 sur ces mêmes événements en 2007 (12 sur 42). Pour autant, l'actualité de la Turquie pour ces médias français reste très fortement cantonnée dans les pages consacrées à l'étranger.

Les productions des médias français en Turquie, qui ne leur sont là encore pas spécifiques, sont également très localisées au sens où ils proviennent comme dans le cas d'autres pays 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. A Istanbul, la capitale historique, culturelle, économique, etc. qui rassemblait les deux tiers des médias étrangers en 2007, s'oppose Ankara, la capitale politique et administrative issue de la création de la République en 1923, qui en accueillait 23%. Les médias basés à Ankara sont essentiellement les « grossistes » internationaux de l'information, des médias spécialisés dans les questions politiques ou bien des agences et des médias nationaux étrangers diffusant une information très institutionnelle à l'image des agences d'Etat. Une analyse sémiologique sur les articles portant sur ces deux villes dans *Le Figaro*, *Le Monde* et *Libération* en 2004 montre bien que, contrairement à Istanbul, Ankara n'existe pas en tant que ville mais comme une entité abstraite n'ayant qu'une fonction de représentation (Yasri-Labrique, 2008) à la manière de Bonn dans l'ex-RFA. 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

¹⁹ 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.

résident et travaillent tous à Istanbul où l'essentiel des événements relatés par la presse étrangère se passent. La Turquie est donc vue essentiellement de cette ville, les déplacements étant relativement rares pour les journalistes français²⁰, où se concentrent aussi tous les sièges des grands médias turcs. Elle incarne à elle seule « La Turquie » et ces lieux les plus célèbres sont autant de manière, pour les journalistes étrangers, d'aider les publics auxquels ils s'adressent à situer leurs images comme le montrent l'exemple des chaînes de télévisions.

« Soit on va dans leur studio, soit en général ils ont un camion qui est placé ici, au bord du Bosphore ou à Taksim ou à Sultanahmet [lieux centraux de la partie européenne de la ville]. A l'heure précise, on va devant la caméra et puis... Allo Paris... (...) on bossait avec une autre boîte qui avait...c'est un camion devant le palais de Dolmabahçe, avec le Bosphore derrière, le pont, c'est un peu la carte postale mais c'est sympa (...) Sinon, il y a maintenant un studio qui est sur Taksim, donc en arrière-plan on voit la place de Taksim quoi. On est un peu en hauteur. » (Entretien avec un correspondant de médias français en Turquie, 2008)

« Ca marque bien les choses quoi. Le Bosphore, X [nom d'une chaîne de télévision] par exemple ne se lasse pas du Bosphore, ils adorent les belles images. Et c'est toujours de belles images et on est content, si on peut faire de belles images, ça aide toujours dans un reportage. Ça aide d'être à Istanbul pour la télévision. » (Entretien avec une correspondante de médias français en Turquie, 2009)

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

Mais cette homogénéité dominante de l'information sur la Turquie ne doit pas occulter des principes de variation selon les médias et leurs publics. Pour les saisir, 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. 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 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 13h et de 20h 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

²⁰ Si on prend comme indicateur sommaire les lieux de reportage des correspondants du quotidien *Le Monde* en 1987 et en 2008, le renforcement d'Istanbul au détriment d'Ankara est net : le correspondant du *Monde*, qui habitait dans cette ville, y produisait les deux tiers de ses papiers (42 sur 62 contre 12 pour Ankara) en 1987 tandis que la proportion de ses homologues en 2007 s'élevait à plus de 8 sur 10 (88 sur 105 contre 1 pour Ankara). Cette proportion était identique pour la correspondante du *Figaro* en 2008 (67 sur 79).

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 attitrés, 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)²¹, 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 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 loin s'en faut l'apanage des médias les plus populaires puisque, comme on l'a vu, 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,

²¹ 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.

Sciences et Médecine, Environnement, Culture, etc.) mais surtout les nouveaux espaces récents créés lors des nouvelles formules, qui sont le lieu de reportages à la fois plus longs, plus rémunérateurs et plus intéressants du point de vue de l'écriture.

Au *Monde*, dans la période de l'enquête, il s'agit des pages « froides » au sens où elles sont préparées à l'avance et qu'elles sont moins en prise avec l'actualité la plus immédiate : les pages « Focus » situées en milieu de journal surtout, où la taille moyenne d'un reportage est trois fois supérieure à celle d'un article dans la rubrique International ou Europe²², les colonnes de « Et Vous » au milieu du quotidien laissant par exemple la place à des sujets de consommation et la « Page Trois », qui est placée comme son nom l'indique dans les premières pages et propose un reportage sur un sujet d'actualité. De même, la taille moyenne des articles du *Figaro* va du simple au double, voire au triple selon les espaces du journal : les rubriques « Recto » et « Le Figaro et Vous Culture », étant les homologues de « Page Trois » et « Et Vous » du *Monde*, recueillent des articles très longs (respectivement de 1440 et 821 mots) au regard de ceux des pages Europe et International (500 mots environ). Ainsi, dans ces quotidiens aussi, le traitement dominant de la Turquie a trait à une actualité très « chaude », pour reprendre la métaphore journalistique, traitée de manière factuelle et synthétique, son accès aux autres espaces du journal, notamment les plus prestigieux, restant faible.

Mais c'est vrai pour tous les grands médias généralistes qui disposent de ce type d'espaces, comme le montrent les exemples d'Europe 1 et de France Inter, qui ont conservé un magazine hebdomadaire sur l'International le week-end, investi notamment par leurs correspondants à l'étranger. La tentation pour les correspondants français, qu'elle se réalise ou non, d'écrire des livres comme l'ont fait quelques journalistes anglo-saxons (Christopher de Bellaigue, Andrew Finkel, Hugh Pope) qui ont acquis une relative notoriété médiatique sur la Turquie, traduit également une frustration professionnelle face à cette prédominance du journalisme de l'immédiateté.

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 2012²³, 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 (« Focus », « Reportages », « Une semaine au Moyen Orient », « Une semaine en Europe pour l'essentiel »). À quelques exceptions très rares (Culture, Economie, Politique ou les programmes liés à des zones géographiques), la présence de sa correspondante est surtout visible dans les cases les

²² Ces chiffres sont une moyenne du nombre de mots des articles des correspondants du *Monde* et du *Figaro* produits dans ces rubriques dont l'espace est stable.

²³ 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.

plus généralistes de la grille de la chaîne. Cependant, les thématiques traitées s'inscrivent dans une actualité relativement 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.

« Arte ne fait pas vraiment de news proprement dites. Ça ils le font avec les EVN [il s'agit d'une base d'images provenant d'autres télévisions], ils ne veulent pas qu'un correspondant, leur fasse un sujet EVN, si vous voulez. Ça ne les intéresse pas. Ils veulent avoir un sujet, ils veulent une vraie valeur ajoutée (...) quand ils commandent des reportages à l'étranger, c'est des 2'30 en général. Donc c'est vraiment parce qu'ils veulent donner du temps et aller creuser un peu plus. » (Entretien avec la correspondante d'Arte, 2009)

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 exceptionnel²⁴. 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 : « Grands reportages », « Accents d'Europe », « Routes du monde », « Les visiteurs du jour », « Carnets de voyage », « Grand reportage », etc. 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 : par exemple, entre 2002 et 2008, il évoquera les « Métrobus » d'Istanbul, « le ramadan ordinaire en Turquie », « le safran », « la maladie tropicale », « vers une crise alimentaire », « la sécheresse », « la vogue des 4x4 » et la « voiture propre », « l'usage du Coran vis-à-vis des femmes », « La gestion des séismes », « la gastronomie », « le changement de

²⁴ 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.

la monnaie nationale », « le nettoyage de la Corne d'or et la dépollution du Bosphore », etc.

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 « *Life style* » 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 de créer une position singulière sur ce marché²⁵, notamment à la faveur du développement d'internet et de nouvelles chaînes d'information en continu qui ont créé de nouveaux débouchés et sont stratégiques dans la conquête de nouveaux clients dans le monde entier²⁶. 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. Ainsi, l'exotisme consiste à évoquer la pratique spirituelle des derviches tourneurs, « la bataille du Simit [pain turc au sésame] face au hamburger » retraçant une entreprise familiale cherchant à combattre le développement de Mac Donald's, les usages médicaux des sangsues en vente libre sur des marchés, les hammams d'Istanbul ou les voltiges spectaculaires de certains pigeons. Les références historiques et touristiques sont également très fréquentes dans les sujets culturels : les cheminées et les montgolfières de Cappadoce, le patrimoine historique d'Istanbul. 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, qu'il s'agisse des réactions turques à l'élection présidentielle française en 2007 ou au projet d'Union pour la Méditerranée du nouveau président français.

Il va de soi que, pour comprendre ces contenus, il faudrait pouvoir davantage développer 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

²⁵ Sous réserve d'une nouvelle enquête, l'objectif de l'agence vidéo semble plus récemment être davantage tourné vers l'information plus immédiate.

²⁶ 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).

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.

Bibliographie

- A. Aksoy et K. Robins (2000), « Thinking Across Spaces Transnational Television from Turkey », *European Journal of Cultural Studies*, vol. 3, n°3, p. 343-365.
- O. Baisnée (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)*, Rennes, thèse en science politique, Université Rennes 1.
- O. Baisnée et D. Marchetti (2004), « La production de l'information européenne. Le cas de la chaîne paneuropéenne d'information Euronews », in D. Marchetti (dir.), *En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Rennes, PUR, p. 25-52.
- G. Bastin (1999), *Les journalistes accrédités auprès des institutions européennes à Bruxelles. Quelques signes du changement d'un monde de travail*, Lille, Mémoire de DEA de sociologie.
- C. Bîrsan (2009), « L'adhésion de la Turquie à l'Union européenne : le traitement médiatique télévisuel français (1995-2007) », Paris, conférence à la Maison de l'Europe (non publié).
- K. Bischof, F. Oberhuber, et K. Stogner (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*, vol.9, n°3, p. 364-392.
- J. Bourdon (2009), *Le récit impossible. Le conflit israélo-palestinien et les médias*, Bruxelles, INA-De Boeck.
- C. Christensen (2005), « Pocketbooks or prayer beads? US/UK newspaper coverage of the 2002 Turkish elections », *The Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 10, n°1, p. 109-128.
- E. Darras et D. Marchetti (2004), « La production et la circulation des images 'européennes'. L'exemple des échanges d'actualité de l'Union européenne de radio-télévision (UER) », in D. Marchetti (dir.), *En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Rennes, PUR, p. 53-73.
- U. Hannerz (2004), *Foreign News. Exploring the World of Foreign Correspondents*, Chicago: University of Chicago Press.
- F. Heinderycks (1998), *L'Europe des médias*, Bruxelles, Éditions de l'université de Bruxelles.
- S. Hess (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. Disponible sur <http://www.ina-expert.com/les-lettres-trimestrielles-et-editions-speciales/ina-stat-special-top-des-pays-en-2007.html> [consulté le 22 mars 2010]
- D. Marchetti (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, p. 49-77.
- D. E Morrison et H Tumber (1985), « The Foreign Correspondent: Date-line London », *Media, Culture & Society*, vol.7, n°4, p. 445-470.

- M. Pedelty (1995), *War Stories: The Culture of Foreign Correspondents*, New York, Routledge.
- A. Sayad (1977), « Les trois "âges" de l'émigration algérienne en France », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°15, 1977, p. 59-79.
- M. Sémo (2009), *Turquie : la révolution du Bosphore*, Paris, Editions du Cygne.
- N. Tatal (2003), « Le tourisme culturel en Turquie : La question du même et la question de l'Autre », *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, vol. 22, n°3, p. 42-49.
- N. Tatal-Chevion (2007), *La Turquie au miroir de la presse française nationale et régionale*, Istanbul, Editions de l'Université de Galatasaray, Institut des sciences sociales.
- É. Yasri-Labrique (2008), « La Turquie, terre eurasiatique et république bicéphale. Ankara et Istanbul dans la presse française », *Mots. Les langages du politique*, n°86, p. 37-52.