

**UNIVERSITE GALATASARAY
INSTITUT DES SCIENCES SOCIALES
JOURNALISME A LA RADIO ET A LA TELEVISION**

**DE L'INTIMITE DE LA RELIGION A LA PUBLICITE DES
MEDIAS : ETUDE DE CAS SUR LA TELEVISION
ISLAMIQUE « SAMANYOLU TV »**



ÖZLEM AVCI

**Sous la direction de
DOÇ. DR. A. HÜLYA UĞUR TANRIÖVER**

**Mémoire pour l'obtention en DEA
« Journalisme à la radio et à la télévision »**

NOVEMBRE 2004

TABLE DES MATIÈRES

<i>TABLE DES MATIÈRES</i>	<i>i</i>
<i>LISTE DES TABLEUX ET DES FIGURES</i>	<i>iv</i>
<i>ABREVIATION</i>	<i>v</i>
<i>REMERCIEMENT</i>	<i>vi</i>
 <i>INTRODUCTION</i>	 1
 <i>PREMIERE PARTIE</i>	
<i>LA MODERNITE ET LA RELIGION</i>	7
<i>Chapitre I- Oppositions entre la modernité et la religion</i>	8
 <i>Chapitre II- Séparation de l'espace public et de l'espace privé dans l'organisation communautaire et l'organisation sociale</i>	 12
 <i>Chapitre III- Les fonctions sociales de la religion : Le cas de l'Islam</i>	 20
 <i>Chapitre IV- L'Islam en Turquie</i>	 24
<i>Section I- L'Islam sous L'Empire ottoman</i>	25
<i>Section II- De la fondation de République à la période du multipartisme</i>	26
<i>Section III- L'Islam politique depuis les années 1980</i>	28
<i>Section IV- Les mouvements islamiques en Turquie actuelle</i>	29
 <i>Chapitre V- L'Islam et la modernité</i>	 32
 <i>Chapitre VI- L'Islam et l'espace public</i>	 33
 <i>Chapitre VII- L'Islam et le champ économique : le capital islamique</i>	 35

DEUXIEME PARTIE

LES MEDIAS DE MASSE.....	38
<i>Chapitre I- Les approches structurales et les études de média.....</i>	<i>39</i>
<i>Section I- Les fonctions des médias.....</i>	<i>42</i>
<i>Section II- La télévision en tant que source d'information</i>	<i>44</i>
<i>Sous-section I- La télévision et l'individu</i>	<i>45</i>
<i>Sous-section II- Les journaux télévisés et ses discours.....</i>	<i>47</i>
 <i>Chapitre II- Médias et religion</i>	 <i>51</i>
 <i>Chapitre III- Le paysage actuel des médias en Turquie.....</i>	 <i>59</i>
<i>Section I- La structure de médias.....</i>	<i>60</i>
<i>Section II- Les chaînes de télévision et les radios privées</i>	<i>62</i>
<i>Section III- Les médias et les mouvements islamiques</i>	<i>64</i>
1) Les radios islamiques.....	66
2) Les chaînes de la télévision islamiques.....	69

TROISIEME PARTIE

UNE TELEVISION ISLAMIQUE : « SAMANYOLU TV ».....	73
 <i>Chapitre I- La structure institutionnelle et politique de la chaîne.....</i>	 <i>75</i>
<i>Section I- La base de la communauté Gülen : Le mouvement de Nur.....</i>	<i>75</i>
<i>Section II- La communauté Gülen et la vie politique en Turquie</i>	<i>79</i>
 <i>Chapitre II- Les journaux télévisés de Samanyolu TV.....</i>	 <i>85</i>
<i>Section I- Structure institutionnelle.....</i>	<i>86</i>
<i>Section II- Structure idéologique.....</i>	<i>90</i>
<i>Section III- Structure économique.....</i>	<i>93</i>

<i>Chapitre III- Analyse des journaux télévisés.....</i>	94
<i>Section I- Les structures de l'émission.....</i>	94
<i>Section II- Les structures de phrases utilisées et les mots.....</i>	98
<i>Section III- Musiques utilisées.....</i>	100
<i>Chapitre IV- Les autres types d'émission</i>	101
<i>Section I- Les émissions réalisées par le Service d'information.....</i>	102
<i>Section II- Les émissions d'actualités</i>	103
<i>Sous-section I- Emission : « Kimse Yok mu ? ».....</i>	104
<i>Sous-section II- Une émission religieuse:</i>	
<i>« İnancın Gölgesinde ».....</i>	105
<i>Section III- Les séries et feuilletons... ..</i>	106
<i>CONCLUSION.....</i>	109
<i>ANNEXES</i>	114
<i>ANNEXE I : Guide d'entretien</i>	115
<i>ANNEXE II : Catégories d'Information (6-12 Octobre 2003).....</i>	118
<i>ANNEXE III : Reportage avec Kemal Gülen sur l'Internet de STV</i>	119
<i>ANNEXE IV : Texte de Présentation de Samanyolu TV sur Internet</i>	122
<i>BIBLIOGRAPHIE.....</i>	125

LISTES DE TABLEUX ET DE FIGURES :

Figure I: La construction d'une information	49
Figure II : Le flux de communication appuyant sur les outils de la modernité.....	54
Figure III : Le flux de communication aux institutions traditionnelles.....	55
Tableau I : Les radios islamiques en Turquie.....	67
Tableau II : Les chaînes Islamiques en Turquie	70
Tableau III : Le premier journal de l'ordre de jours (les entretiens et les invités inclus dans la séquence du journal).....	96
Tableau IV : Les journaux de contenus religieux directement dans une période d'en hebdomadaire	97
Tableau V : Les émissions préparées par le centre d'information.....	102
Tableau VI: Emissions culturelles et actualités.....	104
Tableau VII : Le lien entre les séries et les images religieuses.....	108

ABREVIATION:

- CNN** : Cable Network News
- ITC** : Independent Television Commission
- IBA** : Independent Broadcasting Authority
- CFRT** : Comité français de Radiotélévision
- STV** : Samanyolu Televizyonu
- GUMG** : Glasgow University Media Group
- APTN** : Associated Press Television News
- WTN** : The World Technology Network
- AA** : Anadolu Ajansı (*Agence Anatolia*)
- BBC** : British Broadcasting Corporation
- CHA** : Cihan Haber Ajansı (*Agence d'Information mondiale*)
- TRT** : Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
(*L'Association de Radio et de Télévision de la Turquie*)
- RTÜK** : Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
(*L'Autorité haute de Radio et de Télévision*)
- PD** : Demokrat Parti (*Partie de Démocrate*)
- PRP** : Cumhuriyet Halk Partisi (*Partie de République Public*)
- AKP** : Adalet ve Kalkınma Partisi (*Partie de Justice et de Développement*)
- MGK** : Milli Güvenlik Kurulu (*L'Autorité de la Sécurité Nationale*)
- YÖK** : Yüksek Öğretim Kurulu (*L'Autorité de la Instruction Haute*)
- TTTAŞ** : Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi
(*La Société Anonyme de Radiophonique de Turquie*)

REMERCIEMENT

Avant tout, je remercie à A. Hülya Uğur Tanrıöver, ma directrice en DEA, pour sa patience, sa soutient, ses conseils et ses aides, et à mes autres professeurs de Faculté de Communication ; aux travailleurs de STV qui ont soutenu et ont aidée à l'analyse de domaine de cette étude, en particulière à Faruk Örgün le chef des éditeurs du Service d'Information ; à Ahmet Abut qui m'a donné à l'occasion de recherche en rapport avec cette étude en France ; et certainement, à ma famille.



Özlem AVCI

INTRODUCTION :

Les médias de masse sont un symbole de la modernité. Ils ont vulgarisé avec le développement de nouvelles technologies dans le domaine de média, et aussi avec la multiplication de l'offre de programmes dans les médias électroniques. A l'inverse, les religions ont une structure traditionnelle. Elles symbolisent un monde traditionnel. Généralement, en partant de ce point, les médias et la religion ont deux différentes compréhensions : la compréhension moderne et la compréhension traditionnelle. Si plusieurs études ont été réalisées sur les rapports entre la modernité et la tradition, il en existe beaucoup moins sur ceux entre les médias et la religion.

Tous acceptent que les médias de masse jouent à long terme un rôle important. En particulier, les chaînes de télévision offrent un milieu de communication audiovisuel et peuvent unir les individus autour d'un but et d'une compréhension collective. Elles peuvent ainsi être efficaces, au niveau métaphysique, à la diffusion des croyances religieuses. C'est-à-dire, la télévision en tant qu'un outil moderne, peut servir à construire une compréhension collective au sens religieuse.

Que ce soit au sens moderne, ou au sens traditionnel, le collectivisme partagé aboutit, en même temps, à plusieurs résultats sociaux. L'un de ces résultats est les mouvements sociaux s'appuyant sur le collectivisme. Ceux-ci peuvent se diviser en fonction des problèmes vécus, en mouvements économiques, politiques, culturels et religieux.

Raconter un conte, une histoire ou discuter lors de ces mouvements sociaux apportent des preuves importantes sur la compréhension de la religion (et en particulier sur la formation de l'identité religieuse). Les sources concernant les facteurs symboliques et l'expression de la religion, possèdent une valeur importante pour les mouvements sociaux. Parce que tous ceux-ci précisent le mode de vie des mouvements religieux et aussi assistent au développement de la communication et de la socialisation dans le

groupe et au renforcement de « l'identité » qui s'en forme.¹ D'une part, les symboles et les expressions qui se diffusent dans un espace plus vaste grâce aux médias de masse, ont eu un effet très important sur le processus de politisation de la religion, de socialisation de ses acteurs et de formation de l'identité collective propre à la religion. Ces nouvelles identités collectives dans les sociétés modernes qui apparaissent d'un milieu audiovisuel, se transforment, de plus en plus en un mouvement social qui se centre sur un acteur, un acte et une croyance. D'autre part, ces expressions ont, dans le processus de politisation et de socialisation, aussi grande importance que les espaces publics puisqu'ils se transforment en une action.

Un autre point important est que la religion permet une bonne analyse de mutation contemporaine de la religion. Les médias de masse, en particulier la télévision, en tant que symboles des sociétés modernes, d'une part transforment les structures traditionnelles des communautés religieuses, et d'autre part, ils commencent à construire une structure communautaire « virtuelle » par l'écran. C'est-à-dire, la communauté possédant une structure traditionnelle, perpétue son être dans une structure moderne, une structure sociétale. Aussi, celle-ci continue d'exister en s'appuyant sur les outils de la modernité, en priorité sur la radio et la télévision. Mais, ceux-ci transforment la structure communautaire en une structure qui n'est pas participante, c'est-à-dire que les téléspectateurs ne peuvent pas répondre aux messages envoyés. Peut-être la religion, comme institution, persiste, mais sa structure traditionnelle est modifiée par ces outils. Et, la structure moderne libère des choses interdites par la structure traditionnelle. C'est-à-dire, la religion ne se perd pas dans les sociétés modernes, mais elle se reforme. Dans cette réformation, la télévision a une mission importante.

En conclusion, toutes les religions possèdent une structure de communauté qu'elles dépendent vigoureusement dans eux-mêmes. Aussi, tâchent-elles de protéger leur existence en ayant des relations puissantes à l'intérieure d'elles-mêmes. On peut donner l'exemple de l'Islam politique pour un mouvement social. Le rôle et la valeur que donne à la communication (*tebliğ, sohbet*) la tradition orale qui commence par

¹ Göle, Nilüfer (1) ; Melez Desenler :İslam ve Modernlik Üzerine ;İstanbul, Metis yay., 2001, p. 29

lire le « Coran » (*Kur'an*), sont très importante dans les processus de socialisation et de création de la communauté religieuse. La communication qui se fait face à face, est plus active et plus valide des formes de communication. Dans les mouvements Islamiques contemporains, raconter les histoires des périodes des prophètes aux acteurs de ce mouvement, permet à une communauté, de partager (les mêmes valeurs, les mêmes principes, les mêmes croyances...etc.) et d'adopter une culture et des formes de comportements appuyées sur ceux-ci. Cette attitude, en même temps, construit des liens entre le passé et le futur. Le lien qui est construit par les différentes formes d'expressions, n'est pas seulement un lien textuel, il se complète par les caractères vécus qui ont leurs noms, leurs sentiments et leurs comportements concrets. Ainsi, les acteurs commencent à se rassembler autour d'une identité religieuse. Par conséquent, d'une part une structure de communauté religieuse qui rassemble autour d'elle-même ses acteurs crée une identité collective, d'autre part, un mouvement religieux qui se forme dans le processus social et historique, peut se transformer et se modifier, structurellement, en un espace public grâce aux moyens de masses médias. C'est-à-dire ces identités collectives, se transforment, de plus en plus en se segmentant en des identités de plus en pluralistes et de plus en plus privées. La base de toutes les religions s'appuie sur le renforcement de la structure communautaire très conservatrice, pour continuer de protéger ses membres et pour propager son idéologie. C'est la raison pour laquelle, la communication appuyée sur l'interaction tient une place très importante dans la religion. Mais la compréhension d'interaction appuyée sur la communication se transforme en une structure plus modeste, plus moderne. Les nouvelles formes d'interactions s'appuient sur l'activité, sur les changements sociaux et il s'agit de, à ce propos, d'une forme de communication où un plus grand nombre d'individus ont participé dans l'espace public. Ainsi, cette structure collective de la religion s'enveloppe à une structure individualisée, dans la structure sociétale (*cemiyet*). C'est-à-dire, la structure intime de la religion est transportée dans un espace public étant plus vaste de l'espace privée par les médias de masse, notamment par la télévision comme un outil audiovisuel. Ainsi la structure de la communauté se transforme par ses outils et devient dépendant de ces outils. Avec ses structures modernisées, les religions légitiment de plus en plus à ces outils dans eux-mêmes.

Vient à savoir maintenant la manière dont la religion est traitée structurellement, dans ces masses medias. Tous les groupes de pression, tous les courants d'idées, qu'ils soient plus modernes ou plus traditionnels, politiques ou religieux, cherchent à se faire entendre dans les médias. Les religions traditionnelles ont très tôt senti qu'elles devaient utiliser ces outils et ont cherché à les mettre au service de leurs objectifs. Par exemple, on peut dire que plusieurs communautés religieuses ont développé leur propre presse écrite. De nos jours, elles développent avec leurs chaînes de télévision considérées comme les outils audiovisuels étant plus efficaces que la presse écrite. Mais à long terme, cette tendance peut-elle démanteler la structure communautaire et atomiser les individus ?

Mais, bien que les effets négatifs des médias de masse, sur la structure communautaire traditionnelle de la religion, la sortie de l'intimité communautaire sur l'espace public ne tue pas le privé. Et ces effets négatifs des médias de masse le reformulent et le délimitent avec ses apparences sur la télévision (les émissions, les séries, les journaux télévisés...etc.)

Quant à la Turquie, l'Islam occupe, directement ou indirectement une place importante dans la vie politique de la Turquie et a utilisé comme plus active, dans la vie politique. Avec le développement des masses medias commerciales, elle adopte une forme indirecte mais plus active.

Avec les approches libérales économiques adoptées à partir des années 1980, les masses medias sont sortis du monopole de l'Etat et sont devenus des outils commerciaux. Ainsi, aussi les groupes religieux ont commencé à s'intéresser à ces outils aussi bien que les groupes politiques. Parce que, sous l'angle de ces groupes, la présentation de la religion et sa communication (*tebliğ*) sont possibles grâce aux medias de masse. Plusieurs groupes religieux, profitant du désordre juridique régnant dans le secteur des médias, s'y activent. C'est-à-dire, on voit les activités religieuses dans plusieurs domaines, de l'économie à la politique, de l'éducation au média, et au tourisme.

Si la situation est telle, il est intéressant de savoir la façon dont ces groupes religieux observent l'écran puisque ces premiers sont différents des autres. Dans un tel milieu politique, comment se différencient et se présentent les approches religieuses des médias? C'est-à-dire, en utilisant activement les outils de la modernité, comment elle tâche de continuer sa structure traditionnelle? En un mot, est-ce que la religion peut continuer d'exister, traditionnellement, grâce à ces outils ou est-ce que la religion se modernise-t-elle?

Quand on analyse la situation en Turquie, on voit que les émissions religieuses de chaînes généralistes ont augmenté depuis les années 1980? Comment peut-on observer cette augmentation de la religion dans les médias de masse (notamment les chaînes de télévisions)? On peut penser que certaines émissions religieuses sont particulièrement appréciées parce qu'elles peuvent toucher les individus, sans imposer une doctrine. On peut montrer l'un exemple de la chaîne religieuse, la chaîne islamique, « Samanyolu TV ». STV qui émet une identité religieuse et qui prend appui sur la doctrine de la communauté à laquelle elle appartient pour former ses principes d'émission, comment reflète-t-elle cette identité à l'écran?

STV qui a commencé sa diffusion à l'échelle nationale avec l'identité religieuse, donne une apparence moderne de la religion. En même temps, elle tâche d'imposer à ses téléspectateurs cette vision de la religion et aussi avec ses apparences modernes, elle tâche de gagner leur sympathie. Cependant, les téléspectateurs commencent à adopter facilement les modes de vies religieuses et les principes religieuses. Par exemple, les femmes en tant que les acteurs fondamentaux du mouvement religieux, sont présentées sous une forme moderne (tout en s'habillant conformément aux règles islamiques, mais en créant une nouvelle forme de mode.)

Ainsi, en tant que télévision islamique « Samanyolu TV », comment réagit-elle aux événements religieux? Comment met-elle l'accent sur l'identité Islamique? Une approche laïque des phénomènes religieux est-elle possible dans une chaîne

religieuse ? Comment y observe-t-on dans les effets de la communauté religieuse dont elle défend ses doctrines ?

Pendant ce travail, on va tâcher de répondre à toutes ces questions avec les approches critiques. On va analyser les informations, les émissions et les journaux télévisés. Le regard critique des pratiquants réguliers sur les émissions télévisuelles peut s'analyser de plusieurs manières : comme une analyse de contenu sur les journaux télévisés, les entretiens avec journalistes et une analyse de discours des émissions journaux. Par conséquent, on va analyser dans le cadre des approches structuralistes critiques. A partir de la notion de l'idéologie d'Althusser et du terme « *hégémonique* » utilisé par Gramsci pour désigner l'idéologie dominante, on va tâcher d'observer les effets sur les journaux télévisés et les autres émissions du point de vue de la chaîne « Samanyolu TV. » On va utiliser entre autre, une analyse de contenu sémiologique qui prend appui, de temps en temps, sur une analyse de contenu empirique.

Ce travail se divise en trois parties fondamentales. La première partie concerne les différences entre la modernité et la religion. Désormais, en partant des fonctions de la religion, on va accentuer les effets de l'Islam sur la vie politique en Turquie. La deuxième partie s'efforce d'expliquer les relations et les différences entre la religion et les médias. De plus, en expliquant le milieu des médias en Turquie, on met l'accent sur les apparences médiatiques de l'Islam. La troisième partie fait une analyse de « Samanyolu TV » comme un exemple aux relations entre la télévision et la religion. Et on a fait des entretiens semi directifs avec les travailleurs de la chaîne, les analyses profondes sur les journaux télévisés et sur certaines émissions. En s'appuyant sur toutes ces analyses, on s'est efforcé d'expliquer que, le point de vue dominant détermine les contenus des informations et des émissions.

PREMIERE PARTIE :

LA MODERNITE ET LA RELIGION

En commençant à cette partie, il est d'abord important de répondre à la question « *qu'est que la modernité ?* ». La modernité signifie les formes d'organisation et de vie sociale commencée au 17. siècle en Europe, qui ont influencé le monde entier. Le mot « moderne » signifie quelqu'un ou quelque chose qui appartient au temps présent ou à une époque relative.¹ Dans l'histoire de l'humanité, le mot « modernisme » correspond à la sécularisation de la raison et à la croyance que l'homme est capable de fonder ses propres formes de vie, en un nouveau partage au progrès, au service d'une maîtrise des processus naturels.²

D'après Alain Touraine sociologue française, « la modernité s'est vulgarisée par les produits d'activité rationnelle, scientifique, technologique et administrative. » En conséquence, « la modernité contient la différenciation qui accroît de plus en plus les diverses partie (comme la politique, l'économie, la vie de famille, la religion et l'art) de la vie sociale, et ceux appuient à la rationalisation. A ce point, la rationalisation instrumentale a une fonction dans une activité précise. »³ En s'appuyant sur cette constatation de Touraine, la modernité insiste premièrement sur la raison. Le raisonnement moderne, s'intéresse au sujet qui devient la nouvelle autorité au lieu de Dieu qui est le centre pouvoir et le raisonnement du Moyen Age. Il est question maintenant d'un homme qui existe par son propre raisonnement et un sujet qui se situe contre et sur un monde des objets indépendants et qui présente la connaissance de celui d'une manière correcte. C'est-à-dire la modernisation et la rationalisation sont les idées qui se complètent. Accepter l'un signifie accepter l'autre. A partir de ce point de vue, on peut évaluer les deux termes qui sont en principe contraires : la modernité et la religion.

¹ Grand Larousse en 5 Volume ; tome 2, Paris, Larousse, 1992, p.2067

² Encyclopédie Philosophique Universelle, Tome I, Paris, PUF, 1995, p.1655

³ Touraine, Alain; La Critique de la Modernité, Paris, Fayard, 1992, p.23

CHAPITRE I- LES OPPOSITIONS ENTRE LA MODERNITE ET LA RELIGION

Ce qui s'est constamment opposé avec force à l'image naturaliste et matérialiste de la modernité, c'est une pensée religieuse qui, en occident, a en même temps contribué activement au développement de la pensée rationaliste. A ce propos, en déterminant les oppositions entre la modernité et la religion, on peut se référer à la célèbre analyse de Weber : « *La modernité n'est pas l'élimination du sacré mais le remplacement d'un ascétisme hors du monde par un ascétisme dans le monde qui n'aurait aucun sens s'il n'en appelait à une forme ou à une autre de divin, de sacré, en même temps que le monde des phénomènes se sépare de celui de la révélation ou de l'être en soi. La sécularisation ne peut être qu'une des moitiés du monde désenchanté, l'autre étant l'appel à un sujet désormais hors d'atteinte, mais qui n'en est pas moins une référence constamment présente.* »¹ Pour Alain Touraine, « *la modernité n'a pas remplacé un univers divisé entre l'humain et le divin par un monde rationalisé; de manière directement inverse, elle a rompu le monde enchanté de la magie et des sacrements et l'a remplacé par deux forces dont les rapports orageux dessinent l'histoire dramatique de la modernité : la raison et le sujet, la rationalisation et la subjectivation.* »² A partir de la définition de Weber et de Touraine, la modernité met l'accent sur la sécularisation appuyée à la raison, alors que le cœur est plus important que la raison dans les structures religieuses (comme les sectes, les communautés religieuses). Spéculer, interroger sont les facteurs qui éloignent l'individu du Dieu. La compréhension d'un « *unique corps (vahdet-i vücud)* » dans la pensée Islamique traditionnelle refuse souvent même l'être absolu du monde.

La rationalité n'est pas absente des sociétés dites traditionnelles, comme la tradition n'est pas absente des sociétés dites modernes. Mais les structures traditionnelles aussi dans les sociétés modernes commencent à mettre l'accent sur la raison et sur le sujet. Par voie de conséquence, cette rationalité signifie que les structures traditionnelles se transforment. Mettre l'accent sur la raison et sur le sujet accroît l'importance de

¹ Touraine, Alain ; Ibid, p.50

² Touraine, Alain ; Ibid, p.55

l'information et sa valeur au niveau individuel. Aussi la religion étant une structure traditionnelle, on peut observer les processus de cette transformation. Les informations religieuses dans les sociétés modernes variées s'appuient davantage sur les symboles. Ainsi elles transforment traditionnel dans le monde moderne.

A côté de la rationalisation, l'un des particularités caractéristiques de la modernité est la sécularisation. Mais, celle-ci s'appuie aussi sur la raison. Alors sur ce point, nous avons encore une question dans le cadre « sécularisation, modernité, individualisme et religion » : « Une telle société aussi sécularisée, réinventerait-elle la religion comme choix personnel et libre d'un individu autonome ? Encore une fois, en s'appuyant sur cette question, peut-il s'agir de l'affaiblissement de la structure traditionnelle de la religion en dépit de l'augmentation de la modernité ? Puis que la modernité s'appuie sur l'acteur, l'objet par conséquent sur l'individu. C'est-à-dire, il s'agit de la transformation de la structure de la société s'appuyant sur l'individu, de la structure de communautaire avec la modernité. C'est pourquoi, les institutions traditionnelles, comme la religion, elles profitent des outils de la modernité pour qu'elles continuent d'exister. Par conséquent, il s'agit de la sécularisation de la religion par les outils de la modernité.

Une telle sécularisation contenue à la raison et le sujet, crée-t-elle les conditions socioculturelles d'un « retour du religieux » ? Le fait que la modernité se sécularise et perde ses caractères de la « religion séculière », le fait qu'elle reconnaisse plus ouvertement la place de la religion entraîne certes un certain désamorçage du conflit entre la modernité et la religion. Mais il ne s'agit pas d'un retour du religieux, comme si l'on assistait à une revanche des religions sur la modernité. La religion elle-même, est profondément sécularisée. La sécularisation, loin d'être uniquement un mouvement d'émancipation des sociétés et des individus par rapport aux autorités religieuses, représente une mutation religieuse, un changement profond concernant aussi bien le rapport des individus avec la religion que la place et le rôle du religieux dans la société. La modernité, ce n'est pas la fin de la religion, mais c'est une religion

vécue autrement.¹ C'est-à-dire, c'est une religion modernisée. Mais, à ce point, comme le dit Touraine; « la modernité ne se définit pas par un principe unique; elle ne se réduit pas plus à la subjectivation qu'à la rationalisation; elle se définit par leur séparation croissante. »² François Boespflug et ses collaborateurs, déterminent les caractéristiques de la situation contemporaine de la croyance, comme « sa dissémination culturelle, sa décommunautarisation et son individualisation, sa pragmatization et sa subjectivisation » et ils présentent, sous différents aspects, la sécularisation contemporaine de la religiosité.³

Entre autre, la particularité la plus importante de la modernité est les constructions mondiales qui accroissent plus vite. D'après Giddens, l'ordre social de la modernité qui met l'accent, en particulier sur la raison en conséquence du sujet est capitaliste sous l'angle de soit le système économique soit les autres institutions. Et puis, le modernisme est structurellement mondial et prospectif. Il pense qu'il y a des liens directs entre la tendance mondiale de la modernité et la transformation de l'intimité à la vie quotidienne.⁴

La mondialisation et la sécularisation appuyée sur la modernité, en particulier pour les sociétés locales, signifient se dissiper de l'ordre, de se fragmenter des liens de la communauté et s'individualiser.⁵

Sur ce point, en définitif, par sécularisation il faut comprendre une modification socioculturelle globale se traduisant par un amenuisement du rôle institutionnel et culturel de la religion. C'est la raison pour laquelle, la sécularisation ne signifie pas fin ou déclin de la religion, elle ne signifie pas non plus la disparition de l'imaginaire et de l'irrationnel, elle renvoie plutôt à un processus de changement de situation socioculturelle de la religion. Par conclusion comme chez Alain Touraine, avec son apparence dans l'espace public, la religion commence à se démanteler, mais ses

¹ Boespflug, François et al.; Pour une Mémoire des Religions; Paris, Découverte/Essais, 1996, p.59-60

² Touraine, Alain ; Op. cit., p. 250

³ Boespflug, François et al. ; Op. cit., p.62

⁴ Giddens, Antony; Modernliğin Sonuçları ; İstanbul, Ayrıntı yay, 1998, p.172

⁵ Bauman, Zygmunt; Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları; İstanbul, Ayrıntı yay., 1997, p.114-117

composantes ne se perdent pas, se modifient seulement. Le sujet, tout en étant sacré ou défini par la raison, et il transforme une relation précise l'individu ou le groupe (avec soi-même).¹ C'est-à-dire, au sens modern, la religion insiste sur la raison et le sujet. Par conséquent, avec le modernisme, la religion qui apparaît de plus en plus dans l'espace public, crée des acteurs et des institutions en fonction de cette structure moderne. Parallèlement à Touraine, Şerif Mardin pense que lors de la modification vers la modernisation, dans la mesure où elle laïcise la religion, il pense qu'elle anéantit les éléments (« *harcı* ») qui unissent les individus, parce qu'elle la jette hors de la vie individuelle et sociale.²

Par conséquent, la modernité forme un ordre social s'appuyant sur l'individu en fragmentant la structure traditionnelle. Alors, les institutions qui possèdent une structure traditionnelle, qui tâchent de protéger leur existence par ce traditionalisme, comment existent-elles dans les sociétés modernes ? Comment peut-on observer le traditionalisme dans les sociétés modernes ? Quels sont les moyens utilisés ? Quels sont les symboles et le langage ? Ce qui est important aussi c'est de savoir comment la thèse que dans les sociétés modernes la religion utilise la télévision pour son activité et sa vulgarisation et que Giddens en dit des « institutions capitalistes » se justifie-t-elle ? C'est-à-dire, au lieu que la télévision soit économique pour la religion, seulement elle en devient une institution idéologique ? Ou, en tant qu'une institution traditionnelle, la religion se modernise-t-elle par la télévision ? De cette manière, la religion qui s'expose dans les espaces publiques, comment transforme-t-elle une idéologie ? Comment est-elle un outil politique (comme la transformation à l'Islamisme de l'Islam). Certainement, en présentant un mode de vie commun et en utilisant un langage commun. En conclusion, la structure communautaire démantèle avec les médias de masse, en particulier avec la télévision, les puissances des marchés et les espaces publiques, les puissances qui étayent et qui transforment une interaction entre l'Islam et la modernité.

Quant aux rapports entre l'Islam et la modernité, premièrement l'Islam se présente à la fois comme une communauté, une culture et un dogme. Les autres le voient

¹ Touraine, Alain ; Op. cit., p.339

² Mardin, Şerif et al (1); *Türk Modernleşmesi* ; İstanbul, İletişim yay., 2000, p.282-285

également ainsi et pour eux tous les aspects de la vie des peuples musulmans sont réglés par la religion.¹ L'Islam en tant que système d'idées, de croyances et de modes de pensée, contient un grand dynamisme.

CHAPITRE II- SEPARATION DE L'ESPACE PUBLIC ET DE L'ESPACE PRIVE DANS L'ORGANISATION COMMUNAUTAIRE ET L'ORGANIZATION SOCIALE

En premier lieu, il faut expliquer aux différentes fondamentales entre la communauté et la société pour qu'on puisse comprendre les relations entre la religion et la modernité. Essentiellement, les oppositions entre la communauté et la société, entre l'engagement communautaire et la rationalité individuelle, constituent une référence classique de la sociologie sous des formes variées. Nous retrouvons, à cette opposition entre la communauté et la société, dans les nombreuses analyses consacrées au changement social, en identifiant la communauté et la tradition, la société et la modernité. Par conséquence, la modernité et la religion (en tant qu'une structure communautaire) appuient sur une opposition insistée sur la relation entre la communauté et les sociétés dans la sociologie traditionnelle.

Pour Ferdinand Tönnies, le sociologue allemand, « la communauté (*gemeinschaft*) renvoie à la relation liant « ceux qui s'aiment » et « se comprennent », vivent ensemble et organisent leur vie commune construisant, entre eux, une solidarité naturelle et spontanée. »² A ce point, en définissant le mots « communauté », au lieu d'expliquer insistant sur les liens mécaniques, il est plus vrai expliquer avec les critères « la solidarité », « l'organisation sociale », « l'ensemble de valeurs partagées ».

Encore une fois, selon Ferdinand Tönnies, la société (*gesellschaft*), au contraire de la communauté, concerne un « group d'hommes qui ne sont pas liés organiquement,

¹ Laroui, Abdallah ; *Islam et Modernité* ; Paris, Découverte, 1987, p.171

² Tönnies, Ferdinand ; *Communauté et Société : Catégories fondamentales de la Sociologie Pure* ; Paris, Retz, 1977, p.15-16

mais qui sont organiquement séparés. » Elle s'apparente à « une somme d'individus naturels et artificiels dont la volonté et les domaines se trouvent dans des associations nombreuses et dont ils demeurent cependant indépendants les uns des autres et sans action intérieure réciproque. »¹ A ce propos, parallèlement à Ferdinand Tönnies, un autre approche détermine à la distinction entre la communauté et la société et ses relations intérieures, comme si : « dans le cas de la société, la relation est spécifique strictement liée à l'action immédiate. Dans le cas de la communauté, les relations diffusent, « organiquement », indépendante de l'action immédiate, mais s'inscrivant dans un contexte plus large et plus durable.² En conséquence, on peut montrer les ensembles modernes et traditionnels, comme un exemple aux définitions « communauté et société » de Tönnies. Au moment de cette opposition, aussi les différences entre la modernité et la religion se mettent en évidence plus claire. A ce point, on peut montrer comme l'exemple la compréhension religieuse à la compréhension de la communauté, la compréhension de la modernité à la compréhension de la société.

Si Fichter, sociologue catholique, met l'accent sur la particularité « sociale » de la religion en disant « la religion n'est pas simplement une relation personnelle entre l'homme et Dieu, mais aussi une entreprise conduite en commun par des êtres humains et institution aisée au cours des siècles. »³ En priorité, l'expérience religieuse qui s'établit, une à une, à la conscience des personnes, ensuite cette expérience religieuse se forme à l'entour de la conscience de communautaire (de groupe) au résultat d'exprimer et se partager réciproquement de cette conscience. Naturellement la religion, il faut qu'elle se mette en relations sociales pour pouvoir perpétuer à son existence et qu'elle puisse la continuer. Ainsi la socialisation de la religion et son appartenance à une société, elle signifie construire une communauté. Aussi, en conclusion, l'expression sociologique de la religion, avant tout, s'appuie à la particularité à sa construction d'une communauté ou d'un groupe précis religieux. Parce que chaque religion émerge et se propage dans un ensemble.

¹ Tönnies, Ferdinand ; Ibid, p.15-16

² Parsons, Talcot; The Structure of Social Action; New York, Free Press, 1968, p.691-697

³ Abbé, J. M. Jammes ; Sociologie et Religion : "La sociologie et le Phénomène religieux" ; Librairie arthème fayard Cahier no:25, Decembre, Paris :1995, p.31-32

En prenant tous les deux approches en considération, on réévalue les structures de communauté que la religion forme et les relations entre l'humaine et le Dieu réalise au niveau d'individuelle, mais ces relations, on les apprend dans une communauté, dans un ensemble. C'est-à-dire, les individus qui se rassemblent à l'entour des valeurs communes et le sens d'appartenance, forment les communautés religieuses et la continuité de ces ensembles dépendent à ces valeurs et à ces sens communes. C'est-à-dire, ce qu'il y a d'essentiel dans toutes les religions, c'est la communauté sacrée des croyants et le sentiment, qu'ont nécessairement tous les membres de cette collectivité d'être unis par une même foi et par un même culte.¹ Par conclusion, toutes les religions ont une particularité sociale dans cette structure collective. Elle appuie sur une relation entre le Dieu et l'homme, mais on est appris dans l'ensemble.

En parlant de la dimension sociale de la religion, Weber dit que « si le comportement religieuse est une affaire d'oraison, il n'est pas sociale. » On peut évaluer comme la sociale d'autant plus que l'oraison est seulement à un ensemble par exemple d'autant plus qu'un homme religieux s'adresse à son ensemble (sa communauté) et il influence les comportements des membres par les réactions rituelles.²

La prière avec un ensemble est très importante. Parce que la compréhension que la miséricorde et l'abondance (*la fertilité*) tombe sur un ensemble, une communauté, est dominante à toutes les religions. Aussi cela cause se former à une conscience collective parmi les membres dans la communauté. Selon Bryan Turner, la piété, la foi, la croyance et la conscience (*vicdan*) ne sont pas indépendantes des effets des facteurs sociaux. Comme il dit : « Quand la prière (*le culte*), le mythe, le rituelle, le divin et la communauté n'existaient pas, la piété individuelle abstraite perdrai et en voir de n'est jamais. »³ Une telle nécessité de vie communale et son partage cause à se former le lien d'une solidarité puissante dans la communauté. C'est pourquoi, « le sens d'appartenance (*aidiyet duygusu*) », « la conscience de nous (*biz bilinci*) » ou « l'esprit et la compréhension de communauté (*topluluk anlayışı*) », émergent dans la

¹ Nisbet, Robert; La tradition sociologique; Paris, PUF, 1996, p.305

² Turner, Bryan S. (1) ; Max Weber ve İslam: Eleştirel bir yaklaşım; Ankara, Vadi yay., 1991, p.87

³ Turner, Byran S. (2) ; Orientalism, Postmodernism and Globalism ; Londra, Routledge, 1994, p.56

communauté. La culture communale et la foi nourrissent une façon vivante à cette conscience collective. Dans la communauté sont dominantes les relations intimes, affectives et face à face. Les familiales traditionnelles, les clans, les tribus, les groupes de parentés, les sectes et les communautés religieuses sont exemples plus caractéristiques des ensembles d'espèce communauté.¹ En revanche, la société signifie les ensembles que les individus se lient avec les relations simples, avec les intérêts et avec les contrats. D'ailleurs, la société a une structure dynamique en dépit de la structure statique de la communauté. Aussi cette situation est une propriété caractéristique « de la société d'industrielle moderne ». A ce point, Herbert Marcuse, dans son ouvrage de « *l'homme unidimensionnelle* », il détermine que les sociétés d'industriels modernes sont « les sociétés qui sont une dimension unique. »

Tandis que l'expression sociologique de la religion, avant tout, se forme à la particularité de construction d'une communauté précise ou d'un ensemble religieux précis. Parce que chaque religion se forme et se propage dans un ensemble, dans une société. En conséquence, pour chaque religion, il est très important l'ensemble et les relations dans l'ensemble. D'après un autre point de vue théologique, les communautés religieuses, les groupes et les ensembles, sociologiquement, sont les systèmes sociaux et il y a les proches relations entre les ordres et les apparences des croyances et des pratiques religieuses dans une telle système sociale et les structures, les conditions sociale, économiques et culturelles.²

Il s'agit essentiellement d'une civilisation qui repose sur la correspondance entre une appartenance religieuse avec ses croyances, rites, pratiques et morales, et l'appartenance sociale des individus. Autrement dit, la communauté naturelle, délimitée par des liens familiaux une implantation géographique, une langue, bref une culture et la communauté religieuse s'y confondent. Le modèle en est certes celui de la paroisse rurale, isolée, autosuffisante, à l'économie simple : tous s'y connaissent, chacun y a sa place et y reçoit une identité qui lui vient de son origine familiale. La religion représente dans ce groupe ce qui soude la conscience collective en lui donnant les symboles de son unité et en fondant l'ordre qui lui permet d'affronter le

¹ Günay, Enver ; Din Sosyolojisi ; İstanbul, İnsan yay., 1998, p. 23

² Günay, Enver; Ibid, p.230

monde extérieur, l'étranger, le désordre. Mais les communautés religieuses sont inséparables d'un double processus d'organisation et d'institutionnalisation.

Les croyances proprement religieuses sont toujours communes à une collectivité déterminée qui fait profession d'y adhérer et de pratiquer les rites qui en sont solidaires. Elles ne sont pas seulement admises, individuellement, par tous les membres de cette collectivité. Mais elles sont la chose du groupe et elles en font l'unité. Les individus qui la composent se sentent liés les uns aux autres, par cela seul qu'ils ont une foi commune. Une société dont les membres sont unis parce qu'ils se représentent de la même manière le monde sacré et ses rapports avec le monde profane et parce qu'ils traduisent cette représentation commune dans des pratiques identiques.¹

L'individu vivant une forme forte et sensible aux relations parmi les humaines dans les ensembles de traditionnelles, il n'avait pas eu besoins des moyens qui servissent à participer ou à influencer les relations de production et les formations, les institutions sociales qui entourent à soi. En tant que la communauté est plus différentes que les notions d'une masse (*kitle*) et d'un foule (*yığın*), elle est un milieu que la production culturelle peut observer au rapport de cause et de conséquence (les valeurs, les normes, les rapports, les institutions...etc.).² La communauté ne constitue pas une relation sociale simple et primitive. Elle est à la fois complexe puisqu'elle associe d'une manière très fragile des sentiments et des attitudes hétérogènes; elle est apprise, puisque c'est seulement grâce à un processus de socialisation qui, en toute rigueur, n'est jamais achevé, que l'on apprend à participer à des communautés solidaires.³

Selon Mac Luhan, il devrait en résulter un retour au tribalisme, mais à l'échelon mondial. La société ouverte née de l'alphabétisation est ainsi menacée de disparition, et avec elle l'individualisme. Autrement dit, après que, l'individu s'est détaché du groupe, voici qu'il s'y réintègre, mais ce groupe ce n'est plus maintenant un petit

¹ Durkheim, Emile ; Les Formes Élémentaires de la Vie Religieuse ; Paris, PUF, 1994, p.60

² Güneş, Sadık ; Medya ve Kültür : Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı ; Ankara, Vadi yay., 1996, p.53

³ Boudon, R. et Bourricaud, F. ; Dictionnaire Critique de la Sociologie ; Paris, PUF, 1994, p.83

ensemble localisé ; cela société élargie aux dimensions de l'univers par les médias électronique.¹

Enfin, les médias n'ont pas, seulement, le pouvoir de faire transiter leurs messages par les réseaux déjà en place dans une société, mais aussi celui de créer de tels réseaux. D'une certaine façon les émissions télévisuelles sont susceptibles de produire la communauté même à laquelle elles s'adressent.² Par conséquent, les médias électroniques, en particulière la télévision, présentent une structure individuelle dans la société, mais au contraire, toutes les religions appuient à une structure communautaire. Les structures ensembles que les médias sont susceptibles de produire la communauté, sont très différentes par rapport à la compréhension communautaire religieuse. Mais, celle de la télévision appui sur un domaine électronique (*sanal*). Selon Richard Sennett, la communication électronique est l'une des outils qui cause à abandonner l'idée de vie communale. Les médias de masse d'un part accroissent les accumulations d'informations concernant les uns des autres des groupes sociales, d'autre part, empêcher à construction un lien réel direct.³ Par conséquent, pour les relations sociales, le lien social signifie deux choses, le lien parmi les individus et le lien parmi les différentes communautés constitutives d'une société. Si la communication consiste à établir quelque chose de commun parmi plusieurs personnes, la télévision joue un rôle dans cette réaffirmation quotidienne des liens rassemblent les membres d'une même communauté.⁴ Ainsi, les relations étant privées parmi les membres d'une religion transmettent au espace public par la télévision. Par conséquente, la religion qui apparaît dans l'espace public, est face à face une modification structurale.

A ce point, en premier lieu, il faut expliquer les notions « espace public » et « espace privé ». Parce que la religion qui appartient au espace privé et qui s'appui à l'intimité, elle divise au espace public par les médias, par la télévision.

¹ Mac Luhan; La galaxie Gutenberg; Aktaran: Cazeneuve, Jean ; Les Pouvoirs de la Télévision; Paris, Gallimard, 1970, p.61

² Dayan, Daniel et Katz, Elihu ; La télévisuelle Cérémonielle ; Paris, PUF, 1996, p. 17

³ Sennett, Richard ; Kamusal İnsanın Çöktüğü; İstanbul, Ayrıntı yay., 2002 p.363

⁴ Wolton, Dominique (1) ; Éloge du grand public : Une théorie Critique de la télévision ; Paris, Flammarion, 1990, p.139

- L'Espace Public et L'Espace Privé :

En générale, l'espace public est l'espace du peuple (public vient de *publicus*, qui, lui-même, vient de *populus*, le peuple, en latin). Dans ce sens, l'espace public est l'espace de tout le monde. En d'autres termes : l'espace de l'indistinction, est l'espace consacré à la vie sociale et non à la vie privée (individuelle ou familiale).¹ L'espace public est un lieu où se réalise la médiation entre l'Etat et la société civile ; c'est le lieu où se forme et s'exprime l'opinion publique. Dans les analyses qu'il a consacrées à l'évolution d'une maîtrise pratique du procès social d'institutionnalisation, il refuse l'idée selon laquelle les groupes de pression, l'élite technocratique et les médias puissent être la forme moderne de l'espace public. Il tente d'élaborer un espace public, ses conditions institutionnelles, qui permettra à la majorité des citoyens de prendre part à l'activité communicationnelle.²

L'espace public, historiquement, existe dans toute société démocratique et recouvre un domaine plus large que celui où la télévision intervient.³ La notion d'espace public, face aux transformations sociales et aux développements des médias, ne devient pas seulement centrale, mais acquiert une valeur normative. L'idée qu'il existerait des sites institutionnels au sein desquels une politique populaire prendrait forme par la participation active des citoyens aux processus politiques, devient essentielle pour toute conception d'une société idéale.⁴ A ce point, comme MC Phelon a dit, on peut parler de « l'espace public créée par les médias d'information et singulièrement par les formes télévisuelles, devenues dominantes, de traitement et de couverture des problèmes d'actualité. »⁵ En tant qu'une partie des activités quotidiennes de l'espace de vie, les médias fonctionnent comme « les formes de

¹ Lamizet, Bernard et al. ; Dictionnaire Encyclopédique des sciences de l'information et de la Communication ; Paris, Ellipses; 1997, p.231

² Lazar, Judith; Sociologie de la Communication de Masse, Paris, Armand Colin , 1991, p.39

³ Mercier, Arnaud; Le Journal Télévisé : Politique de l'Information et l'Information Politique; Paris, Presses de sciences Po, 1996, p.135

⁴ Dahlgren, Peter ; « L'Espace Public et Les Médias : Une nouvelle ère ? », dans Espace Publics en Image, Hermès 13-14, Paris, CNRS, 1994, p.244

⁵ Mc Phelon, John; « Selling Consent : the Public Sphere as a Televisual Market-Place », dans Peter Dahlgren and Colin Sparks, "Communication and Citizenship" ; Londra, Routledge, 1991, p.75

communication généralisant. » Les médias sauvent des obstacles de temps et de lieu, ils sont les outils qui créent les espaces publics qui donnent liberté ou autorité.¹

Les médias politique et journalistique sont réunis par une même vision de ce qui constitue l'espace public moderne de la télévision, le vecteur clé de la communication politique. Cet ensemble de croyances partagées autour du rôle social et politique majeur attribué à la télévision dans le fonctionnement démocratique, et de la recherche en centralisé médiatique de nombreux acteurs sociaux et politiques conduit à redéfinir une nouvelle conception de l'espace public.²

La personne observe pour les choses qu'elle veut confirmer, réfléchir, acheter dans l'espace public et ainsi elle s'exprime elle-même. Elle les fait avec un intérêt passif et non pas dans un processus d'interaction à tout ceci. En revanche, l'espace privée est un espace que les personnes peuvent être influencées directement. C'est-à-dire, l'espace privée est un espace où l'interaction est dominante, mais les rapports sont intimes.³ En conséquence, l'espace privée est l'espace de vie où les relations face-à-face sont intenses. La relation dans la famille est l'une des particularités caractéristiques de l'espace privé. Elles sont, religieusement, les espaces intimes. Ainsi le passage de la religion qui possède une structure traditionnelle et intime d'un espace privé à un espace public se réalise, au niveau individuel et organisationnel. Comme en Turquie, la religion entreprend les activités dans plusieurs domaines comme dans celui de l'organisation de banque, le tourisme, l'éducation et les médias montrent que l'intimité dans la communauté se transporte au espace public. Ce sujet sera traité plus en détail dans la troisième partie où on montrera comment la religion, l'Islam, apparaît dans le domaine des médias en tant qu'espace public.

En conclusion, il serait faux de dire que l'espace public et privée sont toujours en opposition. Parce que l'espace privée (l'espace intime), peut, de temps en temps posséder le pouvoir de se transformer en un espace public. Par exemple, les règles et

¹ Habermas, Jürgen; *The Theory of Communication Action*, Vol. I; Reason and The Rationalization of Society, Boston, Beacon, 1987, p. 586

² Mercier, Arnaud; *Op. cit.*, p.135

³ Sennett, Richard; *Op. cit.*, p.198

les valeurs islamiques précise les rapports dans les chaînes de radios¹ et de télévisions Islamiques.

CHAPITRE III : LES FONCTIONS SOCIALES DE LA RELIGION : LE CAS DE L'ISLAM

Naturellement, la religion est un fait social et avant tout, est l'ensemble des sentiments et un mode de vie. S'il faut donner une définition de la religion nous pouvons nous référer d'une part à, E. B. Taylor, anthropologue anglais, qui de celle-ci « la croyance aux êtres incorporels ». ² L'une des définitions les plus connues dans le monde des sociologues est probablement celle que donne Durkheim : « Une religion est un système solidaire de croyances et de pratiques relatives à des choses sacrées, c'est-à-dire séparées, interdites, croyances et pratiques qui unissent en une même communauté morale, tous ceux qui y adhèrent. » ³ D'autre part, Durkheim a dit que tout l'existence de la société, tout son ordre et toutes ses structures peuvent s'expliquer par la religion. Pour Durkheim, la religion est une communauté, une institution qui expose une manière petite de la société. ⁴ D'autre part, certaines définissent comme un ensemble de symboles, un système culturel. A ce point, pour Clifford Geertz, « la religion, c'est un système de symboles qui agit de manière à susciter chez les hommes des motivations et des dispositions puissantes, profondes et durables, en formulant des conceptions d'ordre général sur l'existence et en donnant à ces conceptions une telle apparence de réalité que ces motivations et ces dispositions semblent ne s'appuyer que sur du réel ». ⁵ Dans cette définition, Geertz, met l'accent sur les particularités fonctionnelles et symboliques de la religion et, avant tout, l'évalue comme un système culturel dans la société. Parallèlement à Geertz, Pierre Bourdieu précise aussi que la religion est un ensemble de biens symboliques qui

¹ Pour plus savoir, cf. à l'attrice "İslami Radyolar ve Spikerler" par Umut Azak, sous la direction de Nilüfer Göle, İslamın Yeni Kamusal Yüzleri, Metis yay., 2000:İstanbul, p.93-109

² Günay, Enver; Op. cit, p.196

³ Durkheim, Emile ; Op. cit., p.65

⁴ Mardin, Şerif (2) ; Din ve İdeoloji ; İstanbul, İletişim yay., 1999, p.47

⁵ Rivière, Claude ; Socio-anthropologie des Religions ; Paris, Armand Colin, 1997, p.16

concernent l'espace du sacré. Sur ces biens s'exerce un pouvoir de définition, production et reproduction de la part d'un groupe de spécialistes du sacré.¹

La religion cesse, dans la société, d'être le langage total de l'expérience humaine, elle continue d'être un élément nécessaire de la société du futur : paradoxe dont Durkheim sort en projetant ce que pourrait être une « religion de l'homme », « alternative fonctionnelle à la religion traditionnelle », selon W. Pickering, à travers laquelle pourraient continuer de s'exprimer, de façon symbolique et métaphorique, les relations de l'individu à la société, et les relations de la société à elle-même.²

L'un des éléments les plus importants d'une religion est la structure commune contenue dans la conscience et dans l'identité collective. C'est la raison pour laquelle, la protection d'esprit de collective est très importante. D'après Danièle Hervieu Léger, sociologue française, la religion décline parce que le changement social entame la capacité collective de créer des idéaux : La crise des idéaux défait les liens sociaux. Cependant, cette situation n'est pas la fin de la religion, mais la transformation et la modification de la religion.³

La religion qui devient une structure d'ensemble et qui signifie un ensemble, avant tout, se fonde, une à une, sur la conscience des individus. Aussi dans l'Islam, la responsabilité religieuse, appartient-elle aux individus rationnels.⁴ L'Islam en tant que système d'idées, de croyances et de modes de pensée, comporte un grand dynamisme. Mais il serait faux de considérer l'Islam uniquement comme religion, parce que l'Islam exprime une vie sociale au lieu d'une croyance. Les valeurs et les règles islamiques déterminent et orientent les formes de vie des musulmans dans chaque domaine (jusqu'aux relations avec les hommes, les styles de vêtements.) En conséquence, l'Islam présente une identité collective aux musulmans. L'Islam politique qui a rassemblé ses acteurs en appuyant sur une telle conscience collective dans sa structure communautaire, se dirige en même temps vers l'exercice d'un

¹ Acquaviva, Sabino et Pace, Euzo ; La sociologie des religions ; Paris, Cerf, 1994, p.61

² Hervieu-Léger, Danièle ; La religion pour Mémoire, Paris, Cerf, 1993, p.39

³ Hervieu-Léger, Danièle ; Ibid, p.39

⁴ Günay, Ünver ; Op. cit., p.210

langage politique moderne parmi ces acteurs. Ainsi, il faudrait que les acteurs appartiennent aux espaces publics de la modernité et qu'ils possèdent les médias de masse. Cette situation, c'est-à-dire entrer dans un tel processus de modernisation et s'ouvrir à l'espace public, redéfinit la structure communautaire de l'Islam et son identité collective. Par conséquent, cette situation présente une apparence paradoxale par rapport à sa structure traditionnelle. En particulier, elle essaye posséder les médias de masse avec l'économie de marché. Cette attitude est le signal de la modification structurale de la communauté. Et cette modification est vers une structure sociétale que ses identités et ses consciences collectives individualisent et que les membres atomisent au contraire de la structure communautaire. A ce point, il s'agit là d' « une dynamique islamique individualisée. » C'est-à-dire, la conscience collective et l'identité collective qui se forment réciproquement avec les médias de masse et avec le développement de la technologie, sous cette apparence collective, elles transforment, tout à fait, une conscience individuelle et une identité individuelle. Encore une fois, dans ces processus, les acteurs du mouvement d'Islamique ont accru leurs différences et leurs apparences dans l'espace public. En plus, les nouveaux espaces publics dont on a expliqués les modes vies Islamiques, ont commencé à se former. Ainsi, les nouvelles espaces de communication Islamique (la presse, la radio, la télévision islamique), les systèmes d'opérations de banque exempte d'intérêt (sans intérêt) et les nouvelles modes de consommations aussi bien dans la mode que dans le tourisme comme l'exemple « Hôtel de Caprice¹ », ont commencé à se former. D'une part, l'islam offre des occasions aux espaces économiques, politiques, culturels et médiatiques, mais d'autre part, elle s'efforce de tenir les frontières idéologiques qu'elle a créées. En bref, elle présente un discours (une idéologie) qui ne s'enveloppe pas dans un conservatisme à une structure modernisée ayant un pouvoir économique, qui contient sa critique dans elle-même. C'est-à-dire la religion perpétue, dans les médias de masse, des entreprises commerciales, en même temps en protégeant aussi sa structure idéologique. Avec cette apparence publique, la religion est transportée en un espace public plus vaste par les médias de masse qui présentent une structure moderne.

¹ Pour plus savoir, cf. « Mücahit Bilici, « İslamı'nın Bronzlaşan Yüzü » dans « İslamın Yeni Kamusal Yüzleri » sous la direction de Nilüfer Göle, İstanbul, Metis yay., 2000, p. 216-236

Selon Nilüfer Göle, l'islam créé, dans les milieux qui ont accès à l'éducation, à l'économie de marché et aux médias privés (commercial), crée ses classes moyennes, à ses élites professionnelles, ses entrepreneurs et ses intellectuelles travaillant dans la société pluraliste et ouverte. Pourtant les politiques islamistes visent à protéger les frontières en tâchant de restreindre ce processus participant.¹ C'est-à-dire, il s'agit d'un paradoxe dans sa compréhension du communautaire; soit prendre place dans une société ouverte, soit tâcher de se restreindre sur soi-même. En un mot, pour ces mouvements religieux, en ce qui concerne la communication (*tebliğ*) de la religion, les espaces publics qui sont les plus importantes et dont la religion pourrait en profiter, sont les espaces de communication. Parce que cet espace donne la possibilité d'exposer des communications, à l'instant, beaucoup plus rapidement. Le but de communication (*tebliğ*), et de représentation (*temsil*) dans la tradition orale de l'« Islam » (lire Kur'an, raconter les contes,...etc.) avec les médias de masse (notamment la télévision), commencent à gagner une nouvelle apparence. Mais, cette situation avance avec quelques paradoxes. La structure conservatrice de la communauté qui existe dans toutes les religions existe aussi dans l'Islam. Donc, comment celle-ci peut-elle utiliser activement ces outils pour diffuser sa pensée puisque ces derniers transforment la structure ? Ou, au contraire, les médias de masse, utilisées seulement à des fins religieuses, comment renforcent-ils les liens de l'ensemble ? Il apparaît ainsi une situation paradoxale. Un des principes fondamentaux dans la compréhension de la communauté islamique est l'esprit de « la miséricorde (*rahmet*) qui tombe toujours sur la communauté », est la fondation. Une telle compréhension est très importante pour les activités de la communauté et pour la communication de « face à face ». Et cette communication avance dans le processus d'« action réaction ». C'est-à-dire, la réponse qui donne à la parole dite, est importante dans l'Islam et les autres religions.

¹ Göle, Nilufer (1) ;Op. cit., p.156

CHAPITRE IV- L'ISLAM EN TURQUIE

D'abord, pour cerner le propos d'Islam et pour rendre intelligibles les rapports complexes entre l'Islam et le système politique en Turquie, il faut prendre en considération la situation de l'autonomie et, à ce point, éviter de tomber dans les erreurs économique et politique. L'Islam ne constituant pas un phénomène social simple, ne peut être expliqué, ni dans un seul champ d'activités ni par un seul facteur déterminant et on ne peut pas étudier le phénomène religieux d'une façon isolée en ignorant les autres éléments sociaux. Dans la société Turque, l'Islam entretient des rapports d'interdépendance aussi bien avec le système économique qu'avec le système politique ou social.

L'Islam était aussi un puissant facteur d'intégration sociale. L'idéologie religieuse, en mettant Dieu au centre de son discours, permettait à chaque individu de se reconnaître en tant qu'un membre de la communauté de Dieu, de l'*umma*. De plus, cette idéologie assurait la reconnaissance entre les membres de l'*umma* qui agissaient et pensaient de la même façon ; Ce qui faisait l'unité et l'homogénéité de la société ottomane qui apparaissait comme une communauté. L'*umma* procurait à l'individu un refuge et des solutions (souvent mystiques et religieuses) à ses problèmes individuels.¹

Durant l'histoire de République Turque, l'Islam a occupé une place importante. Le droit islamique (*Shariat*) était dominant même pendant les premières années de la République (1926). Puis avec la constitution de la République c'est l'approche laïque qui se met en place dans l'administration du pays. Mais, le lieu et l'importance des valeurs Islamiques ont toujours été protégés dans la vie sociale et politique.

En somme, connaître le phénomène religieux est indispensable pour la compréhension de la société politique en Turquie.

¹ Ağaoğulları, Mehmet Ali; L'Islam dans la vie politique de la Turquie ; Ankara, pub. Université d'Ankara, 1982, p.19

Section I- L'islam sous l'Empire Ottoman :

La base de la société Ottomane et l'idéologie dominante de l'Empire était l'islam et on avait fait de l'islam une idéologie au service de l'ordre établi. Sous l'Empire, l'islam était la doctrine d'un Etat théocratique où le pouvoir temporel et le pouvoir spirituel se confondent pour former une unité inséparable. L'Empire ottoman était organisé suivant les principes islamiques et toutes les institutions étatiques étaient soumises au « Coran » et à la « shariat », les lois islamiques. Le passage par la force du titre de « khalife » (chef suprême des musulmans, *Halife*) aux sultans ottomans en 1516, a fait que le pouvoir temporel et le pouvoir spirituel appartiennent à une seule personne. L'entrée officielle de l'islam dans la structure étatique, n'était réalisée qu'en 1876 par la première Constitution.¹ Vers dernière la phase de l'Empire, à coté de cet islamisme il y a une montée d'un nationalisme turc. Ainsi on veut construire une conscience nationale turque dans la période après 1908. Ce nationalisme de Turc, on est expliqué en s'appuyant sur un esprit laïc ou un islam à la turque.

D'après l'autre point de vue, l'histoire moderne du peuple Turc est contenue dans ces deux mots : réformisme et pluralisme religieux. Depuis le début du XIXe siècle, l'Empire ottoman témoigne en effet d'une étonnante capacité à réformer ses institutions et à transformer sa société, en alliant la tradition coranique à la pensée européenne : c'est à Istanbul que le monde musulman inaugure son siècle des Lumières. Puis, au début du XXème siècle, sous l'impulsion de Mustafa Kemal, futur Atatürk, l'Empire stupéfie l'Occident en devenant une république laïque.²

¹ Ağaoğulları, Mehmet Ali; Ibid, p.14

² Zarcone, Thierry; La Turquie moderne et l'islam; Paris, Flammarion, 2004

http://www.francoisxavier.net/articles/turquie_moderne_islam.html, visiter le 21.08.2004

**Section II- De la fondation de la République
à la période du multipartisme :**

Avec la fondation de la République, le processus de laïcité s'accélère. On abolit la *shariat* (Şeriat) et on crée de nouvelles lois. On restreint d'abord l'éducation religieuse et ensuite on l'interdit. Jusqu'en 1926, c'est la shariat qui organisait les affaires familiales et l'héritage. Mais, face aux réactions des communautés chrétiennes et juives, on met en application après 1926 une nouvelle loi qui prenait exemple sur « Loi Civilisée en Suisse ». ¹ En outre, le deuxième article de la Constitution de 1924 qui est la première Constitution de la République, commençait avec la phrase « *la religion de l'Etat de Turquie est l'Islam* ». Mais, avec une décision qui est prise par le parti de la République, ce décret est retiré de la Constitution. ² Ainsi, il est pris l'une des décisions les plus importantes à propos de la laïcité. Mais, l'importance et l'effet de l'Islam sur la vie politique encore a continué et continue toujours d'exister.

Avec le passage de la Turquie au multipartisme, le recours à l'idéologie religieuse de la classe politique ne se fait pas comme un choix arbitraire pour répondre aux aspirations populaires. Il s'agit, pour des politiciens, d'accorder leurs discours idéologiques à l'idéologie implicite présente dans les masses. ³ Dans cette période, il y avait deux partis politiques dominants : le Parti Républicain du Peuple et le Parti Démocrate. Ainsi, dans le champ politique, l'Islam devient le principal critère qui différencie ces deux partis l'un de l'autre. Ceci amène leur désaccord politique sur le point de leur conception respective de l'Islam. Chacun des deux partis se définit et définit son adversaire selon sa propre interprétation de la religion et de la religiosité, et il mène sa lutte politique sur le terrain religieux. C'est-à-dire, soit par un discours idéologique religieux (PD), soit par un discours idéologique laïc ou « anti-religieux » (PRP). ⁴ Les relations qui s'installent entre le pouvoir et les courants religieux sont

¹ Ahmad, Feroz; *Modern Türkiye'nin Oluşumu*; İstanbul, Kaynak yay., 1999, p.100

² Lewis, Bernard; *Modern Türkiye'nin Doğuşu*; Ankara, TTK, 1988, p.275

³ Ağaoğulları, Mehmet Ali; *Op. cit.*, p.226

⁴ Ağaoğulları, Mehmet Ali, *Op. cit.*, p.227

Section III- L'Islam politique depuis les années 1980 :

La Turquie qui a commencé les années 80 par une intervention militaire, entrait un nouveau système économique et politique dans la période où ANAP (*le Parti de la Mère Patrie*) a gagné aux élections de l'année 1983. On a commencé à une transformation aux années après le coup d'Etat au 12 Septembre 1980, c'est le début d'une transformation avec le paquet du « 24 Janvier les dispositions de stabilisations économiques ». Avec le processus de passage à « l'économie de marche libérale » qui commence à cette date, d'une part le système politique de la Turquie entrait dans une forme opprimante, restrictive et antidémocratique, d'autre part il entrait dans une recherche de discours idéologiques orientée vers l'hégémonie.

Le parti de la Mère Patrie (*Anavatan Partisi, ANAP*) a gagné aux premières élections politiques générales (6 Novembre 1983) faite après la Constitution de 1982 est entré en vigueur. Et ainsi le premier gouvernement d'Ozal a commencé à exercer à partir de décembre 1983. Le but fondamental des politiques appliquées avec l'édification du gouvernement d'Ozal a été d'accélérer et de compléter le passage à l'économie de marché.¹ Ce but est visible ouvertement dans les plans de revèlements suivants. En outre, l'une des particularités de cette période le constat des effets de la mondialisation économique. Cette situation est une particularité structurale de la modernité. De plus, à la même période, une nouvelle vision de « nouvelle droite » dominante dans les gouvernements de Thatcher en Angleterre et de Reagan aux Etats-Unis est mise en application en Turquie par Turgut Özal (au chef de la Partie de Mère Patrie). Ainsi, on aura harmonisé structurellement « le nouvel ordre mondial ».

Dans cette période le nouveau système économique changeait beaucoup de choses. D'une part, un élargissement de façon à contenir aussi les nouvelles classes sociales, d'autre part, une nouvelle culture Islamique et la culture de cinéma (Hollywood), de télévision et de consommation importée de l'Occident se sont développées côte à côte

¹ Tokgöz, Erdinç ; Türkiye'nin İktisadi Gelişme Tarihi: 1914-1997; Ankara, İmaj yay., 1997, p.178

et les unes dans les autres. En outre, une nouvelle bourgeoisie, d'une culture synthétique critiquée « d'arabesque » et symbolisée par la famille Özal est née.

Avec cette nouvelle culture, l'Islam a commencé à s'institutionnaliser et à se politiser dans le cadre économique et politique. D'une part, le nombre des écoles « Imam Hatip » et des cours de « Kur'an » ont accru rapidement. Les communautés Islamiques qui ont profité de cette situation, ont commencé à participer activement à la vie politique. A ce point Mübeccel Kıray, sociologue turque, explique cette montée de l'Islam politique après les années 1980, par les interdictions politiques et la fermeture des partis politiques après le coup d'Etat du 12 Septembre 1980. Durant cette période, les communautés et les sectes Islamiques ont accompli les fonctions de ces parties politiques. D'autre part, l'Islam a commencé à s'institutionnaliser dans les domaines économiques comme « l'organisation de banque, l'éducation, le tourisme, les centres commerciales...etc. » Ainsi l'Islam est transporté à l'espace public et sa structure traditionnelle se modifiaient avec la culture occidentale dominante dans plusieurs domaines. De cette manière, la modernisation observée dans le monde entier, influençait aussi la religion, une institution traditionnelle. Cette situation a causé en même temps les différenciations dans l'Islam. C'est-à-dire que les valeurs et les lois Islamiques ont été comprises, présentées et interprétées différemment par les groupes différents. Ainsi, des acteurs différents ont apparu dans l'espace public sous une l'identité Islamique. C'est-à-dire, il s'agit de concepts, d'acteurs, de groupes différents et de mouvements Islamiques différents.

Section IV- Les mouvements Islamiques dans la Turquie actuelle :

L'approche des mouvements sociaux accentue aux dimensions actuelles, en conséquence le caractère dynamique des mouvements Islamiques. Il détermine les voies de la demande collective et de la redéfinition de l'identité de Musulmane. En outre, il considère comment les élites et l'intellectuelle ont compris et commenté la religion et la tradition, le laïcité et la modernisation. Les théories de mouvements sociaux prétendent que tous ceux-ci appartiennent au domaine culturel, mais en même

temps, sont une source de changement fondamentale.¹ A ce point, le point de départ des mouvements islamiques est les sectes. Les sectes ont été les outils fondamentaux qui fassent parvenir aux masses les lois et les valeurs religieuses jusqu'à la période de l'Islamisme moderne. Et les sectes ont occupé une place importante à la vie politique et sociale de l'Empire Ottoman.

Avec la République, ces sectes sont été, une à une, fermées. Juridiquement, les sectes et les ordres religieux sont interdits par les lois datant de l'époque d'Atatürk. Mais, ils n'ont jamais disparu, et ils subsistent en tant qu'institutions religieuses semi-illégales. Dans cette période, les mouvements religieux propagent leurs idées au moyen de la presse.

Les mouvements Islamiques actuels en Turquie, ont émergé dans les années 1950 et ont commencé à grandir après 1980. La montée politique des mouvements Islamiste est suivie par celle de nouveaux groupes à l'échelle sociale, et par leur participation accrue à la vie sociale.

L'une des institutions qui est la plus influencée par de la modification apparente des années 80 en Turquie, est la religion. Dans cette période, on est commencé à interroger ouvertement les notions de « la modernisation, le progrès, la civilisation » dans la religion. Les intellectuelles Musulmans qui sont les porte-parole de l'idéologie Islamiques, refusent à l'égalité que les élites modernistes de la civilisation occidentale se sont formées entre « la moderniste et l'occidentaliste. » Ainsi, ils ont commencé à soutenir un style de vie Islamique comme une alternative au style de vie moderne.² Et ils ont appelé ce style de vie comme « alternative » plutôt qu'islamique. Par exemple, les styles d'éducation alternative, les styles de vêtements alternatifs, les noces alternatives, les médias alternatifs présentant les regard alternatives...etc.

¹ Johnston, Hank et Klandermans, Bert ; « The Cultural Analysis of Social Movement », dans Social Movement and Culture. Aktaran :Nilüfer Göle (1) ;Op. cit, p.21-22

² Azak, Umut ; "İslami Radyolar ve Türbanlı Sipikerler", sous la direction de Nilüfer Göle (3), Op. cit., p. 94

Nilüfer Göle, explique que la montée de cette classe « élite d'Islamiste moderne » a anéanti le caractère du Musulman « traditionnel, passif, ignorant » de l'idéologie Islamiste officielle.¹ En conclusion, le mouvement Islamiste recrée collectivement l'identité musulmane effacée des mémoires par le modernisme et la fait réapparaître en tant qu'acteur social.

Ces mouvements islamistes se formaient autour des communautés Islamique présentes. Avec l'apparence publique de l'Islam et sa politisation dans l'espace public, les communautés religieuses et les sectes ont commencé à obtenir une structure légale et transparente. Le plus important c'est que cette transparence et légitimité préparent le terrain à une tendance de sécularisation en établissant une interaction entre les institutions religieuses et les domaines civils de la politique.² En d'autres termes, l'Islam a commencé à s'affairer dans de nombreux domaines en s'étendant de l'économie à la politique. A l'époque, les principaux acteurs du mouvement Islamique étaient les femmes. Car c'était à travers les femmes que se reflétait symboliquement cette évolution : de part leur style d'habillement moderne et leur apparence dans l'espace public, elles affichaient une apparence plus moderne en comparaison avec leur style traditionnel. Ce style de vie moderne s'exposait le plus souvent grâce à cette apparence dans l'espace public de la femme voilée. Ce sont au premier abord, les médias qui ont transféré ces acteurs Islamiques dans l'espace public. Ces acteurs sont quasiment partout, ils se présentent comme des éditorialistes, des présentateurs d'émissions radiophoniques, des animateurs etc."

Par conclusion, on peut résumer les groupes Islamique qui apparaissent dans les années 1990 comme : le plus nombreux « le secte Nur et la communauté de Gülen dépendant du secte de Nur (à proximité de quatre million membres), la communauté d'Iskender Paşa (près de une million membres), la communauté d'Erenköy (près de cent mille membres), le sectes d'Nakşibendi et la communauté de Menzil dépendant du secte de Nakşibendi. En outre, on peut ajouter à ces groupes les Süleymancı, les Işıkcı, le groupe d'Icmal... etc.³

¹ Göle, Nilüfer (2); Modern Mahrem, Medeniyet ve Örtünme ; İstanbul, Metis yay., 1992, p.88

² Bayramoğlu, Ali; Türkiye'de İslami hareketler ; İstanbul, Patika yay., 2000, p.239

³ Bayramoğlu, Ali; Ibid, p.239

CHAPITRE V- L'ISLAM ET LA MODERNITE :

Les systèmes d'interprétation fondés sur des oppositions telles que le traditionnel et le moderne, l'Islam et l'Occident, le réactionnaire et le progressiste, ne parviennent pas à donner sens à la réalité hybride et complexe. A ce point, d'après Nilüfer Göle l'Islamisme a créé les nouvelles hybrides entre la religion et les communautés (et les sectes), entre la laïcisation et la religion, entre la modernisation et la tradition soit dans les formules idéologiques soit dans les pratiques sociales.¹

Les religions sont avant tout des constitutions importantes qui sont fondées sur les valeurs de la communauté dans le domaine culturelle et le style de vie qu'elles présentent s'en élevant à la fondation de la communauté. Par conséquent, les situations modernes (en outre, on peut dire les situations postmodernes) qui prennent le sujet au centre à mesure que les individus arrivent à la religion par la voie de l'encouragement du sens communautaire, en même temps, accroît au besoin des espaces et des outils que les religions et les mouvements religieux s'expliquent leurs mêmes. De cette manière, toutes les religions et tous les mouvements religieux légitiment leur place dans la situation présente avec le droit, chacun, son style de vie transformée à une culture.² Cette situation exposée entre la modernisation et la tradition, c'est-à-dire la création d'une mode de groupes Islamique, la construction des groupes capitaux islamiste et l'entrée dans le domaine des médias, sont un exemple concret des constatations de Nilüfer Göle. En résumé, L'Islamisme, en critiquant soit la structure traditionnelle de l'Islam soit la modernité et son résultat et en même temps en acceptant, expose une synthèse. C'est-à-dire, les mouvements Islamiques exposent aussi la forme d'une modernisation culturelle, en même temps en présentant un Islam politique. En conséquence, la modernité ne supprime pas tout à fait la religion. Seulement, elle la modifie structurellement. Voire, la définition d'Alain Touraine, qui dit que « la société la plus moderne n'est pas une société qui est une plus insensibilité qui a échappé de la domaine de sacré. Au contraire, elle peut mieux faire continuer aux résistances à l'opposé de la rupture du monde religieuse, de

¹ Göle, Nilüfer (1) ;Op. cit., p.107

² Sarıbay, Ali Yasar; Postmodernite, Sivil Toplum, Islam; İstanbul, İletişim yay., 1994, p.11

la vérification de l'objet et du effondrement des identités collectives ou individuelles.»¹ En outre, pour la définition de Max Weber, la modernisation s'appuie en principe sur une rationalisation sociale. En conséquence, la rationalisation de la religion signifie qu'elle est interrogée et est critiquée. Ainsi les éléments traditionnels de la religion se modifient avec une telle rationalisation.

Le processus de modernisation, les valeurs fondamentale et même « le turc » ont été redéfinies à la lumière de la civilisation occidentale. La modernité occidentale, en constituant des valeurs rationalistes et positivistes ainsi que des valeurs libérales fondées sur l'individu, a transformé les relations communautaires soudées de croyances religieuses et traditionnelles pour aboutir à un champ plus hétérogène, différencié et pluraliste. La modernité turque, en revanche, qui ne reconnaît guère d'espace autonome à l'individu, à la société civile, à l'économie du marché, en dehors de l'Etat, s'est constituée à partir des principes de civilisation et de nationalisme. En bref, la modernisation turque ne s'est pas effectuée à partir de la force créative et entreprenante de la société civile, qui aurait elle-même été édifée sur la base de la différenciation et du pluralisme.² Par conclusion, on retrace les limites du privé et de l'intime, de l'extérieur et du public avec cette modernisation.

CHAPITRE VI- ISLAM ET L'ESPACE PUBLIC :

L'Islam a commencé à apparaître rapidement dans l'espace public à la période après 1980. Aussi cette apparence publique insistait sur les symboles Islamique. Et ces symboles étaient exprimés par un langage moderne, puis qu'il fallait s'harmoniser avec ce milieu pour qu'elle puisse poursuivre son existence dans le monde modern. Dans un tel milieu, l'Islamisme symbolisait plusieurs particularités du monde modern avec les concepts, les noms, les outils Islamiques. Et elle les préparait à la consommation. Ainsi, les acteurs Islamiques ont commencé à apparaître dans les plusieurs domaines jusqu'au politique de l'économie.

¹ Touraine, Alain ; Op. cit., p.341

² Göle, Nilufer (2);Op. cit., p.153

A partir de ceci, Abdulrahman Arslan¹ constate que, les musulmans se sont institutionnalisés dans plusieurs domaines avec la République. En résumé ces domaines sont comme suivants ;

1. L'espace politique : du Parti Démocrate au Partie de la Prospérité (actuellement au Parti de la Justice et du Développement, AKP)
2. L'espace de l'éducation: des écoles « İmam Hatip » aux collèges Islamiques
3. L'espace économique : des institutions de capitale Islamiques aux biens immobiliers
4. L'espace des médias : des journaux Islamiques aux radios et aux télévisions

Depuis l'année 1983, c'est-à-dire avec le processus de passage à la démocratie, les citoyens simples, les acteurs politique, les intellectuelles laïques ont commencé à se disputer sur les thèmes de l'identité, de la démocratie, de la laïcité dans les milieux médiatiques comme les panels, les audiences publiques et les talk-shows. On peut dire que, d'un part l'espace public se divise du discours d'Etat officiel, d'autre part le discours public s'islamise, à tout au moins les thèmes propres au discours, identité et morale Islamique sont transporté dans l'espace public déterminé avec un discours laïc jusqu'à aujourd'hui.² En particulier, avec les diffusions de radio et de télévision commerciales après 1990, dans un tel espace public, la différence entre la personne « civilisée » et la personne « Musulmane » correspond à cette espace corporel de l'implicite où se forment les premières démarcations et les premières stratifications sociales.

En 1996, avec le gouvernement de coalition dont l'un des partis était le Parti de la Prospérité (*Refah Partisi*), le discours Islamique et les thèmes de femmes ont été transférés à l'espace public et à l'ordre du jour de la politique turque. Voire les médias de masse développés, en particulier les médias électroniques tels que la télévision, le radio, l'Internet) ont varié et ont accéléré à ces discours. Désormais, les Musulmans participaient de plus en plus à l'information d'un modèle de consommation dominant à la société. Aussi en tant que le résultat de cette dernière, la

¹ Arslan, Abdulrahman (1) ; « Seküler dünyada Müslümanlar »; Birikim, Temmuz 1997, sayı 99, p.32

² Göle, Nilufer (3) ;Op. cit., p.20

communication des discours traditionnels de l'islam se légalisait. Ensuite, la publicité islamique est apparue sous des formes de consommation islamiques. Par exemple, de nos jours, le voile de la femme musulmane se symbolise en modifiant le niveau du sens traditionnel. En même temps, la femme musulmane entre dans un domaine de consommation différente de celle séculaire. Donc le voile ne peut pas échapper d'être un moyen en entrant à l'espace public. Entre autre, la participation à l'espace public, comme la femme et l'homme, résulte seulement avec que la musulmane en apparaît. Cette participation transforme qualitativement l'intimité en renforçant la religiosité dans la famille. La compréhension du privé (de l'intimité au sens religieux) accélère l'aliénation et prend la place de la compréhension d'intimité que l'islam définit traditionnellement. Ainsi cette situation cause l'individualisation de la musulmane dans une apparition collective.¹

Par conclusion, la politisation de l'islam transporte la morale, l'esthétique et les acteurs islamiques dans l'espace public. Et, ainsi elle espère devenir une puissance dans cet espace. Mais, la structure traditionnelle et le point de vue de la religion modifiait en renforçant la religion et en accroissant sa puissance.

CHAPITRE VII- LE CAPITAL ET LE CHAMP ECONOMIQUE : LE CAPITALE ISLAMIQUE

Dans la période après 1980, la société turque, qui a fait connaissance avec la puissance de l'argent et de nouvelles formes de consommation, est à la recherche d'un nouveau code de comportement.

Toutefois, à ce point-là, il ne faut pas exclure le fait que la vie commerciale active dans le monde islamique de l'époque, a eu un certain effet sur le développement des commentaires islamiques individualistes. Dans les années 1980, il a été constaté que, les musulmans ont participé aux processus dynamiques et séculaires de l'économie avec de nouvelles institutions financières qui portaient des associations islamiques.

¹ Arslan, Abdurrahman (2); *Modern Dünya da Müslümanlar*; İstanbul, İletişim yay., 2000, p.195-196

Le profit que ces institutions gagnent, et les travaux économiques qu'elles pratiquent, causent l'entrée du capital arabe en Turquie.

Dans cette période, Turgut Özal, en modifiant « les lois de l'opération de banque », a facilité l'entrée du système de « Financière turque » de l'opération de banque Islamique sous le nom des « institutions de finance privée » avec la décision du « Conseil de Banque » compté 83/7506 et daté 16.12.1983. En s'appuyant sur ce décret, à dater de l'année 1985, les premières institutions financières privées pratiquant « l'opération de banque sans intérêt », ont apparu en 1985 (avec l'avant-gardisme des capitalistes dans les pays d'Arabe). Les premiers exemples à ces institutions sont Al Baraka Türk A.Ş. et l'Institution de Faisal Finans A.Ş.¹

En participant à ce processus, les Musulmans ont découvert trois concepts importants de forme de vie moderne et le monde moderne: la mode, le profit, la marque. La mode et la marque, n'étant pas légal dans la vie musulmane, sont fondamentalement des concepts étrangers. Mais, ils sont de plus en plus entrés dans la manière de vivre Islamique.² Ainsi, la structure individualiste de la modernité appuyée sur l'économie de marché libérale s'est formée une nouvelle structure de communauté et une nouvelle solidarité de communauté au contraire de la structure traditionnelle de l'Islam. Avec les pratiques de marché libéral, la capitale Islamiste est entrée dans domaine des médias. Comme pour tous les autres groupes de capitales, les médias de masse n'étaient pas plus différents que les autres domaines d'investissements pour les groupes de capitales Islamiste. Mais les domaines de médias en particulier les médias électroniques, ont paru comme un domaine profitable. Les activités des groupes de capitales dans les domaines de presse et de médias électroniques sont soutenu, sont financée par ses autres institutions en particulier par ses banques.³ C'est-à-dire, les médias sont un domaine qui apporte un profit. Mais, celui-ci, ne signifie pas toujours un profit matériel. Il peut être de temps en temps un profit idéologique.

¹ Tokgöz, Erdinç ; Op. cit., p.187

² Arslan, Abdurrahman (2); Op. cit., p.190

³ Kars, Neşe ; « Televizyon, Sermaye ve Haber »; Yeni Türkiye: Medya özel sayısı, Eylül-Ekim:1996, yıl 2, sayı:11, p.504

En conclusion, on peut observer l'Islam dans plusieurs domaines de la politique de l'éducation, aux médias de l'économie. On montre les éléments et les valeurs islamiques par une présentation, s'appuyant sur les symboles. C'est-à-dire que la religion modernisée et transportée à l'espace public, attribue plus d'importance à la présentation qu'à la communication. Par contre, la religion au sens traditionnel donne une place privilégiée à la communication dans la communauté.



DEUXIEME PARTIE:
LES MEDIAS DE MASSE

On ne saurait nier le rôle prédominant des moyens de diffusion appelés médias dans la vie et l'évolution des sociétés modernes. La presse écrite est d'abord entrée en jeu et son influence, reste encore très vive, d'autant plus que les techniques d'imprimerie ont réalisé de grands progrès. Mais les journaux quotidiens, magazines et revues subissent la concurrence des médias électroniques audiovisuels. Ces derniers, occupent maintenant une place de plus en plus grande dans l'existence quotidienne des individus et des familles. Enfin, bien que la radio soit encore un moyen puissant d'information, d'éducation et de distraction, c'est incontestablement la télévision qui modifie le plus profondément nos mœurs, nos comportements, nos usages.¹ De nos jours, la télévision a un rôle important. Il s'agit de parvenir plus rapidement à l'information, que les autres médias. D'abord, la télévision est plus efficace que la presse et la radio pour recueillir des informations à l'échelle locale, nationale et internationale. A ce propos, d'après plusieurs recherches quantitatives, la télévision en tant que source fondamentale de l'information est en tête de liste. D'après Abercrombie, la plupart des connaissances des téléspectateurs proviennent des informations télévisées.²

Parmi les médias de masse, la télévision occupe, à partir de la seconde moitié du XX^e siècle, une place de choix, tant par sa diffusion que par son utilisation et par la confiance globale qu'on lui accorde. Le public a d'abord utilisé la télévision comme le complément d'une information venue de la presse ou de la radio. Il s'agissait de voir, de visualiser, de façon plus approfondie, des événements dont on avait pris connaissance par ailleurs, parce que leur nature visuelle imposait de regarder la télévision pour en avoir une représentation précise. La diminution continue de la lecture de la presse écrite place l'information télévisée dans une situation nouvelle,

¹ Balle, Français et al.; Dictionnaire Critique de la Communication; Tome 2, Paris, PUF, 1993, p.113

² Abercrombie, Nicholas; Television and Society; Cambridge, Polity Press, 1996, p.55

puisque la télévision tend à devenir premier, voir unique source d'information pour nombre des individus.¹

En partant de tout cela, il y a plusieurs théories de base qui servent à comprendre le processus de la communication. Ces approches théoriques ont cherché à démontrer comment la communication de masse peut restructurer les dispositions culturelles et sociales, c'est-à-dire les règles et les codes établis dans la société, son langage et la relation parmi les individus. Les perspectives théoriques développées dans les approches critiques sur les médias de masse, acceptent à l'unanimité que la puissance des médias est idéologique. Toutefois, aussi la conception de l'idéologie a les particularités distinctives. Les médias de masse, d'après les approches structurales, sont les systèmes qui produisent et forment le sens ; d'après les approches économie politique, ils sont déterminantes idéologiques ; d'après les approches culturelles forment les produits de populaires et la conscience de publique.

En s'appuyant à la problématique « comment les contenus des émissions sont déterminées ? » point de départ de la recherche, la démarche tâche de construire un cadre de la théorie structurale. C'est la raison pour laquelle, d'abord, il faut parler des points de départs fondamentaux de la théorie.

CHAPITRE I : LES APPROCHES STRUCTURALES ET LES ETUDES DE MEDIA :

D'abord, il faut séparer le structuralisme en deux approches différentes : l'approche structuraliste générale et l'approche structuraliste de la dernière temps. On peut parler d'Auguste Comte, Herbert Spencer, Emile Durkheim, Radcliffe-Brown comme exemple **aux approches structuralistes générales**. Selon ces structuralistes, la structure sociale est rendue pareil à la structure organique et que les parties de la structure sociale expliquent d'elles-mêmes. C'est à dire, la partie ne signifie pas le tout. Auguste Comte explique de cette manière; « ...de même qu'une surface de

¹ Mercier, Arnaud ; Op. cit., p.108

géométrique ne peut pas être réduite à des lignes ou une ligne à des points, de même une société ne peut pas se réduire aux individus.»¹ L'importante différence qui distingue des approches structuralistes de la dernière période aux approches structuralistes générales, est les persistances de la recherche d'une structure « secrète » ou « profonde » qui est derrière des images visibles des phénomènes sociaux. Ce point de vue est expliqué ouvertement par Godelier. Godelier définit l'approche structurale ainsi; « ...ce que nous devons faire, c'est de découvrir et de rechercher, avec les nouvelles méthodes, aux figures, aux fonctions, aux manières de construction et à l'hierarchie de la structure sociale, ses apparitions et ses disparitions et la réseaux des causes invisibles qui les lie parmi eux.»² Par conséquent le structuralisme, accentue sur les causes des événements et des situations sociales. Lévi-Strauss qui est l'un des représentants du structuralisme de la dernière période, considère sur le concept de « structure » qui influence, en générale, aux formes des idées. En soutenant et de temps en temps en critiquant, il explique l'espace social en partant de la construction du langage. A ce sujet, il considère particulièrement les structures textuelles. Et dans l'analyse du texte, l'élément le plus important est le « langage ». De ce point-là, le structuralisme assure la lecture d'un texte et d'une culture indépendante qui compose le texte. Par conséquent, les sens donné au texte sont plus importants. Les sens apparaissent durant le processus de l'interaction entre le texte et le téléspectateur, l'auditeur et le lecteur. A ce point, les éléments qui sont le plus importants, sont les structures qui donnent un sens aux textes. Par conséquent, en partant de cette dernière, il sera plus vrai de poursuivre la recherche dans le cadre de l'approche structuraliste de la dernière période.

Les approches structuralistes dans le domaine de média considèrent les systèmes de signification et de représentation et ce processus. En plus, avec le Marxisme qui augmente son influence de plus en plus et qui interroge les modèles du pouvoir pluraliste dans la société, ces modèles deviennent plus consistants dans la structure de l'organisation des médias dans la société. Par conséquent, les médias de masse ne sont pas indépendants des systèmes organisés dans le cadre des approches marxistes

¹ Bottomore, Tom et Nisbet, Robert; « Yapısalcılık » dans Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi; İstanbul, Ayraç yay., 1997, p.557

² Bottomore et Nisbet, Ibid, p.592

sur les medias, qui critiquent les institutions comme étant liées à la structure de l'autorité dominante.¹

Pourtant, d'après les études critiques sur les médias de masse dans les approches structurels, on a constaté que les organisations des médias ont des propriétés qui caractérisent d'autres organisations industrielles de grande mesure. Les propriétaires sont les structures hiérarchiques, la division du travail, la différenciation de rôle, les buts organisés sont convertis aux pratiques politiques et organismes précis, les principes de responsabilité et de communication, déclarées ouvertement, poursuivent et représentent la structure hiérarchique générale. Sur ce point, on met surtout l'accent sur structure intérieure de l'organisation et des formes de comportements en tant que facteurs qui influencent l'organisation au-delà des propriétaires (partiellement), des firmes de sponsor, des clients, des sources de l'information.² Par conséquent, le facteur fondamental, qui influence la genèse et les formes de comportement dans cette structure est un regard idéologique qui est indépendante. Althusser accentue ce point de vue en disant que l'idéologie signifie le thème et les représentatifs qui assurent la relation entre les personnes et la vie réelle. D'après Althusser, les medias de masse continuent leurs activités sous la domination de l'idéologie des médias, à ce point, ils sont des appareils idéologiques de l'Etat.³ Parce que les produits des médias sont présentés par les textes qui reflètent l'idéologie indépendante. Par conséquent, avec l'alliance de l'approche d'Althusser et la linguistique, les études structurales fondées sur les textes des médias en préférant étudier sur les relations institutionnelles ont exposé un domaine théorique pour les analyses détaillées des textes. En partant des effets sur la structure idéologique des textes de média, il a considéré sur les lectures de texte. La lecture des textes, en même temps signifie une analyse idéologique de la structure. Dans ce point-la, la sémiologie porte une grande importance. La sémiologie est une forme du structuralisme et selon John Fiske, c'est une approche théorique pour les études de communication. Dans le centre du domaine d'intérêt fondamental de la sémiologie se place «l'indicateur». Les recherches sur les

¹ Curran, James et al., İletişim Araçları Üzerine Çalışma:Kuramsal Yaklaşımlar (trad. Meral Özbek), Ankara, Ankara Üniversitesi yay., 1990, p.245

² Curran, James et al., Ibid, p.238

³ Althusser, Louis; Devletin İdeolojik Aygıtları, İstanbul, İletişim yay., 2000, p38.

indicateurs et sur leurs types des études se nomment « sémiologie ». ¹ La sémiologie contient l'analyse du système des indicateurs symboliques, n'importe quel type. Elle examine le sens idéologique ou associatif. Elle fait l'analyse qualitative des contenus du texte de média en tant que un tout structurel. Car, le texte est un tout structurel et dans les analyses sur les textes la méthode qualitative est plus importante que la méthode quantitative. ²

Section I- Les fonctions des Médias :

L'information joue, en particulier dans les sociétés post-industrielles (ou comme Max Weber a dit « légales bureaucratiques »), un rôle spécifique. Ce rôle satisfait une attente en confiant à des spécialistes le soin d'élaborer les matériaux qui permettront de donner sens à l'environnement des individus. ³ Avec la technologie qui se développe, les moyens de posséder et d'atteindre les informations ont prit de l'importance. Dans les sociétés développés, on a commencé à atteindre à d'une manière plus rapide, plus facile et plus influente l'information avec les outils de médias électroniques (comme la radio, la télévision, l'Internet).

En conclusion, les outils les plus importants des sociétés d'information sont les média de masse. En outre, ils sont les outils qui transforment rapidement la structure sociale. Il s'agit là d'un flux d'information intensif sur la masse. Par conséquent, le point de vue qui est dominant, donne une direction à ce flux d'information. C'est a dire, les medias ne reflètent aucun phénomène et aucun événement social objectivement. De plus, il n'est pas possible théoriquement de refléter un événement social comme l'impartialité un même forme. Chaque phénomène publiée et diffusée par les medias de masse, sont influencés premièrement par la structure, par la technologie et par l'image du outil. Surtout chaque phénomène est forme par le point de vue de l'outil de lui-même. Car, de nos jours, avant tout les medias de masse ont un pouvoir idéologique. De plus, chaque phénomène est compris et est commenté différemment

¹ Fiske, John; İletişim Çalışmalarına Giriş; İstanbul, Ark yay., 1998, p. 62

² Erdoğan, İrfan et Alemdar, Korkmaz; Öteki Kuram: Kitle İletişim Yaklaşımlarının Tarihsel ve Eleştirel bir Değerlendirmesi; Ankara Erk yay., 2002, p. 375

³ Sorlin, Pierre ; « Les Journaux Télévisés Européens Face à Leurs Publics » ; Sous la direction de Jean-Pierre Esquenazi ; La Télévision et ses Spectateurs ; Paris, Harmattan, 1995, p. 128

par les individus (les lecteurs, les auditeurs, les téléspectateurs). A côté des particularités individuelles et environnement, les habitudes mentales imposées par les medias aussi sont des facteurs fondamentaux qui déclarent comment on a compris et commenté ces messages envoyées. Mais c'est qu'est important c'est comment les structures de média composent le sens présenté.

Adorno anticipe et prédit l'un des ressorts les plus utilisés de l'information télévisée moderne. Grâce à l'informatique, le format, la structure et le rythme de lecture de la page imprimée se sont en effet imposés. Mais pour Adorno, en tant qu'image, l'écriture par l'image est un moyen de régression parce qu'elle met à la disposition du téléspectateur modern des images archaïques. Étant donné qu'il n'y a aucune profondeur dans ce type d'écriture, et aussi qu'il correspond à des modèles d'un comportement conformiste imposé par ceux qui le contrôlent, le vocabulaire de l'écriture par l'image n'est rien de plus qu'un ensemble. Cette écriture électronique, unie à la rapidité avec laquelle apparaissent et disparaissent les images, accroît le pouvoir sur le téléspectateur en l'empêchant d'exercer son moi conscient.¹ Ainsi, les médias électroniques tâchent de déterminer les choix idéologiques et sociaux, aux usages de consommation, aux demandes, aux croyances, aux formes de vie des individus par les dominantes mentales.²

L'un des effets des media de masse est l'effet de manipulation. En général, on suppose une manipulation fondamentalement l'utilisation, les fonctions et la présentation des médias de masse. On peut parler d'une manipulation qui contient une fonction idéologique dans l'effet plus simple des medias.³ Longtemps on a évoqué leur pouvoir manipulateur sur l'opinion publique. En particulier, la presse était accusée de façonner les cerveaux.⁴

A côté des effets et des fonctions de la direction des medias sur les masses, l'une des fonctions la plus importante, est « l'acteur de représentation ». C'est-à-dire, on

¹ Vilches, Lorenzo ; *La télévision dans la vie quotidienne (État des savoirs)* ; Rennes, éd. Apogée, 1995, p.88

² Sadık Güneş, Op. cit., p.46

³ Güneş, Sadık; Ibid, p.166

⁴ Barrat, David ; *Media Sociology* ; London, Routledge, 1986, p. 19

estime que les médias de masse aident à la genèse de la société pluraliste. Autrement dit, la particularité représentative des médias aide la création des conditions ou des pensées alternatives et les points de vues.¹ Mais de nos jours les médias de masse présentent une structure totalitaire au lieu d'exposer, de composer et de protéger cette compréhension pluraliste. Au lieu de présenter des points de vue différents, il présente le point de vue de celui qui est dominant. C'est-à-dire, il représente la compréhension idéologique qui possède les médias de masse. En conclusion, comment obtient-il le pouvoir de la direction, d'influencer la masse, et d'être « l'acteur de représentation » en face des masses?

Section II- La télévision en tant qu'une source d'information :

Quant à la télévision qui est plus importante et efficace que les autres médias et à ses fonctions sociales, son rôle social ne se limite pas à la mise en forme d'acte de communication. Il tient aussi aux contenus des messages diffusés. Notamment en matière de mœurs et de modes de vie, la télévision s'inscrit dans des débats sociaux souvent houleux.² Le point de vue idéologique que la télévision possède dans le système de l'économie libérale est exposé à ses téléspectateurs par les contenus de messages.

La télévision est un outil audiovisuel par définition. Toutefois, l'image et ce qui serait sa valeur informative propre restent l'élément identificateur pour les journalistes. La télévision a une place beaucoup plus dominante dans la vie quotidienne de la société que les autres médias. Parce que, de nos jours, la télévision et les autres médias, grâce à leur caractère de recevoir rapidement et facilement à l'information, sont des outils qui symbolisent la modernité.

¹ Curan, James; "Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme (Mass Media an Democracy: A reappraisal) ; Medya, Kültür, Siyaset ; sous la direction de Süleyman İrvan, Ankara, Ark yay., 1997, p.177

² Mehl, Dominique ; La télévision de l'intimité ; Paris, Seuil, 1996, p.203

Pour les théoriciens de l'école de Francfort, comme un instrument plus efficace d'une domination culturelle et politique parmi les médias de masse, la télévision constitue cependant un puissant outil d'information et de communication si tant est que l'on puisse mieux l'utiliser et que les instances qui la gouvernent s'ouvrent à la pluralité des courants de la société. L'existence d'un système télévisuel sous le monopole a longtemps conforté les associations dans l'idée qu'il pouvait y avoir un « bon usage » de la télévision. Selon Adorno, la télévision, telle qu'elle est, y contribue pour une bonne part. Plus le monde se réalise parfaitement en tant qu'apparence, moins cette apparence laisse entrevoir son caractère idéologique.¹

L'idéologie de la télévision se propage moins à travers des émissions concrètes que par le système spatial de visionnement mettant le téléspectateur en contact avec le média. Pour la critique culturelle, la nature esthétique de la télévision est déjà une façon de produire de l'idéologie. Ainsi, à la télévision, la miniaturisation du format rend difficile l'identification avec le héros d'une série et le téléspectateur doit accomplir un acte de sublimation esthétique afin de jouir des images de ses personnages en miniature. Mais cette miniaturisation même des objets sur l'écran permet au téléspectateur de s'appropriier ce qu'il voit et d'en devenir maître.²

D'après un autre point de vue, le rôle de la télévision est de contribuer à cet équilibre en évitant deux écueils. Ces écueils, d'abord celui d'être trop général, avec pour conséquence la perte d'identité collective des téléspectateurs ou à l'inverse, ensuite celui d'être trop individualisant, au risque de faire disparaître les facteurs qui transcendent l'individualisme pour replacer celui-ci dans le cadre de la communauté.³ A ce point, Dominique Wolton détermine une thèse sur la télévision : « La télévision est aujourd'hui l'un des principaux liens sociaux de la société individualiste de masse ».⁴

¹ Guyot, Jacques ; « La Représentation des téléspectateurs » sous la direction de Jean-Pierre Esquenazi ; Op. cit., p.47

² Vilches, Lorenzo ; Op. cit., p.86

³ Mehl, Dominique ; Op. cit., p.137

⁴ Wolton, Dominique (2) ; Penser la Communication ; éd. Flammarion, Paris:1997, p.97

Sous-Section I -La télévision et l'individu :

L'un des propos qui sont exposés dans les approches critiques sur les médias, est la conviction que les humains s'individualisent et s'aliènent par les médias. D'après les théoriciens de l'école de Francfort, ceux-ci s'aliènent et s'individualisent sociologiquement avec les médias dans une société de masse. Certes, aussi l'individualisation et l'aliénation, ne sont pas un seul facteur, mais ont plus d'effets. A ce propos, en particulier Adorno insiste sur l'expérience aliénante du téléspectateur en mettant l'accent sur la forme même de la communication télévisée.

A ce point d'abord, il faut expliquer la notion « aliénation ». En générale, Marx définit l'aliénation comme la privation de l'être humain des outils qui lui permettent de survivre. Avant tout, la particularité la plus importante de l'aliénation est l'individualisation des humains. Et cette dernière est l'une des particularités caractéristiques de la modernité. A ce propos Michel Foucault dit que l'autorité moderne individualise les êtres humains. De cette manière, l'autorité moderne en individualisant l'homme, peut le surveiller facilement et ainsi peut les dominer (par exemple, on surveille un enfant à l'école, le malade à l'hôpital, le coupable dans la prison, un fou dans la maison des fous, un soldat dans l'armée.)¹ De nos jours, Horkheimer évalue cet individualisme comme un résultat du capitalisme. Il est donc un outil du capitalisme. On peut parler des médias qui apparaissent comme plus efficace à l'individualisation et l'aliénation des hommes. Ces derniers les utilisent pour obtenir l'information.

De cette manière, les médias de masse se dirigent vers les individus dans la masse et ils les adoptent en leur donnant une nouvelle identité. De plus, ils dirigent les individus à propos de comment il faut faire et qui faut-il être. Et cela cause l'atomisation de l'individu dans la société. Par conséquent, avec ces médias de masse, les individus s'aliènent. En outre d'après les représentants de l'école de Frankfort, les sociétés capitalistes modernes portent la qualité de la masse sociale. Les individus

¹ Foucault, Michel; Hapishanenin Doğuşu; Ankara, İmge yay., 2000, p.28

face aux médias de masse (les écouteurs, les auditeurs, les téléspectateurs) adoptent directement les idées présentées, en revanche ils en parlent encore moins. Par conclusion, les individus forment de plus en plus les masses qui pensent les mêmes choses, qui sont aliénés à leurs idées. C'est à dire les médias de masse font diminuer la participation des individus à ce processus de communication.

La télévision, peut former une compréhension collective autour du sens collectif en s'appuyant sur des informations présentées. C'est-à-dire les téléspectateurs ne peuvent se réunir qu'autour des idées présentées à eux. Cette compréhension collective est présentée par les messages envoyés. Ce message collectif vise l'opinion publique, espère éclairer, faire évaluer les mentalités sur des questions d'intérêt général. Il attribut un sens social à l'expérience privée par les messages. Mais, si on estime ces messages envoyés par une approche critique surtout par l'approche d'hégémonie développée par Gramsci, on peut dire qu'ils contiennent la compréhension de pensée de la structure dominante. Celles-ci sont considérées comme naturels et ils ne sont pas placés par la force ou par la pression. Au contraire, ils sont placés indirectement par les liens entre la fonction normale des routines média, et les médias de masse et les autres centres de pouvoirs.¹ Cette compréhension dominante est présentée directement ou indirectement parfois par l'Etat parfois par des groupes capitaux qui possèdent les médias de masse.

Sous-Section II- Les journaux télévisés et ses discours :

L'un des types des émissions télévisées, sont les informations qui ont un plus grand effet sur les individus. Selon Nicholas Abercrombie, les informations télévisées, parce qu'ils ont un plus haut statut et une plus haute apparence publique dans les industries de télévision qui sont en concurrence au sens économique et politique, sont très importantes.² Par conséquent, les informations télévisées ont un effet direct sur les individus au niveau économique et politique, parce que, la pensée qui détermine

¹ Shoemaker, P. et Reese, D. S. ; « İdeolojinin Medya Üzerine Etkisi », Medya, Kültür, Siyaset, sous la direction de Süleyman İrvan, Op. cit., p.117

² Abercrombie, Nicholas; Op. cit., p.55

le flux d'information et du contenu du texte, est dominante à la chaîne. Cette manière de pensée est parfois l'idéologie de l'Etat, parfois l'idéologie de l'entrepreneur libérale. De ce point-là, Althusser indique que les medias sont les appareils idéologiques de l'Etat et dit que les medias sont sous l'effet de l'idéologie dominante. Mais cette idéologie étant dominante est entrepreneurse libre aux systèmes économiques libérale. C'est-à-dire, les appareil idéologiques de l'entrepreneur libre.

D'après les études qui analysent l'information sous l'angle économique et politique et qui révèlent ce concept par les relations dans la structure politique, l'information est évaluée comme « un objet politique » pour protéger et renforcer la puissance économique et politique que l'on possède. Selon Roger Fowler, « l'information est un produit mais n'est pas un phénomène naturel qui apparaît, directement et soi-même, de la vérité. L'information qui produit par une industrie, est un résultat, un produit. Elle est formée par les relations entre la structure économique et bureaucratique de cette industrie et des autres industries. La plus importante de ces relations est d'abord les relations dans l'Etat, et puis les relations entre les organisations politiques. En conséquence, l'information forme et reflète les valeurs qui sont supérieurs dans le contexte d'historique. »¹ Alors, comment la télévision obtient-elle et protège-t-elle cette puissance?

D'après les approches de critiques économiques et politiques, les informations télévisées n'ont pas une structure entièrement indépendante. Car les renseignements présents par les émissions télévisées, sont formés par la structure économique et par la compréhension idéologique des chaînes. Dans le processus idéologique, les informations ont une valeur stratégique dans la représentation et dans la composition idéologique de la vérité. Les outils les plus actifs de la composition de cette structure idéologique sont les textes de l'information préparée et les discours utilisés dans ceux-ci. Certainement en fonction de celui-ci, les images informatiques aussi possèdent une grande puissance dans le renforcement de cette idéologie et de cette compréhension. Il existe beaucoup de puissances qui contrôlent les étapes de préparations et de présentation des informations. C'est-à-dire qu'il y a beaucoup

¹ Fowler, Roger ; *Language in the News* ; London, Routledge, 1991, p.222

d'éléments qui influencent les informations préparées comme les firmes de sponsor et des propriétaires des médias.

Glasgow University Media Group (GUMG) explique que les informations télévisées sont avant tout des messages produits possédés et acceptés par la majorité de l'ensemble culturel et formant des structures culturelles. Et il accentue être face à face avec une production indirectement assez de haut degré des journalistes, des angles du camera, des invites qui vont venir jusqu'aux questions qui vont être posées. En conclusion, la structure idéologique de la chaîne a un grand effet direct et une grande puissance pendant ce processus. Et il y a des « gate keeping » qui contrôlent chaque étape pendant la préparation de l'information. Selon Medialink Primary Industries News Service, le processus de construction des journaux se réalise de cette manière:

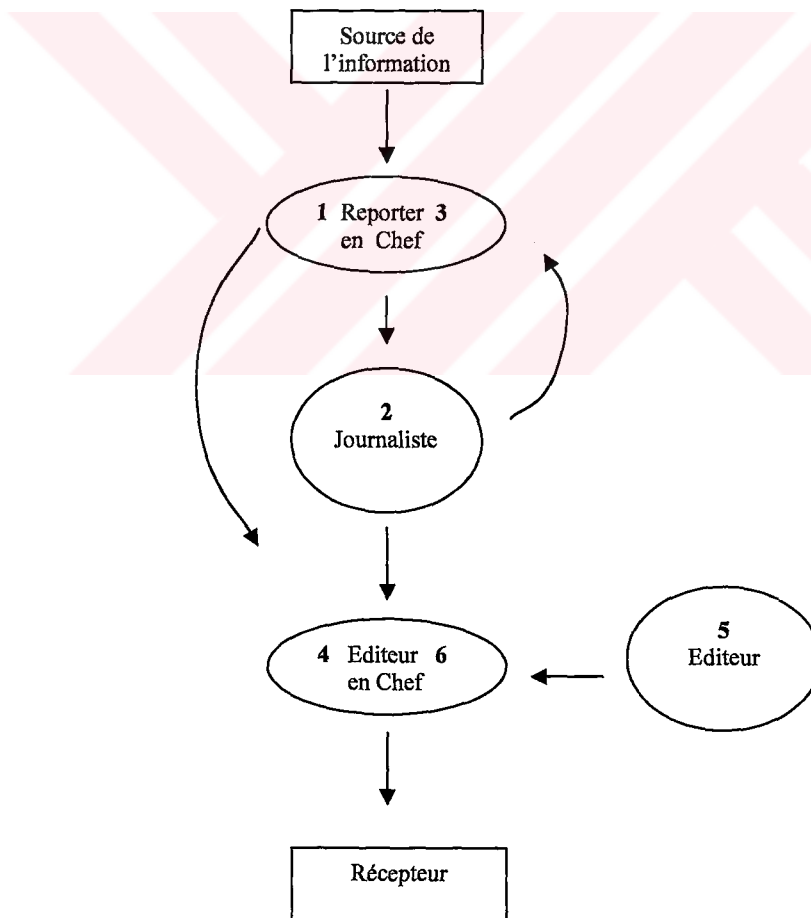


Figure I: La construction d'une information (Source: Allain Bell ; The Language of News Media ; Blacwell pub., 1991, UK)

L'information est contrôlée, plusieurs fois, par les éditeurs (*gate keeping*) jusqu'à son arrivée à l'écran de la source. Certainement, sur ce point, il est important de savoir par qui sont orientés les éditeurs. En conséquence, cette situation vérifie les approches critiques.

Quand au concept le « discours », on observe deux concepts du « discours » différents dans les théories sociales : D'un côté, on expose en ouvrant un domaine qui explique la relation entre la langue et l'idéologie, de l'autre côté on évalue en tant qu'une approche alternative face aux problèmes de la théorie idéologique comme le concept central des tendances du poststructuralisme, du postmarxiste et du postmodernisme.¹ Quand on regarde sous l'angle des études de médias, le concept du « discours », en évaluant avec l'idéologie, assure des points de départ en affichant le rôle de la construction des textes sociaux des médias.²

Evidemment, les médias de masse obtiennent cette puissance en s'appuyant sur quelques symboles. C'est-à-dire, l'idéologie est basée sur des symboles. A ce point-là Volosinov qui est le fondateur de l'approche de l'idéologie sémiologique, explique la relation entre l'indicateur et l'idéologie dans son œuvre nommée « *Marxism and the Philosophy of language* » ; « N'importe quelle production idéologique n'est pas une partie de la réalité de soi-même. La production idéologique reflète une autre réalité hors de soi-même. Toutes les choses idéologiques appartiennent à l'émetteur. Elle présente, décrit ou remplace des choses hors de soi-même. Autrement dit, c'est un indicateur et il n'est pas possible qu'une idéologie existe sans indicateur. »³ Par conséquent, la télévision qui est un outil audiovisuel, présente à l'idéologie, en utilisant et en s'appuyant sur les symboles. Les messages qui sont envoyés aux téléspectateurs par les émissions de télévisions et par les informations télévisées, contiennent les discours qui accentuent le point de vue économique et idéologique des chaînes. En plus, la densité et fréquence de ces messages envoyés sont importantes. Car, la puissance et l'effet des informations de télévision permettent de pouvoir

¹ Barret, Michel ; *The Politics of Truth: Ideology from Marx to Foucault* ; Oxford, Polity Press, 1991 (Dursun Çiler, *TV haberlerinde İdeoloji* p. 46)

² Dursun, Çiler ; *Ibid*, p.46

³ Dursun, Çiler; *Ibid*, p.47-48

renouveler les mémoires ou le pouvoir d'atteindre le renseignement. Par exemple, Kemal Gülen, directeur du service d'information de « Samanyolu TV », dit qu'une des principes fondamentaux de la chaîne est la répétition de l'information. Elle permet de renforcer l'idée fondamentale que l'on veut imposer.

En conclusion, en se référant à cette dernière, on peut soutenir avant tout que les informations ont un discours explicatif de la structure. L'organisation visuelle et orale a un grand rôle sur la formation de cette structure. A ce point-la, le discours idéologique utilisée effectivement aux informations télévisées, est observé de plusieurs angles. Des angles de la camera jusqu'au flux des informations, des musiques choisies jusqu'aux mots utilisés et à la durée réservée aux informations. En conclusion, cette présentation idéologique est complétée par des images, par des textes et par des musiques que l'on utilise. Ce qu'on attend du téléspectateur, est de leur donner un sens en les reliant ensemble. De plus, cette présentation est si forte que le message est interprète par le téléspectateur tel qu'on l'entend.

CHAPITRE II- MÉDIAS ET RELIGION :

Encore une fois, il faut expliquer en resume, les médias sont un symbole de modernité. Les religions symbolisent le monde traditionnel. Mais, de nos jours, les médias répondent relativement bien à certaines caractéristiques de la modernité. Ils peuvent avoir un rôle de conscientisation et d'autonomisation de l'individu notamment en lui permettant de développer un regard critique sur la société. A la fois, le produit et le vecteur de la modernité, les médias de masse sont, sur plus d'un point, des figures paradigmatiques du monde moderne. Dès lors, examiner la façon dont se nouent les relations entre les médias et la religion, contribue à une réflexion sur la modernité. A ce point, il faut déterminer les distances entre la culture des médias et la culture traditionnelle. Parce que la culture de médias émerge avec la modernité.

Premièrement, selon la compréhension Wébérien, la culture de medias est prise en main comme une structure intellectuelle qui accentue les propriétés distinctes d'une

image sociale qui n'existe pas en réel. Tandis que Hans Mathias Kepplinger différencie d'abord « la culture médiatique » et « la culture réelle »; La culture réelle est définie comme une culture indépendante. Tandis que le medias utilise les propriétés de la culture réelle en la recréant, en la modifiant et en la reformant. La culture médiatique est vue comme une répercussion et une reformation de la culture réelle. Kepplinger définit la culture médiatique comme un ensemble des signes que les médias de masse ont donnés dans une durée précise. La culture médiatique est la vie quotidienne que les médias de masse ont créée et exprimée.¹

On peut définir la culture médiatique comme l'opposition de la culture traditionnelle. Ce concept qualifie une culture qui transmet de générations en générations les compréhensions traditionnelles dans l'histoire et qui est liée par des premières expériences qui sont dominantes à la conscience culturelle des individus.² La culture traditionnelle est en rapport avec la transmission directe des expériences et des discours parmi les générations. Celles-ci peuvent être transmises par le medias de masse aussi. Seulement, dans cette situation il faut que les symboles et les images que le medias présentent, ne contrarient pas avec les formes du comportement que la culture traditionnelle représente.

Les symboles de la culture traditionnelle ont une permanence comme la propriété. Elle est liée par une longue durée et elle se partage en se transmettant de génération en génération. Les symboles de la culture traditionnelle sont cérémoniels et s'appuient à la répétition. Le principe fondamental est la permanence, la fermeté et la stabilité. Les cultures traditionnelles ont protégées leurs valeurs contre la déformation, la transformation et la modification. Essentiellement, ces symboles visent les valeurs et les compréhensions traditionnelles. Tandis que les symboles de la culture médiatique sont réformistes et ils s'appuient sur un changement permanent. Les nouveaux symboles sont construits sur les ruines des anciens. Leur principe fondamental est le changement, le réformisme et la transparence. Les cultures

¹Lundby, Knut and Ronning, Helge ; « Media-Culture-Communication : Modernity Interpreted Through Media and Culture », sous la direction de Lundby, Knut and Ronning, Helge ; Media and Communication ; Norwegian University Press, Oslo:1991, p.259 (Medya, Kültür, Siyaset ; Süleyman İrvan, Op. cit., p. 19

² Lundby, Knut and Ronning, Helge ; Ibid, p.21

médiatiques atteignent facilement les nouveaux téléspectateurs et elles changent superficiellement les valeurs.¹ En général, la culture est la familiarité avec un système de signes, la capacité de se mouvoir et de s'orienter sans contre sens successifs dans le réseau qu'ils constituent. Cependant, en tant qu'un exemple à la culture traditionnelle, la culture religieuse aussi, est une familiarité acquise, mais qui se renouvelle sans cesse, avec les systèmes de signes par lesquels les religions se manifestent.² La culture religieuse, transmet la religion en tant que culture, une compréhension attentive des systèmes de signes produits par l'attitude religieuse dans le cadre d'une tradition. Le message religieux a pu constituer dans les sociétés anciennes un système de référence. Il en constitue encore de cette manière, dans une société contemporaine, mais en utilisant, plus la communication de masse, les moyens de modernité : sur la télévision, la radio, la presse, l'Internet...etc. L'autre point le plus important auquel il faut attirer l'attention est le fait que la culture des médias est la culture qui est partagée par tout le monde dans un espace public. La culture traditionnelle est au contraire, la culture qui est partagée seulement par les membres de groupes dans un espace privé.

En générale, à propos des relations entre les médias (notamment la télévision) et la religion, deux thèses sont proposées. D'abord, les grands événements offerts par la télévision ne sont pas simplement des « cérémonies que l'on aurait télévisées », des rituels dont l'image serait diffusés. Il faudrait plutôt, suivant une suggestion de Christian Metz, parler des cérémonies télévisuelles, c'est-à-dire d'une ritualisation qui affecterait l'exercice même du discours télévisé. Par ailleurs, il n'y pas de performance rituelle sans un public convaincu des non-futilités des gestes qui se déroulent ; un public qui réponde à la performance proposée par sa propre performance, n'existe pas. Face aux événements à vocation cérémonielle diffusés par la télévision, on voit souvent apparaître un tel public. Attribuer à la télévision le pouvoir de construire un nouveau type de cérémonies, puis celui de susciter une véritable participation du public, revient à dire que la télévision peut, dans certaines conditions, jouer un rôle qui est quasiment un rôle d'homme religieux.³ En partant de

¹ Lundby, Knut and Ronning, Helge ; Ibid, p.22

² Boespflug, François et al. ; Op. cit., p.142

³ Brèchon, Pierre et al. ; Médias et religions en miroir ; Paris, PUF, 2000, p.246

cette dernière, d'après Williams E. Biernatzki «la télévision en tant qu'une institution, de nos jours, elle remplace la religion, parce qu'elle augmente sa valeur en expliquant les choses par rapport à la religion dans le monde universel.¹

Par conclusion, les mondes religieux, avec leurs symboles, leurs fêtes, leurs récits, leurs images, leurs concepts fondamentaux, leurs modes de vie et leurs apparences publiques, s'intègrent dans le système global de signification qui leur donne un sens. C'est-à-dire, la culture religieuse, comme la culture médiatique s'appuie sur les signes avec les messages religieux ou les messages médiatiques. Mais cependant, une observation de communauté, premièrement, nous permet de remarquer des différences assez importantes dans la manière de considérer et d'apprécier les médias. De ce fait, les représentations des médias et de la communauté religieuse dans la société contemporaine ne sont pas disjointes, mais profondément connexes. Par exemple, quand on observe les formes de communication dans la religion ou les institutions traditionnelles et les formes de communication dans le monde moderne, ils se différencient.

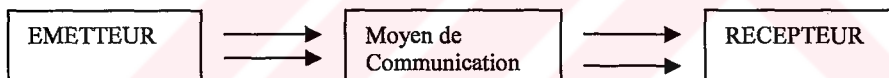


Figure II : Le flux de communication appuyant sur les outils de la modernité

Le flux de communication qui s'appuie sur les médias de masse, a une seule direction. C'est-à-dire, il s'agit d'un flux de communication qui n'est pas participant, mais qui est dominant. Seulement, on attend que le message arrive à l'objectif. Il y a un flux de communication qui ne s'appuie pas sur une interaction dans la structure sociale en utilisant les médias de masse, mais qui est directif. D'après Richard Sennett, les médias de masse accroissent les informations que les hommes possèdent à propos des événements sociaux. Mais ils empêchent de transformer un acte politique des informations, c'est-à-dire, d'être participantes. L'individu n'a pas la

¹ Biernatzki, William E. ; « Religion in the Mass Media »; Communication Reserch Trends, vol. 15, no:2, 1995, p.10

possibilité de répondre à la télévision. Seulement, il peut l'éteindre.¹ Il est possible que l'individu participe au processus de la communication de masse fondée sur medias de masse, mais cette participation a une propriété qui est sans effets sur les individus. Fromm, en considérant la personnalité seule, sans force, inquiète et défiant les sociétés de l'industrie moderne, attire l'attention sur la contradiction: L'individu dans les démocraties modernes peut attraper le réel individualisme en se sauvant de toutes pressions externes.² Tandis que l'individu est en face de la pression indirecte dans les medias de masse. Car, ils sont dominants sur tous les processus mentaux et sentimentaux de l'époque.

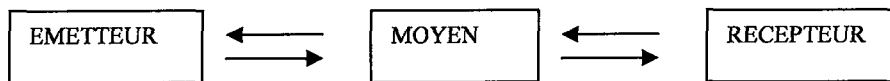


Figure III : Le flux de communication aux institutions traditionnelles

Le processus de communication dans les institutions traditionnelles dépend de l'interaction. C'est-à-dire, il s'agit d'un flux de communication qui est dominante de la source vers la cible et de la cible vers la source. A ce point, cette interaction protège aussi la structure traditionnelle. Par conséquent, il y a quelques différenciations fondamentales des formes de communication des sociétés moderne et traditionnelle. Le flux de communication des sociétés traditionnelles appuie sur le processus d'interaction entre l'émetteur et le récepteur, entre la cible et la source. Tandis que les sociétés modernes ont théoriquement un tel processus d'interaction mais pratiquement ce processus est seulement de l'émetteur vers le récepteur, de la source vers la cible. En conclusion, ce flux de communication dans les sociétés modernes affaiblie les liens sociaux et cause de la solitude et de l'individualisation des membres de l'ensemble. La communication directe dans les sociétés traditionnelles est assurée par quelques moyens. Evidemment, les plus importantes sont les médias de masse. L'effet le plus important de ces moyens sur les ensembles est d'atomiser et d'individualiser ses membres. Car, un tel processus de

¹ Sennett, Richart ; Op. cit., p. 364

² Sadık Güneş; Op. cit., p.57

communication affaiblie l'interaction parmi les membres. Et cela peut causer la perte des liens sociaux. L'identité collective et le but collective que les médias se fixent, signifient seulement partager une idée, non pas une interaction, loin de la collectivité traditionnelle. Cependant, l'identité collective, au sens traditionnel, qui est construite autour d'une religion à base d'interaction au lieu de partager une idée, appuie sur la conscience commune, sur la mode de vie commune, sur la valeur commune. C'est-à-dire la compréhension collective expose deux formes différentes en tant que le moderne et la traditionnelle. La compréhension collective des sociétés modernes, avec les outils de la modernité, construit dans un milieu « visuel » au lieu de l'interaction, les individus d'une telle société peuvent partager les mêmes identités et les formes d'idées avec d'autres individus qu'ils ne connaissent pas.

Quant aux rapports entre la religion et la télévision, tous comme les religions qui, selon Durkheim, assurent le lien social fondamental, aussi la télévision renforce la cohésion sociale.¹ Mais à cette situation, la religion présente une apparence traditionnelle, si la télévision la présente une apparence moderne. Parce que la télévision est structurellement un symbole de la modernité. Et puis, les plusieurs apparences de la modernité sont présentées par l'écran de la télévision. De ce fait, les apparences modernes de la religion sont présentées et transportées effectivement à l'espace public par l'écran.

En s'appuyant sur tout cela, on peut dire que, l'un des points communs entre la religion et la télévision est d'utiliser les symboles audiovisuels pour l'activité de ses idéologies. Comme Geertz a dit, la religion aussi est un ensemble de symboles. En même temps, comme Weber l'a démontré, les religions, elles ont servi à motiver ou à canaliser l'activité d'un grand nombre d'hommes et de femmes vers la modification des structures sociales. Désormais, les systèmes religieux ont une influence importante sur les comportements des humains.² La télévision et la religion, ont la particularité de diriger et d'influencer les comportements et les attitudes. Par conclusion, ceci est réalisé en s'appuyant sur les textes et les symboles. Il tient aussi

¹ Brèchon, Pierre et al. ; Op. cit., p.5

² Metron, Robert K. ; Éléments de théorie et de méthode sociologique; Paris, Armand Colin, 1997, p.91

aux contenus des messages diffusés. En particulier, en matière de mœurs, les valeurs nationales et religieuses, et les modes de vie, la télévision s'inscrit dans des débats sociaux. Et en s'appuyant sur ces valeurs, la télévision invente de nouvelles formes de vie, de nouvelles modes de consommation. Ces nouvelles modes de vie et de consommation s'appuient sur le changement social. Par conséquent, les fondements et les orientations de la parole publique présentées par la télévision, modifient la structure communautaire. Cependant, la religion décline le changement social pour qu'elle sépare et transforme la structure collective.

Everett E. Dennis a exprimé en 1994 dans la présentation « Conférence Freedom » que les intérêts religieux dans les médias de masse ont réapparu ces dernières années, parce que toutes les apparences de la religion ont commencé émerger dans la vie quotidienne.¹ Le thème religieux est davantage retenu comme sujet d'émissions généralistes (reportages, documentaires, interviews, débats), notamment autour des grandes fêtes religieuses. On a même pu parler d'une explosion du thème religieux dans les émissions télévisées, aussi bien à travers l'intérêt manifesté pour paranormal, les mouvements religieux, les sectes diverses formes de « fanatismes politico-religieux » qu'à travers un regard ethnographique et historique sur les grandes traditions religieuses.² On peut penser que certaines émissions religieuses sont particulièrement appréciées parce qu'elles ont un sens pour les individus.

Le message religieux produit n'est pas seulement le résultat d'un ajustement ambigu des groupes religieux par rapport à un environnement institutionnel et aux attentes d'un public de masse. Il est probablement aussi dépendant des stratégies des hommes de médias qui tendent à produire aussi du discours religieux.³

La télévision joue un rôle essentiel dans l'information religieuse et la transmission des convictions religieuses. On attend que les téléspectateurs se soient réunis autour du sens collectif avec les informations religieuses présentées par la télévision. A ce point, la télévision présente structurellement une compréhension collective, mais elle

¹ Biernatzski, E. Williams ; Op. cit., p. 26

² Bréchon, Pierre et al.; Op. cit., p. 7

³ Bréchon, Pierre et al.; Op. cit., p.10

cause l'affaiblissement des rapports traditionnels. C'est-à-dire, la compréhension collective que la religion assure par l'écran, s'appuie sur une structure et sur une compréhension « visuelle ». En conclusion, on peut penser que les membres religieux portés à l'espace public, deviennent des masses étant indépendantes et aliénées. De plus, la télévision transporte à l'espace public la religion, cause la déformation et le changement de la structure traditionnelle et la modernisation de la religion. Evidemment, la structure générale et la compréhension de la religion ne se perdent pas mais se déforment. La religion expose une situation qui tache de protéger la structure traditionnelle et de se placer à la vie moderne.

De nos jours, avec la télévision cette structure, non seulement pour les points de vues des communautés religieuses mais aussi pour toutes les autres communautés, est transformée en une structure sociale (une structure société) où les relations secondaires dominent, où les individus s'aliènent les uns contre les autres et s'atomisent. Parce que le flux de communication dans la télévision est vers une direction unique. C'est-à-dire, on est attendu une réponse à la parole dite. Quand on voit quelques modèles traditionnels de la communication, seulement on attendrait atteindre la cible du message. Ainsi on n'attendrait pas les réactions des téléspectateurs face au stimulant (les messages envoyés par les médias). Par exemple, selon la définition de Shannon et Weaver, « la communication est de pouvoir influencer à l'autre d'une pensée ou d'un système ». Cette situation, le système de communication qui consiste seulement à créer un effet, se contredit avec la compréhension de la communication des institutions traditionnelles. Parce que la communication, dans les institutions traditionnelles, appuie sur le processus d'« action réaction ». A ce point aussi, cette interaction qui protège la structure communautaire, tâche de la faire perpétuer.

CHAPITRE III- LE PAYSAGE ACTUEL DES MEDIAS EN TURQUIE :

Avec le développement du capitalisme qui s'observe intensivement dans le monde entier, les privatisations qui sont les méthodes de la politique fondamentale de la Nouvelle Droite, la dérégulation et la monopolisation qui augmente dans le domaine des médias, sont pratiquées très fortement. Le nouvel ordre qui commence dans les années 1980 d'abord en Europe puis se propage dans le monde entier, change l'apparence des masses médias. A la fin des politiques de privatisations et de dérégulations, la monopolisation des institutions publiques est arrêtée et la publication du service public laisse sa place à la publication privée ayant pour principe le profit et l'intérêt. Les influences de cette situation qui apparaissent dans le monde entier s'observent de plus en plus en Turquie.

Avant 1980, en Turquie, la presse était sous la domination des entreprises privées, tandis que les diffusions télévisées et la radio étaient sous la domination d'une institution publique fondée par l'Etat. Depuis 1980, avec la nouvelle structure libérale du pays, les associations de médias ont accéléré la densité du capital. Entre 1980 et 1990 c'est la période de « l'accès des holdings dans le domaine de médias ». ¹ Le monopole et le contrôle de l'Etat qui commencent à s'affaiblir à la fin des années 1980, cause le début d'une nouvelle période de la publication et de la diffusion électronique. ²

En Turquie après la période de 1990, Les grandes familles de journalistes perdent le contrôle du secteur des médias et celui-ci passe dans la main d'un groupe de capitaux hors du secteur. C'est-à-dire la possession traditionnelle des médias laisse sa place à « la nouvelle possession des médias ». ³ Par conclusion, on commence à apparaître rapidement comme une densité ⁴ dans ce secteur. En s'appuyant sur cette densité,

¹ Sönmez, Mustafa; *Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Sonuçları*; Birikim, 1992, p.76-86

² Cankaya, Özden (2); *Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi : TRT 1927-2000*, İstanbul, YKY, p.71

³ Kejanlıoğlu, Adaklı, Çelenk; *Medya Politikaları* ; Ankara, İmge yay., 2001, p.145

⁴ Le taux concentration dans le marché est un taux qui est une proportion qui montre le pourcentage du contrôle du marché de l'une ou de quelques firmes. C'est pourquoi on prend les plus grandes deux, quatre, huit firmes en main dans une branche industrielle. On essaie d'examiner le degré du contrôle du marché en additionnant leur part à la marche qui est dans le total de la quantité de production dans l'industrie. Autrement dit la proportion de la densité montre les parts, qui sont dans le total de volume

Raşit Kaya définit le milieu des médias ainsi: « On peut facilement dire qu'aujourd'hui en Turquie, en général, le discours de médias est fondé sur un cadre qui est comme il est mais qui n'est démocratique, et où les valeurs comme le profit public, les droits civiques, la conscience collective, la solidarité se sont perdus. En revanche, les mobiles comme le profit, la compétition, la concurrence et les intérêts personnels sont toujours attisés. »¹ Par conséquent, ce sont les possesseurs des associations de la télévision et le profit et l'idée des sources du revenu (les associations qui donnent des publicités, les sponsors ...etc.) qui déterminent le contenu et l'objectivité des programmes.

Section I- La structure de médias :

Le médias de masse n'est pas un seul facteur qui produit l'idéologie à la société. Mais de nos jours avec la technologie qui se développe, ils ont obtenu une grande puissance et effet à l'extérieur des habitudes. L'une des propriétés précises de la structure de média qui se change en Turquie est l'apparition des changements des structures de possession avec les nouvelles politiques économiques. Pendant cette période les investissements intensifs qui se font dans le domaine des médias assurent le manque du monopole de l'Etat. La première cause de la composition du changement du capital investissant dans le domaine des médias est l'association des médias qui peuvent évaluer les profits matériels dans les autres domaines du groupe. Posséder une chaîne de télévision, représente pour ses groupes un prestige. Sur ce point-là quatre processus historiques apparaissent au sens général dans la politique économique de la communication. Ce sont des évaluations de média, des évaluations de la halte des firmes, de rendre des objets et des rôles de l'intervention de l'Etat qui changent.²

de production de quelques grandes firmes dans l'industrie.(Alev Söylemez; Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği ; Ankara, Haberal Vakfı Yay., 1998, p.92)

¹ Kaya, Raşit ; Türkiye'de 1980 sonrası Medyanın Gelişimi ve İdeoloji Gereksinimi ; p.9

<http://www.dorduncukuvvetmedya.com/arsiv/akaya.htm>, visiter le 18.09.2003

² Golding and Murdock (1) ; « Culture, Communication and Political Economy », sous la direction de Curran and Gurevitch, Mass Media and Society, London, Arnold, 1991, p.24

De plus selon Murdock et Goldging, les grands groupes capitalistes et les firmes dominent le domaine culturel en deux manières. En premier lieu, les groupes de grandes firmes qui ont des profits dans la mesure de la production culturelle écrite et audiovisuelle, sont des responsables directs. En deuxième lieu, les firmes qui ne sont pas liées directement à l'industrie culturelle comme des producteurs, assurent un contrôle à une grande mesure sur les activités culturelles avec les sponsors et les publicitaires.¹ Avec cette approche, grâce aux avancées technologiques, la publicité de radio et de télévision paraissent possible avec la concurrence et la haute technologie, apportent un prix de revient. Par conséquent, afin d'être les premiers dans le secteur, il faut posséder un grand capital ou un support comme celui-ci. De nos jours les nouveaux patrons de médias sont des banques ou des entrepreneurs.²

Dans les années 80, plusieurs raisons poussaient le capital à entrer dans le secteur des médias : se partager « le quatrième pouvoir »; grâce à celui il est possible d'augmenter les activités d'investissements (prendre des ventes de biens, profiter des crédits de la banque d'Etat...etc.) dans les autres secteurs; enlever de préférence par des encouragements d'Etat et par des autres intérêts; utiliser le médias dans la publicité des autres banques et compagnies; augmenter les activités du marchandage en utilisant de médias; Pendant la période qui suit 80, on a utilisé les médias dans les secteurs des finances afin de lui redonner confiance.³ Ces attentes causent une densité et un monopole dans le secteur de média. Ce monopole apporte avec elle beaucoup de problèmes avec elle-même. A ce sujet, Goldging et Murdock remarquent qu'en conclusion du monopole rapide, c'est-à-dire, la possession du secteur de média par quelques firmes, crée un problème des productions du média présentées d'un seul type.⁴ C'est-à-dire, les médias de masse composent des masses qui ont des mêmes idées et qui se ressemblent au lieu de composer la pluralité sociale. Cette situation dont Goldging et Murdock parlent, est attendue nettement dans le milieu de média en Turquie. Car quelques grands holdings prennent le secteur de média complètement en main.

¹ Goldging and Murdock (1) ; Ibid, p.20

² Kaya, Raşit ; Op. cit., p.12

³ Sönmez, Mustafa; Op. cit., p.77

⁴ Goldging and Murdock (2); « Capitalism, Communication and Class Relations », Mass Communication and Society, sous la direction de James Curran and al., London, Edward Arnold, p.33

Section II- Les chaînes de télévision et les radios privées :

En Turquie, les premières émissions de radio ont commencé en 1927 par TTTAŞ (*Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi ; La Société Anonyme de Radiophonique de Turquie*), qui est une association privée. Avec la fondation de TRT (*Türkiye Radyo Televizyon Kurumu ; L'Association de Radio et de Télévision de la Turquie*) dans les années 1964, les émissions de radio sont passées sous le monopole de l'Etat. En 1968, les premières émissions de télévisées sont aussi commencées par TRT. Ce monopole de l'Etat dans les émissions de la radio et de la télévision ont continue jusqu'à la fin des années de 1980. Dans les années 1980 avec la politique économique qui modifie le domaine des médias, entrent en scène des groupes capitalistes. Après 1980, comme en Turquie, dans les pays Europe, les attentent sociales avec les politiques dérégulation, les développements technologiques, comme les conséquences les effets de « diffusion de public » avaient de plus en plus diminué.

Le domaine de média avant 1980 avait une structure traditionnelle. Les médias de masse étaient dirigés surtout par les familles et les personnes de journalistes qui sont devenus les patrons ou des directeurs après avoir travaillé dans ce secteur. Mais après 1980 et pendant les années de 1990, les nouveaux patrons de medias étaient des personnes étrangères à ce secteur, et assurait l'ensemble du capital par des autres domaines. Le but de continuer leurs activités dans ce domaine était de prendre plus de forces pour leurs profits personnels, politiques et économiques et assurer quelques facilités à leurs firmes existant dans les autres secteurs.¹

Dans les années 90, même sa structure juridique et associative n'est pas prête et profitant de ce problème le nombre des chaînes privées et commerciales augmente rapidement en Turquie. Les conditions techniques comme le passage à l'ordre du jour d'une nouvelle capacité et la diminution de ses prix accélèrent cette situation. L'Association de Radio et de Télévision de la Turquie (TRT), seule fondation d'avoir le droit de faire des émissions de radio et la télévision, jusqu'aux années de

¹ Adaklı, Gülseren; « Yayıncılık alanında Mülkiyet ve Kontrol »; Medya Politikaları, sous la direction des Beybin Kejanlıoğlu et al.; Op. cit., p.154

1990, était utilisé comme le moyen le plus important « de créer de la sensibilité de l'union national » persécute l'idéologie de l'Etat laïque et « le désir de participer a la civilisation.¹ Ce monopole de publication est brisé par le commencement de la publication de « émetteur légal » d'une chaîne avec le satellite et par la découverte des autres chaînes.

En Turquie, les émissions de la télévision privée ont commencé en 1989 par la chaîne Star 1 liée à la compagnie de « Magic Box » qui est fondée par Cem Uzan et Ahmet Özal qui est le fils de Turgut Özal. Le processus commencé par la télévision Star 1, se propage rapidement, de nouvelles chaînes privées se fondent. Et puis, en 1992 le propriétaire de la banque d'Economie (İktisat Bankası) Erol Aksoy fonde Show TV. Après Show TV, Bilge Has étant le propriétaire d'Has Holding a fondé le HBB (Has Bilgi Birikim); Ahmet Özal, étant en désaccord avec Cem Uzan a fondé Kanal 6 et a commencé à ses émissions. En 1993 encore la chaîne cryptée Cine 5 d'Erol Aksoy, le TGRT dont Enver Ören est propriétaire, Kanal D que le Holdings Doğan et Doğuş ont fondé et ATV que Dinç Bilgin est le copropriétaire le plus grand et Samanyolu TV (STV) qui est fondée par le journal de Zaman ont commencé à leurs émissions.² On voit que la période, qui est après 1990, est une période où les holdings accèdent rapidement dans le secteur de média. En 1994, il y a 11 chaînes nationales, 372 stations de télévision et plus de 1500 stations de radios.³

Les textes des informations dans les chaînes privées contenaient surtout des messages fermes, appuyées sur leurs situations politiques. Les chaînes comme ATV, Show TV, Kanal D et Star étaient fondées sur l'idéologie du marché indépendante et libérale. Tandis que les autres surtout HBB, Kanal 7 et Samanyolu TV possédaient surtout un caractère Islamique et conservateur, nationaliste.⁴

¹ Öncü, Ayşe (1) ; « Packaging Islam: Cultural Politics on the Landscape of Turkish Commercial TV », *Public Culture*, volume 8, no:11, 1995, p.18

² Adaklı Gülseren; *Op. cit.*, p.160

³ Çatalbaş, Dilruba; « Broadcasting Deregulation in Turkey: Uniformity within Diversity », *Media Organisation in society* by James CURRAN, London, Arnold, 2000, p.127

⁴ Çatalbaş, Dilruba; *Op. cit.*, p.140

Section III- Les médias et les mouvements islamiques :

Avec l'extension des médias dans les années 1990, le capital Islamique commence à prendre aussi sa place intensivement. Pour Raşit Kaya, en face de cette extension de médias, le seul rival des monopoles de média est le media Islamique qui est soutenu par le capital Islamique.¹ Car, avec les années de 1980, les compréhensions et les valeurs Islamiques s'étendent rapidement du domaine de politique au domaine de média. Par conséquent, cette situation est liée directement aux approches politiques économiques du pays. Surtout avec le gouvernement d'Özal les politiques néolibérales qui sont intégrées à l'économie du pays, l'accélèrent. Avec la prise de conscience du pouvoir des médias sur la politique, les propagandes politiques sont transportés sur le milieu audiovisuelle. On essaie de protéger et d'étendre l'idéologie dominante. Les années 1980 sont une période importante pour que l'identité Islamique qui devient publique et politique. Cette période au point de la capitale Islamique possède une attitude sociologique avec la visibilité, l'activité, le désir et l'influence au espace public. Tandis que au sens politique, ça exprime un traduit en acte, fonde sur un type de vie et sur le milieu de vie et la discussion qui n'est pas le contact direct et charme avec des secteurs différents au espace public.² Surtout, pendant le processus public, à la proportion d'accentuer sur l'influence inévitable entre l'acteur Islamique et l'acteur « moderne » ou « laïque », il porte une grande importance au sens politique et sociologique du mouvement Islamique.³ L'augmentation de la vitesse du mouvement Islamique pendant cette période et l'essai de s'exprimer dans un espace public sont liées directement à la situation de ce pays. Avant 1990, on constate une préparation du niveau qui facilite l'entrée dans le domaine soit politique soit économique soit éducatif de l'Islam, et après 1990 qui cause un établissement de l'Islam à la manière rapide. En plus selon Ruşen Çakır, pendant les années de 1990, le capitale Islamique fait un effort pour obtenir « une quantité Islamique » à toutes choses identifiées par « le modernisme ». ⁴ Par conséquent

¹ Kaya, Raşit; Op. cit., p.15

² Bayramoğlu, Ali ;Op. cit., p.11

³ Bayramoğlu, Ali ; Op. cit., p.12

⁴ Çakır, Ruşen; Ayet ve Slogan, Türkiye'de İslami Oluşumlar; İstanbul, Metis yay., 1993, p.301

les plus importants de ces moyens nommés modernes, c'était les médias de masse. Grâce à cette capitale, il peut avancer ses activités politiques et éducatives religieuses tous en même temps qu'il avance ses activités au sens économiques. En même temps, l'engagement au domaine de média de la capitale Islamique est fondé sur les manques réglementaires. En plus le mouvement Islamique figure comme un transporteur qui observe quelques éléments du changement, qui est nourri par quelques éléments, qui produit quelques éléments plutôt qu'un vrai désir de changement. Tandis que le domaine de média dans les deux situations aussi, il est un indicateur de l'évidence de la politique de l'expression orale et visuelle. C'est-à-dire, le medias concrétise l'imagination et la forme d'expression de l'identité Islamique qui est sociologique et politique à la fois.

On peut dire que les religions ont construit les formes idéales de l'équilibre entre la parole et l'écrit. Cependant, le « spectacle », à partir de l'émergence de la télévision, a obtenu un rôle central en fragmentant l'équilibre entre la parole et l'écrit. Selon Abdurrahman Arslan, les Musulmans ont passé la tradition audiovisuelle avec la télévision et grâce à la télévision, en abandonnant à la tradition de communication d'écrit. Si cette situation, pour les personnes de la tradition qui interprète à la même façon la croyance et la vie, montre que la compréhension de l'être et la croyance ont commencée à changer graduellement.¹ De cette manière, de nos jours, on voit que l'espace d'intimité propre aux musulmans est transporté continuellement à l'espace public par les outils des médias. C'est-à-dire, en résumé, la forme ordonnée de la vie présent change avec la presse, la radio, la télévision et l'internet. Par conséquent, les médias transportent à l'espace public en prenant des mains des musulmans l'intimité de la vie et ainsi ils la divulguent.

Selon Ayşe Öncü, les Musulmans entrent dans le domaine de média pour protéger leurs standards.² Tandis que la télévision, structurellement, a une propriété qui abaisse les relations parmi les groupes et qui distingue la structure homogène. L'Islam après 1980 et au début des années 1990 a commencé à se montrer rapidement dans l'espace

¹ Arslan, Abdurrahman ; Op. cit., p. 34

² Öncü, Ayşe (2); « The banal and the subversive: Politics of language on Turkish television », European Journal of Cultural Studies, vol.3, no.3, September 2000, p. 307

public et il a essayé d'évaluer et de protéger ses activités, qui sont dans les autres secteurs, par le biais des médias. L'entrée de l'Islam dans l'espace public cause à l'expropriation de sa structure privée.

Par conclusion, la structure de communauté qui est au fond de toutes les religions, se transforme par les médias, notamment par la télévision. En générale, sa structure traditionnelle s'appuie sur les relations intimes et face à face, se transforme les relations « visuelle » appuyées sur l'écran. C'est-à-dire, l'espace prive de la religion est emporte dans l'espace public par la télévision. C'est l'indicateur le plus important du modernisme de la religion. En Turquie, on voit intensivement les émissions de radio et de télévision religieuse. Mais la plupart des directeurs et des employés des radios et des télévisions religieux refusent le nom de « religieux ». Ils disent qu'ils font des publications dans la mesure nationale et internationale (surtout à l'émission de télévision) et qu'ils ont une identité « culturelle ». Surtout la Télévision Samanyolu et les autres outils médiatiques comme les journaux, les magasins et les radios, qui partagent la même forme d'idée avec la chaîne se définissent comme « des moyens qui protègent les valeurs culturelles et moraux » et préfèrent se définir comme des associations ou les personnes religieuses travaillent. C'est-à-dire, l'identité n'est jamais acceptée, et n'est jamais avouée oralement. Mais, lorsque l'on examine les publications on rencontre des symboles religieux.

1) Les radios Islamiques :

La phase où l'on tâche de construire des radios Islamiques, correspond à la phase où les Musulmans émergent comme une masse de consommateur. Ce signifie que les Musulmans ont participé une nouvelle forme de communication autant que les ensembles d'auditeurs se forment. Les radiodiffusions commençait par les hymnes et par la lecture du Coran, ont peu à peu changé de contexte et donné priorité aux demandes de l'ensemble des auditeurs. Elles se sont ainsi éloignées de leurs principes.¹

¹ Arslan, Abdurrahman (2) ; Op. cit., p. 34

Dans les années 1990, avec la rupture du monopole de diffusion, le secteur s'est lancé dans la diffusion (commerciale). Plusieurs radios privées ont poursuivi au niveau local et nationale. « Kent FM » est la première radio privée qui commence sa diffusion en juin 1992. Comme la diffusion de la télévision, plusieurs communautés et secte Islamique sont entrées, en peu de temps, dans ce secteur.

On peut ranger les premières radios Islamiques comme cela : « Moral FM » soutenue et édifée par le groupe « Nouvelle Génération (*Yeni Nesil*) » de la communauté de Nur ; « Akra FM » soutenue et édifée par la communauté de « İskender Paşa » dépendant de la secte de « Nakşibendi » ; « Üsküdar FM » soutenue et édifée par un groupe indépendant ; toutes ces radios ont commencés leurs diffusions en mars 1993 à Istanbul. Comme « Marmara FM » qui a un rapport proche avec le Parti de la Prospérité (*Refah Partisi*) ; Comme « Burç FM » qui est soutenu par la communauté de Fethullah Gülen (dépendu de la communauté de Nur) ; Comme « Günışığı FM » et « Mir FM » qui sont indépendantes, ont rejoint en peu de temps, les autres radios Islamiques.¹

RADIOS	GROUPE
Moral FM	« Yeni Nesil » (Communauté de Nur)
Akra FM	« İskender Paşa » (Secte de Nakşibendi)
Üsküdar FM	Un groupe indépendant Islamique
Marmara FM	« Parti de la Prospérité »
Burç FM	Communauté de Fethullah Gülen
Günışığı FM	Indépendant
Mir FM	Indépendant

Tableau I : Les radios Islamiques en Turquie

Ils utilisent comme un outil de propagande afin de renforcer la solidarité et de faciliter la communication parmi les communautés et les groupes comme la communauté d'İskender Paşa et de Fethullah. La station de radio qui atteint le plus vaste domaine à

¹ Azak, Umut ; Op. cit., p.96

la chance d'étendre la compréhension Islamique de la communauté à laquelle elle appartient. En revanche, les programmes de conversation réservés aux leaders des communautés (par exemple les critiques quotidiennes de Yavuz Bahadırođlu à Moral FM et la série de « La fenêtre de Lumière » (Nur Penceresi) ou les conversations quotidiennes d'Esat Coşkun à Akra FM, protègent leurs places dans l'écoulement du programme.)¹

Les radios comparées à la télévision, comme elles sont des plus petites entreprises, ont la propriété d'être dirigées sans se placer hors des possibilités des communautés à l'angle de l'occupation. Cela fait gagner une propriété « interne de communauté » aux radios. Par conséquent, n'importe quel dérèglement peut rencontrer la réaction, d'après les autres chaînes et le contrôle de la communauté sur la publication se sent beaucoup plus. L'apparition des radios Islamiques et puis les chaînes Islamiques, depuis le début, causent des réactions laïques et Islamiques à la fois. Les laïques, refusent de la propagande anti-laïques des radios Islamiques, et les critiques Islamiques se demandent si la technologie n'est pas indépendant du contenu.² Selon Abdurrahman Arslan qui est un intellectuel Islamique, McLuhan avait raison de dire que le moyen est le message lui-même et les Musulmans allaient y ajouter un nouveau, c'est-à-dire, c'est un message Islamique. Arslan défend que les Musulmans dépendant des choses, qui sont produites par d'autres, en forme différente, c'est-à-dire, dans un Etat enveloppe par un découvert d'Islamique, cependant ce qui doit être interrogé, est la dépendance elle-même.³ Par conséquent, il est plus facile d'envoyer le message ayant un contenu Islamique par la télévision qui est un moyen audiovisuel. Car, la représentation de la compréhension et des valeurs islamiques possède une propriété qui complète la signification présentée. De cette manière on peut attendre qu'il soit plus influent sur des gens.

¹ Azak, Umut ; Op. cit., p.96

² Azak, Umut ; Op. cit., p.97

³ Azak, Umut ;Op. cit., p.97

1) Les chaînes de la télévision Islamique :

La culture de média se compose autour des sens présentés par les médias de masse et c'est-à-dire, en même temps, la genèse d'une identité en s'appuyant sur des sens présentes. Comme dans tout l'univers, en Turquie aussi, avec le passage à l'économie libérale, les identités idéologiques commencent à être représentées par l'écran de télévision. Evidemment dans cette libéralité, les groupes Islamiques aussi essaient d'obtenir leurs places. Par conséquent, l'identité Islamique, qui est composée dans le milieu politique et social, essaye d'être fortifié. De ce point la, la télévision a une grande importance. Avec l'enlèvement du monopole de l'Etat dans le domaine de l'audiovisuels, les groupes Islamiques existants entrent dans ce domaine pour étendre et fortifier leur identité. Et, à ce point la, les chaînes Islamiques présentent comme des alternatives à la publication libérale existée.

TGRT qui est la première chaîne islamique faisant des émissions au niveau national en Turquie commence ses émissions par satellite à partir l'Angleterre en 1993 au mois d'Avril. Les personnes qui soutiennent la secte de Nakşibendi et le journal islamique et conservatif de la Turquie étaient soutenus par les propriétaires de « Türkiye ». Et puis, Samanyolu TV qui est la deuxième chaîne islamique et qui est soutenue par la communauté de Nur a commencé ses émissions. Et puis deux chaînes se sont ajoutées à ces chaînes Islamiques: Kanal 7 qui apporte son soutien à la Partie de la Prospérité qui est un parti politique et Islamique, et l'autre Mesaj TV (Meltem TV) qui est soutenue par la secte Kadiri.¹

Au début, les chaînes Islamiques se sont couvertes par une publication politique plus conservatrice que ses autres rivaux libéraux ils étaient contre « la production de la mentalité de l'ouest » et les accusaient de causer « la perte de l'identité et de la culture nationale ». Parmi les chaînes Islamiques certains ont adopté une attitude plus modeste avec la rivalité violente. Avec leurs visions de l'extérieur et la fin des reformes en 1998 TGRT, est un indicateur absolu de la genèse du medias Islamique

¹ Öncü, Ayşe (2); Op. cit., p.307

qui n'est pas marginal. En comparant les chaînes Islamiques avec les visions des programmes informatiques dans les média privés, on remarque qu'en particulier Kanal 7 et Samanyolu TV examinent dans ses programmes informatiques, les informations et les problèmes qui contiennent des affirmations sérieuses.¹ On remarque Samanyolu TV qui est soutenu par le journal « Zaman » et du magasin « Aksiyon », et on peut dire que Kanal 7 est soutenu par « Milli Gazete ». De cette manière, la capitale Islamique a commencé à composer de plus en plus les medias de masse elle-même.

Chaîne	Relation de communauté	Autres Médias	Groupes
TGRT	Nakşibendi Tarikatı	Türkiye Gazetesi (national), TGRT FM, AKRA FM, İhlas Haber Ajansı (İHA)	İhlas Holding A.Ş.
SAMANYOLU TV	Nur Cemaati	Zaman Gazetesi (national), Aksiyon (hebdomadaire, national), Sızıntı (mensuel, national) Burç FM, Cihan Haber Ajansı (CHA)	Samanyolu Yayınçılık Hizmetleri A.Ş.
KANAL 7	Refah Partisi	Milli Gazete (national), Marmara FM, Radyo 7	Yeni Dünya Medya Pazarlama A.Ş.
MESAJ TV/ MELTEM TV	Kadiri Tarikatı	Mesaj TV (cableau, nationale), Mar TV (locale), Kadirga TV (locale) Ege Mesaj TV (locale), Yeni Mesaj Gazetesi (national) İcmal (mensuel, national)	Melpeş Medya İletişim Hizmetleri A.Ş.
TV 5		(Nouvelle chaîne)	Anadolu İletişim Hizmetleri A.Ş.

Tableau II : Les chaînes Islamiques en Turquie

¹ Çatalbaş, Dilruba; Op. cit. p. 135

L'article intitulé « le capitale Islamique a créé son medias » paru dans le revue magazine hebdomadaire « Nokta » explique la direction du capitale Islamique envers les masses en composant leur organes informatiques par le rôle qu'il joue dans la communication et par la puissance des medias de masse, exprime comme ci; « les municipalités du la Parti de la Prospérité ont trouvé la solution en louant des chaînes au capitale Islamique en contre partie d'être propriétaire de la télévision. » Encore avec la détermination de « Nokta », « la capitale Islamique est propriétaire d'environ 500 journaux et 350 radios. En plus les maisons d'édition et les maisons de livre continuent leurs activités en une forme étendue. Parmi les chaînes les plus importantes se trouvent TGRT, Samanyolu TV, Kanal 7 et Mesaj TV. Les radios les plus importantes sont Akra FM et Mert FM. Et les journaux, cités dans l'ordre de leur importance sont, Yeni Asya, Milli Gazete, Zaman, Türkiye, Akit et Yeni Şafak. »¹

En fonction de toutes ces possibilités, tous les contenus des émissions (de l'information essentielle jusqu'aux séries télévisées) étaient formées par le point de vue de la chaîne. De cette manière, ces chaînes ont la chance d'étendre la compréhension et les valeurs du groupe islamique auquel elles appartiennent et l'identité qu'elles possèdent. En plus, la compréhension de l'Islam devient évidente avec les programmes de conversation réservés au leaders du groupe et avec des informations spécifiques. Par exemple, on présente, en même temps, les informations petites et détaille propre à Fethullah Gülen dans la chaîne de STV et elles sont représentées à la première série de l'ordre du jour. Cette situation est remarquée nettement par une analyse des informations sur une longue période. Toutes ces chaînes Islamiques étaient « privées » mais, n'étaient pas « commerciales ». Car, elles étaient soutenues par les sectes et les communautés religieuses et par conséquent leurs revenus (les reytings publicitaires), dont elles ont besoin pour vivre, n'étaient pas liés aux publicités. Les emplois précis de ces chaînes étaient de protéger les standards d'Islam dans les émissions.² Ceux-ci sont des standards que les groupes religieux (comme des communautés, des les sectes... etc.) ont précisés d'eux-mêmes comme étant liées à l'origine de l'Islam. Par exemple, il s'agit d'une image plus moderne qui

¹ Kars, Neşe; Op. cit., p.499

² Öncü, Ayşe (1); Op. cit., p.307

est présentée dans STV et TGRT. Les femmes sont plus utilisées et se montrent plus modernes sur l'écran (dans les programmes d'informations, les séries télévisées et dans les autres programmes). Tandis que « Mesaj TV (Meltem TV) » et « Kanal 7 », on ne se rencontre pas avec une structure moderne. Sur « Mesaj TV », la femme n'est jamais utilisée (comme les travailleurs) à l'écran. Mais, sur « Kanal 7 », il est possible de rencontrer fréquemment des présentatrices « voilées » (surtout aux programmes de femme et de santé). En plus les travailleurs d'hommes ont aussi une attitude Islamique.



TROISIEME PARTIE :

UNE TÉLÉVISION ISLAMIQUE : « SAMANYOLU TV »

Les modifications qui apparaissent à la vie de politique et d'économique de la Turquie à la fin de 1980 et au début de 1990, ont influencé à toute la structure sociale. Vers la fin des années 1980, avec l'invalidation des interdits politiques et avec les politiques d'économie libérales, les discours de religieuses se relèvent facilement et activement dans les plusieurs domaines. Seulement non pas les discours de religieuses, aussi les plusieurs discours politiques tâchent de posséder les outils de puissants et les nouvelles espaces actives pour eux-mêmes. Et dans cette période, la télévision est un outil important et actif sous l'angle d'obtenir et de protéger l'autorité politique. Au début des années 1990 où les premières télévisions commerciales ont commencé aux diffusions, ces discours politiques trouvent l'occasion d'utilisation comme plus facile, pour que la disposition légale n'existe plus dans le domaine « audiovisuel ». L'un de ces discours politiques étaient le discours Islamiques. Cette situation, on peut évaluer comme les réflexions en Turquie de l'identité Islamique qui commence à apparaître rapidement le monde entier et qui modernise. Dans cette période, les medias de masse, en particulière les medias électroniques, ont été plus active à la politisation et à la construction de l'identité Islamique. Parce que l'on voyait que chaque partie politique presque a transporte aux écrans de télévision des espaces de réunion ses discours politiques et les propagandes de parties en achetant une chaîne de télévision. Et dans cette liberté, la compréhension d'Islamique aussi a tâché de bénéficier de cette situation. Les communautés d'Islamiques qui est plus active et organisées qui possède une structure institutionnelle dans l'Islam, pourrais en bénéficier.

Les groupes d'Islamiques ont créé les nouvelles espaces d'industrielle pour eux-mêmes avec la libéralisation vivante après les années 1980 et ils ont commencé à faire preuve d'activité dans les plusieurs domaines, au mode (*fashion*) de l'organisation de banque au tourisme du media. C'est-à-dire, on a commencé à apparaître rapidement une densité de la capitale Islamique dans cette période. Les communautés ont tâché d'utiliser le domaine de media soit pour la vulgarisation,

activement et rapidement, des compréhensions et des valeurs d'Islamiques, soit pour la poursuite effectivement à ces activités d'économique. En appuyant à tous ceux, « Samanyolu TV », on peut la montrer comme un exemple aux activités de l'Islam dans le domaine de media et d'économie.

Il est intéressant qu'elle soit soutenue par une communauté d'Islamique à côté de posséder une identité d'Islamique. La communauté de Fethullah Gülen tâche de reformer au discours Islamique par la voie de la communication audiovisuelle qui construit une interaction entre l'espace public et l'espace privé (l'espace intimité au sens religieuse) par la chaîne de STV. En conséquence, Samanyolu TV, on peut montrer comme un exemple aux relations entre la religion et la modernité. Parce que l'on peut dire que STV expose une apparence moderne de la religion au niveau de sa structure institutionnelle, économique et politique. En outre, elle expose sur l'écran de télévision à ses apparences modernes aussi dans les plusieurs domaines. C'est-à-dire, soit elle présente les faces différentes d'un Islam moderne aussi par l'écran de télévision, soit elle est un exemple modernisé de l'Islam. En même temps, on peut montrer en tant qu'un exemple à la densité de capitale Islamique. Parce que le domaine de média Islamique est un domaine que l'on présente et expose les activités différentes de ces groupes religieux.

STV est une chaîne commerciale qui a commencé ses diffusions avec le but de profit à l'année 1993. Mais, quand on a observé aux politiques de diffusion de plus en plus, on voit qu'elle n'a pas les inquiétudes de « rayting », par conséquence les buts de profits sont deuxième cible. On peut dire que l'on tâche de former un conscience collective en aidant propager les compréhensions et les principes fondamentale de la communauté de Fettulah Gülen. Parce que, quand on analyse aux contenus des émissions et aux structures institutionnelles, on peut constater aux les buts et aux principes de la communauté de Gülen. On va faire comme plus détaille dans la partie en suivre cette analyse.

CHAPITRE I- LA STRUCTURE D'INSTITUTIONNELLE ET DE POLITIQUE DE LA CHAINE :

« Samanyolu TV » qui a commencé aux diffusions le première fois à la date du « 13 Janvier 1993 » dans les frontières de la Turquie, les a transporté à l'hors des frontières de la Turquie aux espaces d'accession avec commencer à servir le satellite TURKSAT 1-C en entrant une période nouvelle à la date du « 25 Septembre 1996 » D'abord, ses diffusions sont poursuit aux républiques de l'Asie Centre. Et puis, elles s'étaient élargies jusqu'à l'Europe avec le satellite EUTELSAT II F 4 à la date du « 17 Juin 1999 ». De cette manière, de nos jours, STV diffuse à tous pays du monde hors de l'Australie et de la Soude Amérique. Si sa première cible peut arriver aux Turcs vivantes dans le monde entier.¹

STV qui a commence aux diffusions avec le soutien de la « *Communauté de Nur* », fonde ses principes fondamentaux sur les doctrines de cet ensemble. En appuyant à cette dernière, pour que l'on puisse comprendre, interpréter et expliquer la structure économique, institutionnelle et politique de cette chaîne de télévision, en premier lieu, il faut connaître à cet ensemble et ses doctrines.

Section I- La base de la communauté de Gülen :

« Le mouvement de Nur »

Uğur Kömeçoğlu dans son étude en DEA qu'il achève, constate que Said-i Nursi (qui est fondateur du mouvement de Nur) est l'avant-garde de la communauté de Gülen. Il remarque aux points historiques et cognitifs entre chaque deux mouvement. Par exemple, « les cours de Nur », en tant que les outils institutionnels, sont passés sous le nom de « aux maison de Lumière » à la communauté de Gülen du mouvement de Nur.² C'est la raison pour laquelle, avant expliquer la communauté de Gülen, il est

¹ Le Service d'Information « Samanyolu TV »

² Pour plus savoir, cf., Uğur Kömeçoğlu, « A sociologically interpretativly approach to the Fettullah Gülen community movement », mémoire de DEA dans l'Université Boğaziçi, 1997

très importante exprimer aux principes fondamentales, à la genèse et à l'essence du mouvement de Nur.

Durant l'histoire de République en Turquie, trois nouveaux groupes Islamiques émergent : « *Nurcu, Süleymancı et Işıkçı* ». Le mouvement Islamique *Nurcu* différencie des autres pour qu'il appuie sur les œuvres de Said-i Nursi (en particulière *Risale-i Nur Külliyyatı*) et comme d'un coté la communauté plus grande et d'autre coté l'ensemble politique plus efficace.

La communauté de Nur qui est un groupe de sociopolitique plus efficace et plus puissant, s'est développé et s'est propagé autour des œuvres de Said-i Nursi (1873-1960)¹ et en particulière « *Risale-i Nur Külliyyatı* » étant son ouvrage plus important. Cet ouvrage exposait au discours Islamique qui présente les nouvelles idées, qui font orienter une conciliation aux individus avec les apparences politiques et avec les défis de socioculturels modernes.² En outre, la période que Said-i Nursi vécut, est un période que les réseaux de communication avec la technologie développée ont multiplié.

Ainsi, Said-i Nursi présentait les stratégies à répondre aux défis de l'ère pour les individus Musulmans. Il le faisait en présentant une compréhension commune qui renforce les éléments différents comme la famille, l'éducation, l'argent, la politique, en réinterprétant aux groupes culturels étant présent. Comme étant un mouvement social, le dynamisme du groupe « Nur », on désigne dans le média, l'éducation, la vie de travaille et l'édition. Ainsi, ce mouvement est le premier et l'unique mouvement Islamique appuyé sur le texte oral en Turquie. Les œuvres qui ont publié à propos du mouvement, exposaient un nouveau langage de communication dans la structure traditionnelle de la religion et un nouveau message à la société politique. Ces textes,

¹ Said-i Nursi avait écrit comme le Turc et l'Arabe à ses ouvrages. Lesquels étant l'Arabe ; *İşârâtü'l-İcaz, el-mesneviyyü'l-Arabî, Saykaltü'l İslâmî, Talikat fi'l-Mantık, el-Hutbetü's-Şâmiye, Kızıl İcaz alâ Sullem*. Si lesquels étant le Turc; *Nokta, Şuaat, Sünihat, Muhakemat, Rumuz, Tuluat, İşârât, Hutuvat-ı Sitte, Lemeat, Münazarat, Divan-ı Harb-i Örf-î, Sözlür, Mektubat, Lem'alar ve Şualar*.

² Yavuz, M. Hakan ; « *Yayına Dayalı İslami Soylem ve Modernlik : Nur Hareketi* » ; *Uluslararası Bediuzzaman Sempozyumu (20. Asırda İslam Düşüncesinin Yeniden Yapılanması ve Bediuzzaman Said-i Nursi)*, 24-26 Eylül 1995, İstanbul

pour qu'ils soient la base du mouvement, les *Nurcu* ont entrepris aux processus d'édition, de diffusion et de distribution.¹

Comme étant un résultat des conditions capitalistes qui s'élargit et qui vulgarise au monde entier, on a commencé à observer les immigrations vers les centres de ville de la population vivante dans la région de campagne. Ainsi, les nouveaux groupes d'Islamiques ayant d'un nouveau discours religieux, d'une langue spécifique pour expliquer à la religion ont commencé à apparaître dans le centre de ville. Premièrement, ce nouveau langage et discours sont été développés par Said-i Nursi dans la période de République. Pourtant le mouvement de Nur, en utilisant les concepts et les symboles d'Islamique, s'efforce de faire l'image « *une bonne vie* » propre à soi-même. C'est-à-dire, dans le but de renforcer à la « *représentation* » qui a pour but de la « *communication* », il a poursuivi à bout portant la technologie développée, et ces outils qu'elle a offert, on les a utilisés pour les buts communs. Par conséquent, il s'agit d'une modernisation dans la compréhension d'Islamique. La modernité, quand elle s'est étendue graduellement, le point de vue des individus et les besoins religieux ont changé de plus en plus.

En outre, aussi l'un des particularités plus importantes, est l'accentuation à la « *raison* » davantage que le « *cœur* ». Parce que l'on est découvert l'information par la raison et par conséquent on découvre aussi l'être d'Allah par la raison.

Les *Nurcu* (les personnes qui participent au mouvement de Nur) croient que l'information est découverte par la raison. Savoir pour un Nur (*Nurcu*) est avant tout découvert le puissant d'Allah et Son existence. C'est la raison pour laquelle, le style d'opinion dépend à l'effet de religieuse. En outre, les personnes participées aux activités du mouvement de Nur, expliquent que Said-i Nursi raconte et interprète aux réalités en employant « *les communications (tebliğler) et les présentations (temsiller)* ». ² Par conséquent, la tradition de *Nurcu* accentue l'importance de la raison, tâche d'obtenir au savoir par la raison. Mais, seulement en appuyant à tous

¹ Yavuz, M. Hakan ; Ibid, p.27

² Mermer, Ali ; « Aspect of Religious Identity : Nurcu Movement in Turkey », mémoire de Doctorat dans l'Université Marmara (pas publié), Istanbul, 1985, p. 388-390

ceux, on ne peut pas évaluer tout à fait en tant qu'une ensemble moderne. Parce qu'on ne peut pas parler d'une modernisation appuyant sur seulement une rationalisation. A ce propos, d'après Alain Touraine la modernité, on ne peut jamais la définir avec un seul principe ; comme on ne peut pas la réduire la rationalisation, on ne peut pas la réduire aussi la subjectivisation. Au contraire, on peut la définir avec la différenciation, de plus en plus, pour l'un de l'autre, de la rationalisation et de la subjectivisation.¹ C'est-à-dire, on ne peut pas parler de la modernisation d'une communauté traditionnelle seulement en insistant à une sécularisation rationaliste.

Le passage d'une culture orale à une culture écrite du mouvement de Nur est un indicateur d'une sécularisation rationnelle. Cette culture écrite, par conclusion, compose une culture plus démocratique et plus dynamique dans la modern Turquie. Une culture écrite montre que les sectes et les communautés religieuses peuvent avancer leur existence en observant la vivacité si la société est construite par des personnes conscientes. D'après la communauté de Nur, une société conscience peut être construite encore par les individus consciences, il croit qu'il n'y aura pas une société politique.² Par conséquent, le premier objectif et fondamental du communauté, est de former une conscience associée en atteindrant à chacun des individus. Et cette conscience associée peut être construite par la technologie qui se développe plus rapidement et plus facilement. La publication a commencé à utiliser au premier. Il devenait facile à atteindre à chacun des individus avec les différents livres, magasins et journaux. Par conséquent, l'installation de la compréhension religieuse à la conscience de l'individu était importante. Car, atteindre complètement à la société est possible avec les individus. Ils croient qu'ils peuvent atteindre aux objectifs sociaux avec les individus qui forment la société. La reforme commence avec la conscience de chacun des individus. Tout, ça ne veut pas dire le modernisme, mais il peut compter comme le commencement forte du modernisme. C'est-à-dire, la rationalisation, la sécularisation et l'individualisme.

¹ Tourain, Alain ; Op. cit., p.240

² Yavuz, M. Hakan ; Op. cit., p. 18

Avec la propriété fondée au texte rédige du mouvement de Nur (et avec l'importance qu'il a donnée à la culture orale après le groupement dans le mouvement), l'Islam est sécularisé, afin de rendre religieuses aux fonctions séculaires de la vie et de la nature.

Par exemple, l'économie du marché et les médias de masse a commencé à créer les domaines spécifiques pour les Musulmans, ces domaines aussi sont sécularisés avec le capitalisme et les nouvelles musiques d'Islamique, les magasins féministes, les films d'Islamiques, la mode Islamique et avec l'habit, les restaurants privés, les cafés et les centres commerciales.¹ Ils expriment ces domaines comme « des styles alternatifs de vivre ». Ils présentaient leur propre compréhension religieuse dans ces domaines alternatifs en même temps que les personnes soient couvertes d'une identité individuelle. Une compréhension religieuse collective était représentée, mais elle était la cause de différentes critiques par des individus. La différenciation de la voile entre les femmes peut être montrée comme un exemple. Dans la même communauté, on remarque des différenciations comme celle-ci. Et ça a cause dans la communauté de la genèse de différents et leur séparation par la communauté. Avec ces différenciations, chaque entreprise ayant le but de l'activité d'Islamique commence à être utilisée comme un outil d'obtenir une puissance précise (politique, économique, sociale). Ces différenciations commencent à se figurer intensivement dans le mouvement de Nur. Pendant les années de 1980 et de 1990, le mouvement de Nur se distingue en trois groupes: La Communauté de Fethullah Gülen, le Nouveau de l'Asie (*Yeni Asya*) et la Nouvelle Génération (*Yeni Nesil*). Parmi ces groupes, ce qui continue à ses activités activement au niveau international, est le groupe de Fethullah Gülen.

Section II- La communauté « Gülen » et la vie politique en Turquie :

De nos jours la tradition de Nur essaie de continuer à ses activités sous le nom de Fethullah Gülen. La structure de la communauté de Gülen est fondée sur la fidélité qui s'appuie (par la représentation et par la communication) sur le groupe des

¹ Yavuz, M. Hakan ; Op. cit., p.22

messages significatifs et associés qui se réalisent à l'entour du milieu de la compréhension collective. C'est de représenter une genèse dans la structure de la communauté qui se trouve au centre de Fethullah Gülen. A ce point, on peut signifier l'importance du groupe de Fethullah Gülen avec l'assurance du « passage de la communauté à la société ». Ainsi, ils exposent une attitude plus moderne que la communauté de Nur. Gülen lui-même trace une ligne de séparation entre la communauté et la société et il essaie d'exprimer leur situation existée et il définit que la communauté est fondée par des personnes qui sont unies au tour du milieu de la sensibilité et de l'idée et qui est une collectivité se disperse difficilement; tandis que la société est un rendez-vous rompu à la temporalité des personnes qui ont un objectif précis.¹

Nilufer Göle définit la doctrine de Fethullah Gülen comme « Il signifie le modernisme de l'Asie avec le conservatisme et surtout il veut sauver le modernisme d'être la fortune de l'Asie ». Tandis que Çetin Altan dans l'émission « *Ufuk Turu (Le Tour de L'Horizon)* » dit que Fethullah Gülen est une personne qui a une large perspective qui planifie à retourner ses idées à toute l'humanité et qui déclare une vision universelle et des valeurs universaux en faisant suspendre la carte géographique de la terre et ayant dit « enlevez cette carte géographique d'Ottoman, elle rétrécit mon horizon ».² Et cela veut dire on veut atteindre la compréhension de la communauté au monde entière. C'est-à-dire, ça peut être défini comme « la réunion des Musulmans » (on peut la nommer « Ummetçilik », « Umma ») dans la compréhension d'Islamique. De nos jours, cette manière de compréhension et de but peuvent se réaliser en profitant de la technologie qui se développe plus facilement et plus rapidement. Dans cette direction, premièrement la presse écrite, puis les outils audiovisuelles ont commencé à être utilisés comme des outils de communication par la communauté. De plus, cette manière de pensée est remarquée nettement à STV qui possède le but de faire des émissions au monde entière.

¹ Kozanoğlu, Can ; İnternet, Dolunay, Cemaat ; İstanbul, İletişim Yay., 1997, p. 82

² 27 Şubat 1998'de NTV'de Cengiz Çandar, Çetin Altan ve Taha Akyol'un «Püf Noktası» programında, Fethullah Gülen ile yaptıkları sohbetten, www.f-gulen.org, ziyaret 28.11.2003

En plus, la communauté vise à fondre des relations fermées et privées entre des personnes et à étendre la croyance Islamique comme une idéale collective en créant de nouveaux domaines comme des foyers d'étudiants, des cites universitaires et de l'éducation. Cette situation peut se définir avec le concept de « communauté » que Gülen définit. Dans la communauté, on parle fréquemment de la conscience et de la compréhension collective. Mais, les genèses qui sont en contradiction avec celui-ci peuvent se placer. Le commencement d'acquiescer, la visibilité de la communauté dans l'espace public et surtout la socialisation au domaine de média peuvent être données comme des exemples à ces contradictions. Par conséquent, la communauté de Gülen est exposée dans une image différente en fourmillant ceux deux au lieu d'assurer le passage de la communauté à la société. C'est-à-dire, en même temps qu'elle est exprimée dans une attitude de la communauté en utilisant aux outils du modernisme. En outre, elle est exposée dans une attitude de la communauté au sens traditionnel avec des maisons de communauté. De plus, on essaie d'assurer des communications et de chacun des relations comme dans les communautés en utilisant des médias de masse et on essaie d'accentuer le besoin et l'importance de ceux.

En outre, Fethullah Gülen est un représentant d'une communauté religieuse et il parle du discours de la communauté aux discours religieux dans les mosquées comme un prédicateur officiel et parle aux salles de conférences comme un orateur. Les mosquées et les salles de conférences sont des faces publiques que l'on atteint aux individus du discours de communauté. Seulement, ce processus limite par le milieu. Puis, la communauté ouvre plus rapidement et plus pratiquement sur l'espace public par les outils de modern de la communication et par les cassettes de vidéo et de magnétophone du discours et des conférences de Gülen. Les messages contenus aux formes et de symboles de l'explication religieuse sont étendus par des outils audiovisuels. Avec l'utilisation de ces moyens, les limites entre la communauté et l'association commencent à être moins visibles. De cette manière, l'entrée à la communauté ou la sortie de la communauté n'a plus une définition concrète. Par conclusion, les limites de la communauté se disparaissent. Par exemple, l'événement de pleurer qui symbolise à l'amour religieux de Fethullah Gülen, apporte l'intimité de

la communauté dans l'espace public de la société.¹ De cette manière, le mouvement présente son propre message non seulement à ses personnes qui suivent, mais aussi à la majorité de la société. Le discours Islamique est reconstitué par la forme d'une communication qui ne demande pas à être face à face et qui assure l'influence entre l'espace privé et l'espace public. En plus, c'est-à-dire l'emportement de l'Islam dans l'espace public et y fait sa définition de nouveau, est aussi comme un indicateur du modernisme de la compréhension et des valeurs Islamiques. Tandis que Fethullah Gülen explique l'importance des médias de masse avec un point de vue religieux comme celui-ci: *« Ce n'est pas juste de lier seulement la transmission du message universel de l'Islam au monde entier aux médias de masse. Parce que l'Islam existait avant ces moyens qui ont à peu près un siècle de passe et les messages de l'Islam étaient emportés à tous les endroits de l'univers par des Musulmans de l'autre jour. Mais de nos jours avec la technologie qui se développe rapidement, les médias de masse font la vitesse à l'affaire de signifier l'Islam par la télévision, par la radio, par les journaux et par les magasins, c'est-à-dire par tous ses éléments écrits et visuels et de cette manière, et ces outils peuvent être des prétextes pour que l'univers soit un petit village. De nos jours, on essaie de franchir la vitesse du temps en même temps que l'univers se rapetisse. Les personnes peuvent transmettre leurs sentiments et leurs idées plus facilement et plus aisément avec ces moyens. Mais, encore selon Fethullah Gülen ces moyens, en même temps qu'ils facilitent et qu'ils accélèrent la transmission de l'Islam, ne peuvent pas être suffisants à la représentation de l'Islam. Parce que dans l'expression du compréhension, des sentiments et des idées Islamiques, la représentation vient toujours avant la communication ».*²

De plus, à la direction des principes essentiels de cette communauté, on parle que les médias de masse vont aussi prendre leur pouvoir par cette « *communication Islamique (İslami tebliğ)* ». Et surtout, la télévision est un outil très influencé dans ce sujet. En outre, le seul outil que la communauté présente « la communication » et « la représentation » en même temps à la manière d'effet, est la télévision. Encore, grâce à ces outils, c'est plus facile d'atteindre dans la société des humains. Par conséquent, les médias de masse assurent de convertir la communauté avec l'univers extérieur au

¹ Komecoglu, Ugur ; Op. cit., p.182

² Gulen, Fethullah ;İslami tebliğ ve Kitle İletişim Araçları, p.3, www.f-gulen.org, visiter 09.01.2003

lieu de se fermer. « The Fountain » qui est publié par la communauté qui est au centre de Londres, annonce l'ouverture à l'univers d'extérieur et le complètement avec l'univers d'extérieur comme celui-ci: «nous devons savoir d'abord d'être nous-même, puis de rester comme nous-même. On ne veut pas dire de s'abstraire des autres, on veut dire de protéger « notre identité essentielle » en suivant notre propre chemin. Il faut l'identité essentielle, mais nous devons aussi trouver l'une des méthodes pour un complètement universel. Parce que l'équivalent de l'abstraction par l'univers d'extérieur n'est pas existé ».¹

Cette approche raisonne l'entrée de la communauté dans le domaine de media. La compréhension de se compléter avec l'univers et s'étendre au monde entier que Fethullah Gülen explique, est recouverte avec l'idée de « ensemble d'hommes religieux ». De plus, comme le magasin « The Fountain » accentue que dans le domaine de média, on remarque que l'on fait attention au sujet de « l'identité essentielle ». Comme Bourdieu a dit que la vraie « essence » peut s'étendre sans parole. Lorsque l'essence de l'Islam est exprimée plutôt oralement. Il existe une relation du pouvoir parmi ceux qui connaissent et ceux qui ne connaissent pas. Et cela évite d'envoyer du message objectif parmi ceux qui envoient et reçoivent au renseignement. Lorsque l'on prend au niveau de la communauté, ça cause aux différenciations des relations dans la communauté. C'est-à-dire, l'important est de le présenter visuellement, et puis de le renforcer avec la signification au loin d'une « signification » orale. Dans ce point là, Fethullah Gülen explique la cause de l'importance de la représentation, en suivre : « Ceux qui critiquent l'histoire de l'Islam dans le 14. siècles, accentuent sur la représentation de l'Islamique, encore pendant les périodes plus importantes de l'humanité, ils voient la manque de l'influence et de la domination de l'Islam dans la manque de la représentation ».²

Selon Şerif Mardin l'attitude mystique de la communauté de Gülen, adresse non seulement aux sentiments moraux de la personne, mais aussi assure à créer les conditions pour le fonctionnement des mécanismes psychologiques fondés au sentiment qui assure la genèse de l'identité. De plus, l'explication de Marshall

¹ The Fountain, Ocak-Mart 1996, no:13, p.3

² Gülen, Fethullah ; Op. cit., p.6

Hodgson peut être très intéressant pour comprendre les mécanismes non publiques que les discours religieux de Gülen : « *La conduite ne se compose pas des ordres moraux. En même temps, elle assure les outils qui intègrent la personne à un milieu universel* ». ¹ Il est intéressant que Fethullah Gülen n'utilise pas un langage Islamique aux discours de la communauté. En outre, la représentation est toujours plus importante. C'est une religion que l'on ne parle pas et que l'on n'explique pas et ce qu'est très important, est la représentation de la religion.

Dans le mouvement de Fethullah Gülen, pendant l'établissement de l'idée religieuse en Turquie, on affiche une attitude qui n'est pas intime sous l'angle des pratiques quotidiennes de la vie sociale. Lui aussi, il pense que « *la représentation vient avant la communication* ». Selon Gülen « *les personnes se dégoûtent de la parole, du discours, de la philosophie et des jugements dits par la connaissance profonde des personnes. C'est pourquoi, on a besoin de la représentation plus que de la communication.* » ² Aux entretiens avec les instituteurs qui travaillent dans les écoles de Fethullah Gülen, cette propriété est défini comme celui ci: « *Malgré que nous ne leur disons rien, ils s'approprient nos indulgences et nos sentiments et ils utilisent dans leur vie.* » ³ Dans les écoles de la communauté comme dans toutes les autres structures publiques, avant la communication Islamique, le style de l'idée et de la vie sont représentés. Cette approche est recouverte avec l'idée de Fethullah Gülen ce qui est « *dans ce siècle, il faut le présenter non pas expliquer par des mots, mais avec nos comportements* ».

D'autre cote, l'une de ces propriétés de ses activités collectives est : « *la philosophie de vivre non seulement pour soi-même, mais aussi pour un autre.* » ⁴ C'est-à-dire, être promis est essentiel. Les professeurs qui travaillent aux écoles de Gülen dans les pays de Turc avec un petit salaire, composent des propriétés plus nettes de cette philosophie. La communauté emporte des limites aux désirs et aux plaisirs personnels dans un milieu du devoir d'aider les autres au sens religieux. On peut montrer des professeurs qui travaillent volontairement, qui sont des membres de communauté. Un

¹ Mardin, Serif (3) ; Op. cit., p. 180

² Komecoglu, Ugur ; Op. cit. p. 171

³ Komecoglu, Ugur ; Op. cit. p. 170

⁴ Komecoglu, Uğur ; Op. cit., p. 169

modèle plus important de l'islam est la mission du « convertissement » et dans ce point, la participation et le convertissement du groupe est une solution d'un événement public. Le culte et « la communication et la représentation » qui sont les raisons du convertissement exposées les relations entre l'intimité (le privé) et le public.¹ De cette manière, il est évident que les choses intimes soient converties dans l'espace public. L'islam qui commence à apparaître dans l'espace public, commence à avoir besoin des outils dans lesquels il peut utiliser les propriétés de la communication et de la représentation. Par conséquent, le commencement de la présentation de l'islam dans l'espace public et au besoin des outils du modernisme sous l'angle de ses activités cause à l'exposition des images modernes de la religion. Après que l'on a expliqué, les principes et les objectifs essentiels de la communauté, la structure et le contenu des émissions sur STV, la compréhension essentielle de la chaîne s'apparaît plus précisément et plus compréhensibilité. En s'appuyant sur ces propriétés, surtout dans les informations, les approches aux sujets, aux événements et aux personnes et leurs attentes sont appréciées plus nettement. De plus, dans les autres structures et dans les autres contenus du programme aussi, on peut remarquer les principes, les valeurs et les approches essentielles de la communauté de Gülen.

CHAPITRE II- JOURNAUX TELEVISES DE « SAMANYOLU TV » :

Les journaux télévisés sont les émissions qui sont ou méritent d'être préparées le plus méticuleusement dans les travaux réguliers d'une chaîne de télévision. C'est la raison pour laquelle les étapes de préparation, soit leur approche des informations, la préparation de leur ordre d'apparition, les durée accordée, les façons de présentation et la terminologie utilisée sont d'une importance capitale. Donc c'est le type d'émission qui exige le plus d'impartialité. Toutefois, on ne peut pas attendre que les journaux télévisés soient totalement isolés de leurs principes généraux et points de vue.

¹ Komecoglu, Ugur ; Op. cit., p.185

A ce point-là, « Samanyolu TV » paraît être moins objective que d'autres chaînes d'après sa structure générale et ses principes. Sans doute, de temps en temps son point de vue et ses approches principaux sont également reflétés. Et, les principes fondamentaux de la Communauté Gülen ont une certaine influence sur la structure institutionnelle, économique et politique du centre d'information et donc de l'organisation. L'examen de la structure institutionnelle, économique et politique du centre d'information pourrait nous fournir des indices pour comprendre la structure générale.

Section I- Structure Institutionnelle :

Le journal télévisé de « Samanyolu TV » commence à 19 heures en semaine, et est présenté par « Kemal Gülen », Directeur du Service d'Information. Le journal télévisé qui dure à peu près 45 minutes commence avec le slogan « Comptez sur le journal de Samanyolu ».

En ce qui concerne la structure institutionnelle du Service d'informations, en générale, le Service d'informations de Samanyolu TV se compose des services suivants :

1. Service de renseignements
 - a) Service de renseignements d'Istanbul
 - b) Service de renseignements d'Ankara
 - c) Service des Informations Nationaux
2. Service des Informations Internationales
3. Service des Informations Economiques

Quant à la préparation du Journal Télévisé (JT) de 19 heures au centre d'information de Samanyolu TV, le processus et la manière ne sont pas très différents qu'aux autres chaînes. Le responsable du Service des Information raconte les grandes lignes des étapes de préparation quotidiennes des journaux :

« Ce marathon commence tous les jours à 8.30 avec une réunion où le Directeur du Service d'Information et le vice-directeur discutent l'ordre du jour et commentent les événements de la veille. La réunion continue avec la participation des chefs de services. A cette séance, on prend en considération non seulement l'ordre du jour mais aussi les dernières nouvelles afin de déterminer un nouvel ordre du jour. Envers 10.30, presque 90% des esquisses du journal est complété. Ensuite, les chefs de services partent à leurs bureaux avec les dossiers concernant leur département, qu'ils devront préparer. Les correspondants partis à la recherche d'informations rentrent au centre vers 15 heures et ils voient tout d'abord les éditeurs. Effectivement, c'est aussi les éditeurs avec qui ils parlent en dernier lieu avant de partir, sur quoi préparer et comment le faire. L'information arrive encore une fois au rédacteur (pour la 5^{ème} fois), ensuite les textes et les images sont de nouveau contrôlés et l'ordre des nouvelles est déterminé. La préparation de l'ordre (de la séquence) est à la propre initiative du rédacteur. Toutefois, la priorité de l'ordre du jour et la politique de diffusion de l'institution importent également. C'est-à-dire, en importance, la propre initiative du rédacteur vient juste après les politiques de diffusion et la priorité de l'ordre du jour.¹ Et à 19 heures, « le journal télévisé du soir » est prêt pour la diffusion. En outre, un rapport concernant le journal est dressé. Une personne chargée (cela peut être un rédacteur, un chef...) regarde le journal et prépare un rapport détaillé.²

A partir de cette déclaration, les éléments que STV prend en considération pendant le processus de préparation peuvent être résumés comme suit:

- Les correspondants qui recueillies les informations doivent être polyvalents.
- Il faut être sélectif dans le choix des informations recueillies.
- Il faut d'abord choisir les informations qui seront utiles pour les spectateurs.
- Les textes des journaux doivent être clairs et compréhensibles.
- La durée (il faut préparer les journaux clairs et compréhensibles dans les meilleurs délais).

¹ A ce sujet, il convient de se rappeler de ce qu'Alain Bell dit sur les étapes de préparation d'un journal. Voir p. 54

² Entretien avec « Murat Keskin », le directeur de l'information, le 17 mars 2003

- Les informations doivent être communiquées par les images plutôt que par les textes.
- Les commentaires ne doivent pas être plus dominants que les informations.
- La répétition des informations pour renforcer.

Un élément remarquable dans la préparation des journaux quotidiens, c'est que les informations recueillies par les correspondants sont contrôlées plusieurs fois par les rédacteurs avant la diffusion. D'autre part, le fait qu'on préfère les images aux textes peut être expliqué par l'importance accordée à la représentation, comme chez la communauté Gülen.

En outre, les structures des services du centre d'information peuvent être résumées comme suit: L'un des services essentiels d'un centre d'information est celui *des informations internationales*. Cela est beaucoup plus important pour une chaîne qui vise à diffuser au monde entier. Sur la structure fondamentale et les sources d'informations du service des informations internationales, le chef du service explique: « *La source principale d'informations de la chaîne est une agence de presse, APTN, siège à Londres. Autrefois appelée WTN, l'agence est devenue APTN en s'unissant avec Associated Press. L'agence avec laquelle le service des informations internationales travaille dès le début, domine particulièrement aux pays du Moyen Orient. L'une des nos autres sources d'informations est CHA (Cihan Haber Ajansı, l'Agence d'information du Mondiale) qui diffuse dans la plupart du monde. Les quotidiens internationaux sont également des sources importantes pour le suivi des nouvelles extérieures. BBC est aussi une chaîne que l'on suit constamment, car c'est une source unique pour suivre l'ordre du jour mondial et les nouvelles de dernière minute. Les données provenant de toutes ces sources sont formées conformément à nos politiques de diffusion et sont préparées pour l'émission. On peut également utiliser d'autres ressources selon l'ordre du jour. Par exemple, Kürt-Sat (c'est un chaîne Iraque qui diffuse de l'Iraque du Nord pendant la guerre « Etats-*

Unis Irak à l'année 2003) est l'une de nos sources majeures surtout à cette période à Moyen Orient ».¹

D'autre part, le chef du service des informations internationales qui affirme qu'ils n'ont pas d'inquiétude sur les taux d'écoute TV (l'audimat), exprime leur point de vue: « *Par exemple, on examine la crise irakienne dans la perspective du monde et de la Turquie. En général, on s'aborde toutes les informations, suivant les intérêts nationaux, comme on a fait pendant la crise irakienne.* »

Le service de renseignements de la chaîne se divise en trois parties: **Renseignements Nationaux, d'Istanbul et d'Ankara**. Le chef du service de renseignements explique leurs travaux et sources des informations: « *La ressource primaire d'information est encore L'Agence Anatolie (AA, Anadolu Ajansı). L'Agence d'Information de monde (CHA, Cihan Haber Ajansı) passe ses informations à certaines heures, 10, 11, 12... Les textes arrivent, ils sont ensuite contrôlés, corrigés et préparés pour le journal. Les séquences des informations sont déterminées selon l'ordre du jour. Qu'est-ce qu'il soit à l'ordre du jour, la priorité est à lui. Les images sont bien sûr très importantes. Elles doivent être claires et de bonne qualité. Les éléments complémentaires majeurs du journal, les textes sont aussi très importants. Il faut donc absolument utiliser un langage simple et compréhensible. Quant aux taux d'écoute TV, c'est sans doute essentiel pour nous aussi parce qu'on ne dispose d'aucune autre source de données pour notre autoévaluation. On les prend au sérieux. Cependant, c'est toujours nos principes généraux de diffusion qui importent plus que des taux d'écoute. On ne peut jamais sacrifier ces principes pour obtenir de meilleurs taux. C'est l'un de nos principes fondamentaux, de prendre une distance équitable vis-à-vis des parties de l'information, tous les temps dans toutes les conditions. Par exemple, au sujet des actions pour le part du foulard islamique.*

Le chef de service de renseignements explique que la philosophie fondamentale de la chaîne est de estimer les êtres- humaines et ajoute: Parce que tous dans ce monde est créé pour les êtres-humaines. A ce point-là notre inquiétude et objectif primaires sont

¹ Dans la période de l'entretien, les relations entre les Etats-Unis et l'Irak étaient très tendues. C'est pourquoi, les ressources d'information concernant la région sont d'une grande importance.

de pouvoir servir aux gens. A savoir, notre philosophie c'est: servir aux gens et les estimer, parce que nous sommes tous des Musulmans.

Section II- Structure Idéologique :

Kemal Gülen, le directeur du service d'information, qui travaille à cette chaîne depuis sa fondation, dit que le but de la chaîne est d'atteindre tous les hommes à partir de la question « comment peut-on lutter contre la sous-éducation de l'individu, qui est une source de l'ignorance, de la décommunication, du malheur et de la pauvreté ». Seulement, il dit qu'on pourrait résoudre les problèmes en accédant, aux individus, un par un. Selon Kemal Gülen, « *la cible est l'être humaine et quand l'être humaine serait amélioré, le monde entier s'améliorera. L'être humaine commencera à influencer et à modifier ses proches (ses parentes, ses voisins, ses amies, ...etc.). Et cette modification rayonnera au monde entier* ». Par conséquent, cette expression de Kemal Gülen nous rappelle traditionnellement la compréhension de communication dans la religion : « *La croyance se forme à la conscience des individus, mais on l'apprend dans l'ensemble et avec les autres* ». En plus, Kemal Gülen définit l'identité de la chaîne comme « *basée sur la confiance, qui essaie de nouer des liens étroits entre le passé et le futur, ayant une structure conservatrice et lumineuse.* »

Il existe trois critères auxquels le centre d'information fait attention particulièrement dans la préparation des journaux télévisés :

- Etre utile,
- Faire des diffusions morales
- Etre crédible

Pour expliquer leur principe *d'utilité*, Kemal Gülen commence avec une parole de Mohammed le prophète: « *Que me protège (Mon Dieu) des sciences inutile.* Ils essayent d'expliquer le principe d'utilité à partir de cette question: *A quel degré peuvent-elles être utiles, nos informations, aux êtres- humaines et donc à la société? Néanmoins, les critères de cette utilité ne sont pas clairs, et on ne sait pas à quoi ou à qui elle appartient.* C'est à dire, le principe « *Ce qui est utile pour nous, c'est aussi*

utile pour nos spectateurs », semble être dominant. Ce principe est sans doute déterminé conformément aux doctrines fondamentales de l'ensemble à laquelle la chaîne est attachée. Et les séquences des informations sont mises en ordre selon ce principe d'utilité.

Quant au deuxième critère important, le principe de la *diffusion morale*, il est exprimé par la défense et la protection des valeurs principales religieuses. On préfère le concept moral au concept de la religion. Néanmoins, un examen des déclarations des travailleurs de la chaîne ainsi que les contenus généraux des émissions nous permet de voir qu'on met l'accent sur les éléments de la *religion* et de *l'islamisme*. Mais les travailleurs l'expliquent avec le concept *moral*. Et on essaie de le montrer en prononçant les mots religieux et en racontant des histoires comme exemplaires. Par exemple, celui qui est moral, c'est la personne qui mène une vie à la lumière des valeurs et des règles islamiques. En plus, d'après les employés, celui qui est moral, c'est aussi la personne qui est utile pour son entourage et qui aide les autres sans rien attendre au retour. C'est donc l'une des exigences de la diffusion morale d'essayer de faire adopter ces critères aux gens. Et ce dernier ne peut être réalisé que dans le cadre des règles Islamiques.

En conclusion, Kemal Gülen interprète le concept de *l'honnêteté*, prérequis pour le journalisme crédible, autour de la religion, en s'exprimant: « *Le mensonge, c'est de nier la puissance de Dieu.* » On explique tous les critères qui servent comme filtres dans le journalisme en prenant comme base les valeurs et règles religieuses au niveau métaphysique. On peut donc conclure que la chaîne possède une identité religieuse, d'une identité islamique. Et en diffusant cette identité par les écrans de la télévision, on présente une image moderne islamique. Parce que la télévision est dans sa structure un symbole de la modernité. D'autre part elle présente les images modernes de la religion vécue aux autres aspects de la vie qu'aux médias. Il est possible par exemple de rencontrer dans les journaux, des femmes avec le foulard ayant une apparence et une mode de vie modernes dans les milieux publics. En même temps, on exprime souvent, des succès du capital islamique. Par exemple, « *Gonca* » est un

magazine destiné aux enfants est très populaire parmi les tout petits avec ses publications qui les éduquent et amusent en même temps.

A partir de tout cela, Kemal Gülen répond aux questions concernant l'identité religieuse de la chaîne: *«On n'est pas une chaîne religieuse mais une chaîne conservatrice et morale qui protège les valeurs nationales et spirituelles. On n'est pas une chaîne religieuse mais juste une chaîne dont les employés sont religieux. Pourtant, on s'aperçoit des déclarations directement islamiques dans les structures institutionnelle et idéologique. Ils tentent de définir leurs principes fondamentaux par des citations et des histoires islamiques. Et à chaque occasion, on accentue l'Islam et le fait d'être Musulman. Donc, tous ces accents mettent clairement devant les yeux l'identité de la chaîne.»*

Selon Kemal la crédibilité est un principe qui se développe parallèlement aux principes d'utilité et de la diffusion morale: *«Quand on agit dans le but d'être utile et moral, l'élément de la confiance se développe. Le fait que notre chaîne n'a été censurée que pendant une journée par la RTUK est la meilleure preuve de notre crédibilité.»*

En outre d'après le chef du département d'information, un autre principe primordial de la chaîne c'est *«Le Rapport Des Faits (Vakay-ı Rapor)»*. Cela veut dire rapporter un événement tel qu'il est et donner des informations sur un événement tel qu'il s'est passé. Il n'existe pas de commentaires. Les commentaires sur l'ordre du jour, trouvent leur place dans l'émission hebdomadaire intitulée *«Critiques des Journaux (Haber Kritik).»*

Parallèlement à tous ces principes généraux, il s'exprime au sujet des indices d'écoute TV: *«Bien sûr, les indices d'écoute sont importants pour nous. C'est la seule ressource de donnée et d'auto évaluation pour nous. On parle de l'utilité et des intérêts publics, quand même il nous faut commercialement exister, survivre. Sans aucun doute, on travaille afin d'être une chaîne suivie sans renoncer à nos principes généraux.»*

Section III- Structure économique :

«Samanyolu TV » a été fondée comme une chaîne commerciale. Cependant, dans tous les entretiens avec les travailleurs du centre d'information de la chaîne, on souligne que leurs principes et compréhensions fondamentales sont plus importants que les taux d'écoute télévisuelles et la maximisation des profits. Donc, il est possible de penser que le but principal, c'est d'acquérir de la puissance idéologique. Economiquement, la chaîne est une vitrine de présentation et de marketing pour les autres institutions avec lesquelles il partage la même idéologie ainsi pour ses activités dans les autres secteurs. A savoir, on fait également la présentation du capital islamique qui fonctionne conformément aux pratiques islamiques. C'est un taux d'une forte intensification du capital islamique dans le secteur. Donc, les taux d'écoute et le but lucratif restent au deuxième plan. En précisant qu'ils font de la diffusion sociale, Faruk Örgün, l'un des rédacteurs du service d'information indique que toutes les médias en Turquie se concentrent sur *les taux d'écoute* et *les tirages* et il ajoute:« *On essaie d'être une exception. Parce que nous possédons des inquiétudes beaucoup plus importantes que les indices, et on est bien conscient que nous sommes des pionniers de la société dans tous les domaines. Il nous est très important de faire une diffusion des valeurs et de ne jamais la sacrifier. En outre comme l'attente de taux d'écoute TV élevés est au deuxième plan, on s'efforce de diriger nos dépenses plus efficacement et résoudre certaines affaires à nos propres moyens. Par exemple, au raz-de-chaussé, nous avons un atelier de menuiserie et on y construit tous nos décors, nous-mêmes. »*

Au niveau des employés, il s'agit d'un dévouement juste comme chez la Communauté Gülen. Dans notre entretien, le directeur du département d'information, Kemal Gülen, nous raconte que les employés touchent des salaires très bas et qu'il n'y a pas de grandes différences entre leurs salaires.

Si le but lucratif reste au deuxième plan à une chaîne établie aux buts commerciaux, il s'agit à ce point-là d'un objectif politique, car, les médias sont tout d'abord, des

instruments très forts pour influencer et orienter les gens. De toute façon, quand on jette un coup d'oeil aux sponsors de la chaîne, on trouve plutôt les chaînes avec lesquelles elle partage l'idéologie commune. Quant aux publicités télévisées, ce sont en majorité celles des sociétés que l'on définit comme appartenant au capital islamique. Par exemple, on peut citer la Finance Anatolie (Anadolu Finans), la Finance Asie (Asya Finans), Caprice Hôtel et le Groupe Aydınli, etc... Donc, en termes islamiques, il s'agit de la médiatisation des groupes de capital.

CHAPITRE III- ANALYSE DES JOURNAUX DE TELEVISES :

Pendant l'analyse des journaux télévisés, nous avons d'abord déterminé une période d'une semaine sur la base du critère de non-exceptionnalité. Au long de cette semaine, on a essayé de faire une analyse profonde de contenu et d'énoncés en prenant en considération certains éléments fondamentaux comme les contenus des journaux, les séquences d'informations, les textes préparés, les images et les musiques utilisées, etc.... (Pour plus savoir, voyez Annexe III)

Section I- Les structures de l'émission :

C'est une analyse concernant comment les journaux sont présentées, elle porte sur l'organisation formelle des textes des journaux. Les points importants à considérer sont l'harmonie entre la visualité et l'expression, les graphiques et d'autres énoncés symboliques utilisés dans la présentation des journaux, les interlocuteurs dans les entretiens, les personnes invitées au studio, les opinions des experts, l'attitude et l'approche du présentateur et le générique. En outre, le point le plus important pour une analyse de discours est « les textes » soutenant la visualité et l'expression. Ces textes sont les éléments clés pour renforcer des informations et faire les spectateurs les rappeler plus facilement. En plus, les textes peuvent être utilisés pour enrichir le sens de l'information.

On accorde beaucoup d'importance aux détails de l'information et à la répétition afin de renforcer la réalité des nouvelles. Parce que des informations communiquées par les journaux, peuvent être imprimées à l'esprit du spectateur sans aperçu. C'est pourquoi, mêmes les moindres détails sont vitaux.

On fait preuve d'une attitude plus impartiale dans les journaux, que dans d'autres types d'émission. Dans le processus de la préparation d'un journal, d'abord on donne des informations générales sur la nouvelle et ensuite on fournit des détails plus profonds. Par exemple, examinons la structure générale de la nouvelle sur « Le bombardement des territoires syriens par l'Israël » qui a été diffusée dans le journal principal de STV le 06.10.2003 : Cette nouvelle était la troisième dans la séquence. (La première était « l'incendie dans l'île de Burgaz » et la deuxième « la discussion sur la motion » concernant l'envoi des troupes turques en Irak.) Dans la séquence générale de la nouvelle, d'abord, la nouvelle est présentée tout simplement : « Israël a bombardé les territoires syriennes. » Après, les déclarations des autorités des deux pays et les positions générales des Etats-Unis et l'ONU sont transmises. Ensuite, les estimations sur les conséquences probables de la situation sont faites. En outre, l'histoire de la tension israélo-syrienne est traitée en grandes lignes. Pendant cette explication, le fait que cette tension ne soit pas limitée avec la Syrie, mais qu'elle existe aussi avec tous les pays arabes, est souligné. Finalement, le centre d'information de STV résume cette nouvelle avec les phrases suivantes:

- *La Syrie a appelé l'ONU à une réunion de toute urgence.*
- *La Syrie : On est capable de se défendre contre l'attaque Israël*
- *Les Etats-Unis n'ont pas apprécié la demande syrienne de condamnation.*
- *La Grande Bretagne s'est contentée de condamner l'attentat suicide.*
- *La Turquie évalue l'attentat israélien comme inacceptable.*

Une analyse générale nous permet de voir qu'on accorde plus de temps aux déclarations de la Syrie. (A ce point-là l'affirmation de la chaîne est de se situer à la même distance des deux parties, peut être questionnée.) En outre la même nouvelle est rediffusée le 07.10.2003 et le sujet est discuté ensemble entre Mahir Kaynak dites

qui c'est et Cemil Çiçek, le Ministre de la Justice. L'une des particularités notables dans leur présentation de journal, c'est la répétition de l'information dans le but de la renforcer. Une information communiquée dans le journal principal est rediffusée le jour suivant. Dans la répétition d'une information transmise d'une façon aussi impartiale que possible au cours de sa première présentation, la position de la chaîne concernant la nouvelle s'éclaire avec la manière de la présentation ainsi qu'avec les invités choisis. On constate la même chose dans l'émission intitulée « Haber Kritik ».

INFORMATION	INVITES	TYPE D'INTERVENTION	CATEGORIE
La motion sur l'envoi des soldats en Irak.	« Bedrettin Uğur » Correspondant	En direct de L'Assemblée Nationale	Politique
La motion sur l'envoi des soldats en Irak	« Fehmi Koru » Journaliste	L'invité de studio	Politique
La tension entre l'Israël et la Syrie	« Mahir Kaynak » Stratège	L'invité de studio	Politique
La question irakienne	Chauffeur de camion victime	Téléphone	Politique
La décision d'envoi des soldats en Irak	« Ekrem Dumanlı » Directeur Général du quotidien « Zaman »	Entretien	Politique
La motion	« Ahmet Turan Alkan » Auteur du quotidien « Zaman »	Extrait d'un article *	Politique

Tableau III : le premier journal de l'ordre de jours (les entretiens et les invités inclus dans la séquence du journal)

Dans les journaux, on inclut en majorité les nouvelles du quotidien « Zaman ». On fait des commentaires sur les nouvelles de ce quotidien. Au sujet de l'envoi des soldats en Irak par exemple, on prend des extraits des articles de plusieurs quotidiens, mais alors qu'on commente sur un article de chacun des autres quotidiens, on prend deux articles du quotidien « Zaman » et ces commentaires d'extraits commencent avec et finissent toujours par un article de Zaman. Cette situation peut être expliquée

* Les commentaires des articles publiés aux journaux quotidiens, concernant la motion: Ekrem Dumanlı, Mehmet Barlas, Güneri Civaoglu, Murat Yetkin, Hadi Uluengin, Ekrem Dumanlı (d'après l'ordre d'apparition) et la presse mondiale.

par le fait que les informations présentées à la première et à la dernière place sont celles dont les spectateurs se rappellent le plus facilement. En plus, dans plusieurs journaux, on n'utilise que les nouvelles de ce quotidien. A ce point-là, il est possible de supposer que « le quotidien Zaman » et « Samanyolu TV » partagent les mêmes points de vue. D'ailleurs, l'existence d'un lien idéologique est aussi acceptée par la chaîne.

A coté de ces expressions indirectes, quand on examine les nouvelles de contenu directement religieux dans une période d'une semaine, on ne rencontre pas d'énoncés religieux intensifs en quantité. Toutefois, on voit que les nouvelles religieuses dont le nombre n'est pas élevé, sont présenté intensément en termes de qualité.

DATE	NOUVELLE	SUJET	PRESENTATION	DUREE	SEQUENCE
Le 10 Octobre 2003	Nuit Sacrée de « Berat »	Le Début des Trois Mois Saint en Islam	Une Expression Littéraire, Poèmes, Prières	Très Longue Plus 4 minutes	Première Information
Le 10 Octobre 2003	Les Lycées Imam-Hatip (Religieux)	L'attitude du Premier Ministre sur le Projet de Loi de « YÖK »		Courte Moins 1 m.	Quatrième Information
Le 10 Octobre 2003	Victimes de l'interdiction du Foulard Islamique	- Les Lois d'Harmonisation avec l'UE Et le Foulard Islamique*		Longue Entre 1-4 m.	Cinquième Information
Le 11 Octobre 2003	Nuit Sacrée de « Berat»	Hier, C'était la Nuit Sacrée De « Berat »	Une Expression Littéraire et Poétique, Prières	Longue entre 1-4 m.	Dixième Information

Tableau IV : Les Informations proprement religieuses sur la période d'une semaine (Annexe III)

* - Les lois d'harmonisation avec l'Union Européenne n'ont pas eu un effet sur les femmes lésées par le port du foulard islamiques.

- 15 personnes à Malatya seront mises en prison à cause de leur participation à la manifestation pour le foulard.

- Plusieurs lycéens sont jugés pour la peine de mort (les titres principaux du journal)

Quand on examine le tableau ci-dessus, dans une période hebdomadaire déterminée, on peut observer directement un discours religieux seulement aux dates 10-11 Octobre. On voit que la première nouvelle du journal du 10 octobre 2003, est celle sur la nuit sacrée de « Berat » ; alors que c'était la tension entre les Etats-Unis et l'Irak qui était numéro 1 dans l'ordre du jour turc et mondial. Néanmoins, STV annonce la nuit sacrée de « Berat » comme première nouvelle et consacre 5-6 minutes de son journal de 45 minutes à ce sujet. En effet, la nuit sacrée de « Berat » n'est pas une nouvelle mais un rappel. D'autre part, un autre rappel intitulé « Hier, c'était la nuit sacrée de Berat » dans le journal du 11 octobre 2003, montre la sensibilité de la chaîne sur les jours sacrés. Les autres chaînes ont accordé seulement 1 minutes et 30 secondes pour cette nouvelle. En plus, sur STV, trois de cinq premières nouvelles au cours de la journée, avaient d'un contenu religieux.

Section II- Les structures de phrases utilisées et les mots :

Les phrases sont sans aucun doute des éléments clés dans l'examen des textes. Comment sont les phrases préparées? Sur quoi mettent-elles l'accent? Les réponses à ces questions sont d'une très grande importance. D'après Fowler, il y a deux types des phrases dans les journaux : phrases actives et passives. Les phrases actives sont utilisées quand on met l'accent sur l'auteur d'un acte ou quand on veut l'accuser, dans l'essentiel de la nouvelle. Au contraire, les phrases passives sont utilisées quand on néglige l'auteur de l'acte et quand on veut imputer la responsabilité à quelqu'un d'autre.¹ Il s'agit d'une influence idéologique dans la transformation des phrases de l'active à la passive. Dans les nouvelles sur le problème des coefficients appliqués aux diplômés des lycéens d'Imam-Hatip à l'examen national d'entrée à l'université par exemple : l'information est présentée directement avec une structure active comme dans la phrase suivante : « *le gouvernement a prononcé sa déclaration : il faut éliminer cette inégalité de coefficients et injustice vis-à-vis des lycées professionnels.* » Autrement dit, le sujet et l'objet de la phrase sont adoptés. Par

¹ Fowler, Roger; Language in the News: Discours and Ideology in the Presse; London, Routledge, 1991, p.

contre, avec une structure passive telle que : « *La motion sur l'envoi des soldats en Irak a été approuvée.* », l'objet et le sujet ne sont pas adoptés et ils sont rapportés.

Quand on examine les textes utilisés dans les JT entre le 6.10.2003 et 12.10.2003, on constate que le nombre des phrases actives et passives est équilibré. Toutefois, en général, tandis que toutes les informations internationales sont présentées par des phrases actives, toutes les informations de la politique interne sont présentées par des phrases passives. Et d'autres nouvelles sont présentées conformément à cette approche active/passive. Cette distinction nous montre la position de la chaîne parmi les parties politiques. Il est évidente que «AKP (Le Parti de la justice et du développement) », un parti islamique est soutenu par STV, une chaîne sensible aux valeurs religieuses. Donc, si les décisions prises par AKP sont susceptibles de la réaction publique, on les présente en atténuant leur impact, avec des phrases passives et si elles sont des décisions qui seront probablement appréciées, on les présente avec un accent et une intonation remarquable, par des phrases actives.

Un autre point essentiel dans la structure expressive des journaux, c'est le langage et la terminologie de la chaîne. On se montre sensible à l'utilisation de la langue turque. Surtout, on défend l'utilisation et la protection du « Turc ancien ». Dans l'émission intitulé « *Yeni Güne Merhaba (Bonjour La Nouvelle Journée)* », diffusée le matin, on donne les définitions des mots anciens et on essaye de les expliquer avec des exemples. En outre, dans l'entretien, le chef du service exprime leur sensibilité particulière au langage et aux mots utilisés. « *Nous avons une terminologie remarquable propre à nous et il existe certains points auxquels nous sommes sensibles. Par exemple, on essaie d'utiliser le mot «provoquer» au lieu du mot «créer», car le mot « créer » n'est pas du fait humain. L'humaine ne crée pas...* »¹

En plus, à chaque occasion, on mentionne la sensibilité à l'utilisation du « Turc pur ». Pourtant, dans la période d'une semaine que nous avons examinée, plusieurs mots d'origine étrangère ont été utilisés : *direkt, global, spekülasyon, stratejist, minimum, konsept, marjinal, skor...*etc. ; ce qui contraste avec cette prétention affirmation. En

¹ Entretien avec « Nevzat Akkuş » le chef de l'Information Internationale, 17.03.2003

conclusion, le milieu moderne où on se trouve, influence et modifie structurellement le point de vue de la chaîne.

Section III- Musiques utilisées :

Selon Postman et Powers, la musique de fond accompagnant la musique d'introduction dans la présentation des journaux, est utilisée pour un double effet. D'abord, avec une introduction musicale, on fait sentir aux spectateurs qu'il y aura des nouvelles importantes et on les emmène tout de suite à un monde d'imagination. Deuxièmement, grâce à la musique, le journal est élevé au même niveau que des rituels colorés, animés et vifs comme des opéras ou des noces.¹ Donc, les musiques utilisées accroissent l'impact du message transmis. Dans les génériques de tout type d'émissions de STV, c'est la musique mystique (religieuse) qui est utilisée. Ces musiques sont transformées aux symboles auditives avec les messages qu'on a l'intention de communiquer. Alors, les musiques utilisées forment un des éléments essentiels qui renforce les sens mystiques.

Les musiques choisies mettent d'abord l'accent sur la dimension émotionnelle de l'émission. Dans les entretiens, les responsables de la chaîne disent qu'ils choisissent les musiques d'après le sujet. Les musiques utilisées qui rendent le message plus efficace, sont celles du type spirituel qui influence le monde émotionnel de l'individu et qui renforce leur croyance. Les musiques des journaux et des émissions préparées par le service d'information, dépendent sur le contenu. Par exemple, on utilise une musique plus forte dans une nouvelle critiquant tandis qu'une musique plus douce est préférée pour une nouvelle approuvée. Conséquemment, les types et le rythme de la musique utilisés peuvent nous des indices clés pour déterminer le point de vue de la chaîne.

Quant aux autres types d'émission, les musiques sont choisies conformément au type et à la structure de l'émission. Par exemple, le générique de l'émission « Haber

¹ Postman et Powers; *Televizyon Haberini İzlemek*; İstanbul, Kavram Yay., 1996, p.128-136

Kritik » se compose des musiques fortes au rythme rapide pour attirer l'attention des spectateurs et pour les faire regarder l'émission. Au long d'émission on n'utilise pas de musique. Cependant, dans l'émission intitulée « Kimse Yok mu ? (Il n'y a personne ?) », On utilise les musiques douces, s'adressant aux cotés émotionnels des spectateurs. Surtout, dans les scènes émotionnelles, le présentateur pleure avec les familles et ces images sont diffusées lentement, accompagnées d'une musique affective. A ce point là, l'influence sur les téléspectateurs est au niveau maximum.

CHAPITRE IV- LES AUTRES TYPES D'EMISSIONS :

Quand on examine en général les contenus de toutes les émissions, on peut clairement constater le principe «d'abord la représentation, ensuite la communication », une des doctrines de la communauté de Fethullah Gülen qui détermine le point de vue principale de la chaîne. Les messages religieux dans les séries ainsi que dans les émissions culturelles et d'actualité sont accentuées par des images plutôt que par des textes. Cela veut dire que tout d'abord, visuellement les images religieuses sont présentées. Sans doute, ces types d'accent sont obtenus par les modes de vie, manière de pensée et l'apparence physique des individus. Par exemple l'idée que ceux qui ont une croyance forte et qui sont pratiquants, gagnent toujours. Les séries « Sır Kapısı », « Yusuf Yüzlü », « Bizim Aile » et « Sevgi Ana » peuvent être considérés comme des exemples. De l'autre côté, dans les « émissions culturelles et actualité les croyances religieuses sont communiquées et tout cela est renforcé par certains éléments visuels. Les émissions intitulées « İnancın Gölgesinde » et « Ufuk Ötesi » sont des exemples. Ce sont des émissions préparées pour communiquer les messages religieux. Les spectateurs sont face à une présentation religieuse intensive dans l'émission intitulée « Prizma ».

Quand les émissions sont évaluées dans la séquence générale de diffusion, il est possible de trouver hors les heures « prime time », particulièrement le matin et la nuit, des émissions dans lesquelles il existe une présentation religieuse intensive (directe ou indirecte). On suppose selon des enquêtes, que le public visé est devant l'écran à

ces heures. Donc, il est possible de conclure qu'on vise à renforcer et protéger les opinions de ce public. Toutefois, surtout on fait attention aux structures des émissions aux heures de « prime time » (particulièrement aux JT) et on agit sur la représentation et évite les accents religieux remarquable. La représentation gagne plus d'importance et la présentation est effectuée au moyen des symboles. Mais, même le moindre détail du contenu religieux est inclut.

Section I- Les émissions réalisées par le Service d'Information :

Il s'agit d'une grande variété des émissions comprenant l'économie, la culture et les sports au programme de Samanyolu TV. Pourtant, une analyse sur les contenus de ces émissions nous montrent qu'on met plus d'accent sur les valeurs religieuses, surtout dans les séries télévisées, le mode de vie islamique est exposé et encouragé. Les expressions et les situations renforçant les valeurs fondamentales religieuses, sont fréquemment utilisées.

A coté des émissions préparées directement sous le titre la religion, il existe également des émissions qui accentuent indirectement les éléments religieux.

EMISSION	IMAGE RELIGIEUSE	PAR QUI/ PAR QOUI
AYKIRI	Indirect	Par les expressions
AÇI	Indirect	Par les expressions
HABER KRİTİK	Indirect	Par les invités et les expressions
PAZAR SOHBETİ	Indirect	Par les expressions
MERHABA YENİGÜN	Indirect	Par les expressions et les images

Tableau V : Les émissions préparées par le centre d'information

En résumé, on analyse à l'émission « Haber Kritik » comme un exemple : L'émission préparée par le centre d'information est diffusée en direct chaque jeudi soir par le présentateur Haluk Örgün. Son contenu est choisi parmi les sujets d'actualité.

Dans la session choisie au hasard, le sujet de discussion était « le Projet de Loi de YÖK » et « L'amendement Constitutionnel ». Dans l'émission qui a été effectuée avec la participation de trois professeurs du droit journaliste, l'attitude du gouvernement sur ce sujet ainsi que les changements visés ont été discutés sur le plan juridique, social et politique. Il n'existait pas d'expression religieuse intensive, car l'émission continuait par les discours des invités. En plus, l'émission se déroulait dans une atmosphère où les participants partageant les mêmes opinions traitaient d'aspects différents de la situation actuelle au lieu de faire un vrai débat. L'intervention du présentateur était minimale et limitée à quelques commentaires. Donc, la position de la chaîne sur le sujet n'était pas évidente.

A la semaine suivante, on a continué la même discussion. Cette fois-ci, les invités étaient un professeur et trois journalistes. Il faut souligner que deux des ces trois journalistes travaillent dans ce qu'on appelle «la presse islamique ».

En conclusion, « Haber Kritik » est une émission qui n'inclut pas ou qui inclut très peu d'éléments religieux dans sa propre structure. En outre, c'est une émission où on essaye d'expliquer les valeurs et les principes religieux d'une manière indirecte.

Section II- Les émissions d'actualités :

Les émissions culturelles et actualité sont les émissions fondamentales qui reflètent le point de vue et les principes d'une chaîne de télévision. Ce point de vue est accentué par les contenus des émissions et la manière de présentation. Plusieurs éléments tels que les sujets traités, les images, les mots choisis, et les façons de présentation sont déterminés par ce point de vue. Ce dernier peut être constaté intensivement d'une manière directe et indirecte dans les structures et contenus généraux des émissions de

STV. En outre, il existe des émissions avec des contenus directement religieux sous le titre d'émissions culturelles. Dans ces types d'émissions, les modes de vie islamiques ainsi que des éléments de représentation et de communication religieuses sont présentées à priorité.

EMISSION	CONTENU RELIGIEUX	COMMUNICATION	PRESENTATION	MODE DE VIE
İNANCIN GÖLGESİNDE	Très intense (direct)	Direct	Direct	Direct
PRİZMA	Très intense (direct)	Direct	Direct	Indirect
UFUK ÖTESİ	Très intense (direct)	Direct	Direct	Indirect
AYNA	Intense (indirect)	Indirect	Indirect	Indirect
KİMSE YOK MU ?	Intense (indirect)	Direct	Direct	Direct
MACERACI	Moins intense (indirect)	Indirect	Indirect	Indirect
SABAH ÇAYI	Moins intense (indirect)	Indirect	Indirect	Indirect
SAMANYOLU KONU KLARI	Moins intense (indirect)	Indirect	Indirect	Indirect
MAKUL ÇÖZÜM	Moins intense (indirect)	Indirect	Indirect	Indirect

Tableau VI: Emissions culturelles et d'actualités

Sous-Section I- Une émission : « Kimse Yok mu ? »

L'émission « Kimse Yok Mu ? » diffusée en différé chaque mercredi à 21h30 est présentée par İkbâl Gürpınar. Cette émission vise à agir comme intermédiaire entre ceux qui ont besoin d'une aide et ceux qui veulent les aider. A chaque émission on fait contact entre deux familles, ensuite, on arrive chez la famille en besoin, accompagné par la famille jumelle et on détermine chacun de leurs besoins. On essaye de satisfaire à ces besoins par l'appui des commerçants et artisans locaux (ce qui a pour but de rappeler la solidarité corporatiste qui occupe une place importante dans l'organisation hiérarchique de la Communauté Gülen).

Il ne s'agit pas d'un contenu ou d'une expression directement religieux dans l'émission, cependant, un discours intensément religieux basé sur certains symboles est présent. Par exemple, on se salue conformément aux styles religieux comme « Selamün Aleyküm ve Aleyküm Selam », « Allah'a ısmarladık (Au revoir) », « dualarınızı bizden eksik etmeyin (Priez pour nous.) », « sizin dualarınızla ayakta kalıyoruz (On survie par vos prières) »...etc. On constate également une représentation religieuse, soit des éléments intensifs symbolisant la religion. Par exemple, dans l'émission que nous avons suivie, le foulard islamique porté par la femme de la famille jumelle, symbolise un mode de vie islamique. D'autre part, la femme de la famille jumelle porte toujours le foulard dans les émissions précédentes.

Un autre point important c'est qu'on parle avec chaque personne rencontrée et qu'on essaye de créer un lien réel avec elle. On souligne donc, l'importance des relations interpersonnelles.

Sous-Section II- Une émission religieuse : « İnancın Gölgesinde »

Certes, les émissions religieuses ont une place importante dans le flux général de la chaîne. Dans les émissions religieuses, certains télévangélistes utilisent la télévision comme un prolongement de leur pratiques pastorales habituelles : Présentation de culte en tant que la solidarité, la conscience commune et le mode de vie, avec prédications traditionnelles.

En tant qu'une émission qui possède directement un contenu et une expression religieux, « İnancın Gölgesinde », présentée tous les jours à 9h30 par Faruk Vural se compose de quatre parties.

Première Partie « Düşünce Atlası » : Dans cette partie l'ordre de la nature est raconté avec une approche scientifique. On essaye d'expliquer l'existence de Dieu par des images de la nature : « *Et tous chose le raconte... »*

Ensuite, un concept religieux est exprimé. (Dans la session choisie, c'était le concept de « Sila-i Rahim ».) On mentionne l'importance de ce concept au regard de religion. En outre, les explications se complètent par des remarques d'un professeur de théologie. Le concept est renforcé par des expressions et des histoires religieuses. En plus, on cite l'importance de ce concept en termes nationaux (nationalité turque), donc, dans les deux premières parties, on présente l'Islam et l'existence de Dieu avec une approche scientifique.

Deuxième Partie « Kırık Mızrap » : Dans cette partie, on récite un poème avec l'expression « élixir de vie pour nos cœurs ». Une expression intensément religieuse domine le contenu du poème et les images. En d'autres termes, les objectifs de la communication et la représentation sont présentés tous ensemble.

Troisième Partie « Münacat » : Dans cette partie, on fait des prières à l'accompagnement des images de la nature.

Quatrième Partie « Posta Kutusu » : Dans cette dernière partie, aux questions religieuses provenant des spectateurs sont répondues par une femme avec un foulard blanche et dont le visage est flou parmi les images obscures.

En conclusion, l'émission directement religieuse « İnancın Gölgesinde » a pour but de présenter la communication et la représentation de la religion. Avec son énoncé intensément religieux, l'émission vise à créer les liens avec les spectateurs par voie postale. Un autre point remarquable est que les noms des parties de l'émission sont les mêmes que les titres de certaines œuvres de Fethullah Gülen.

Section III- Les séries et feuillets :

En face du média, les individus entrent dans un certain état d'esprit avec une image concernant la société, l'intermédiaire et soi-même. Cette position est un processus où l'expression commune unissant l'individu et l'intermédiaire, est adoptée. Plusieurs

sentiments communs sont formés entre le téléspectateur et les personnages fictifs. Aucun contenu n'est impartial. C'est la façon de se réunir du récepteur et de l'intermédiaire, qui donne son propre sens à chaque contenu. Le récepteur sélectionne une position pour lui-même en face de tous les types de contenu informatique. La position choisie par l'individu est celle qui avait été désignée par le média. Donc, il ne s'agit pas d'une impartialité ou objectivité pour le récepteur en face du média. En conclusion, l'individu récepteur participe au contenu et prend la position de la partie qui a raison dans l'histoire et ainsi il s'identifie avec le héros ou réagit contre des phénomènes qu'il ne peut pas accepter. Alors, les sujets traités et les images présentées dans les séries télévisées ont un effet indirect sur l'individu. Les personnes qui sont à la charge de la préparation de l'émission, supposent que les spectateurs vont s'identifier avec le héros et imiter ses attitudes, pensées et comportements à sa propre vie. A ce point-là des séries sont essentielles pour la présentation de la manière de pensée par les voies indirectes et effectives.

Parmi tous les types des émissions sur STV, les particularités du contenu, mode de vie, représentation et communication religieux le plus intenses sont observés dans les séries. Par exemple, il faut examiner la présentation de la série de « Yusuf Yüzlü » sur la cité d'Internet de la STV, la série est décrite par des termes métaphysiques : « *Dans cette partie de la série, Yusuf (un garçon) parle d'un hôpital étant nécessaire pour les enfants malades à Monsieur Sadri qu'il a rencontré dans l'hôtel qu'il est emmené par un main mystique.* » Dans celui-ci, le terme de « *un main mystique* » explique une forme d'expression religieuse. Il est possible souvent d'observer avec un style d'expression aux autres parties de la série et les autres séries. En outre, une puissance métaphysique aide souvent Yusuf et aussi il prie d'une manière permanente Allah dans la série.

Surtout la particularité de la représentation sur laquelle la Communauté Gülen insiste, est observée le plus fréquemment aux séries. Mais, dans « *Sir Kapısı* » qui est plus différente que les autres séries, est raconté trois sujets différents et ces sujets ne sont pas dépendance aux uns des autres. Et, il sera plus vrai évaluer et réfléchir comme les feuilletons à toutes ces séries.

EMISSION	CONTENU DE RELIGIEUSE	COMMUNICATION	PRESENTATION	MODE DE VIE
HEKİMOĞLU	Moins	Moins intense	Intense (indirect)	Intense
SIR KAPISI	Très intense	Très intense	Très intense (direct)	Très intense
YUSUF YÜZLÜ	Très intense	Très intense	Très intense (direct)	Très intense
SEVGİ ANA	Intense	Très intense	Très intense (direct)	Très intense
HAYATIN İÇİNDE	Très intense	Très intense	Très intense (direct)	Très intense

Tableau VII : Le lien entre les séries et les images religieuses

En conclusion, il est possible de constater l'existence d'un contenu religieux plus intense et plus direct surtout dans les séries, parce qu'on croit que ce contenu religieux a une plus grande influence sur les téléspectateurs.

CONCLUSION

En général, les plusieurs développements qui avancent avec la technologie, qui peuvent modifier aux pratiques de la vie quotidienne, qui peuvent les reformer, qui peuvent les ordonner, ils transforment et reconstruisent les relations sociales et individuelles, aussi voir des relations étant plus conservatisme et plus traditionnelle.

Dans les structures traditionnelles, l'individu qui vit efficacement aux relations et à l'interaction parmi les humaines, n'a pas besoin des moyens qui influencent les associations sociales, qui lui entourent les formations, les relations de la production ou qui vont assurer à y participer. Dans la société traditionnelle, l'individu existe dans la structure de la communauté qu'il senti absolument son existence dans les relations concrètes. La communauté est un milieu où on remarque les raisons et les solutions de la production culturelle (les valeurs, les normes, les relations, les associations...) différent du concept de la masse et de la foule. Il y a des mécanismes héréditaires qui précisent le rôle et les comportements de l'individu. Dans ces mécanismes héréditaires, l'individu ne se percevait pas différemment. Il y a quelques lois dures, dictateurs, inchangés de la communauté. Tandis que le modernisme avant tout est l'abandonnement de l'ancien. Dans ce sens, le modernisme et la tradition sont les deux côtes qui ne s'entendent pas. L'enlèvement de toutes les institutions et de toutes les relations traditionnelles est la déclaration du modernisme. Par conséquent, l'un des moyens du modernisme qui affaibli cette structure traditionnelle, sont les médias de masse

En premier lieu, les médias de masse dirigent l'individu à comporter comme tout le monde en suggérant ce que tout le monde fait. Surtout tout le monde qui est dans la conscience de l'individu forme le phénomène de tout le monde. L'individu accepte de rester tête à tête avec le medias et entrer à son univers. Dans le processus de l'information, toutes les personnes qui sont dans la conscience de l'individu se manifeste à la manière plus concrètement et on facilite à l'adaptation dans ce milieu

anonyme de l'individu. Pendant le changement de la persuasion commence par l'information, l'individu s'approprie la forme du comportement prévu au nom de tout le monde. Et puis, on va faire à tout chose pour l'individu sous le nom de penser comme tout le monde, de comporter comme tout le monde et d'être l'un de tout le monde. A cet effet, la réalité pour l'individu atomisé de la masse est l'univers que les medias de masse a symbolisé. Par conséquent, la structure traditionnelle de la religion et les médias de masse qui sont les plus importants moyens du modernisme sont des associations face à face structurellement. L'utilisation des médias de masse par la religion ne signifie pas le changement de la structure traditionnelle. C'est-à-dire, la religion commence à apparaître dans le domaine politique avec les médias de masse et à convertir à une structure moderne. De cette manière, elle commence à se reconstituer et à être associative structurellement.

La Turquie aussi, après des années 1980 avec l'existence de l'Islam rapidement de l'éducation à la politique, du tourisme à la mode et au début des années de 1990 avec la participation des activités des médias de masse commence à être associative. Par conséquent, l'Islamisme, en tant qu'indépendant des stratégies politiques, change aux définitions Islamiques, crée les nouveaux acteurs, composent les nouvelles faces, juge la validité de l'identité religieuse et du modernisme. L'objectif essentiel est atteindre à une identité et à un but collectif. C'est la raison pour laquelle, il est important d'entrer au domaine de média afin d'atteindre à ce but collectif. De cette manière, la télévision est un domaine plus important où la capitale Islamique a parlé de leur discours. Car, il est évident que ces discours peuvent s'étendre à une vaste collectivité d'humain à la manière plus influente. En conclusion, la religion est obligée de s'adapter au modernisme pour pouvoir exister à l'univers. Mais elle se rend compte que les valeurs traditionnelles qu'elle possède doivent être protégées ou elle reste dans la structure traditionnelle, elle ne va pas s'exprimer à l'univers moderne (que cette situation peut causer à sa disparition) ou malgré tout elle va chercher des façons pour s'exprimer dans l'univers moderne. Et cette situation cause à des images « *hybrides* » comme dit Nilüfer Göle.

L'une des plus importantes des exemples est « Samanyolu Televizyonu » qui prend des soutiens et qui est fondée sur la base de « la communauté de Nur » qui est un mouvement Islamique. Car, elle est la représentant, le supporter et l'orateur d'un mouvement au loin d'être une association commerciale. Parce que, STV est une chaîne privée, mais n'est pas commerciale. Comme dans l'exemple de STV, la religion essaie d'utiliser les moyens du modernisme pour sa signification religieuse. En plus, dans cette situation moderne, elle essaie de protéger et de continuer ses propres valeurs traditionnelles. D'abord, elle essaie de l'assurer dans les séries télévisées où « le style de vie religieuse » est présenté intensivement. Par exemple, « *Sir kapısı* » (la Porte de Secret) et « *Yusuf Yüzlü* » (en visage de Yusuf) sont les exemples les plus importantes des séries télévisées. De l'autre cote, les propriétés de « s'aider mutuellement », « participer » et « être voue » (c'est entièrement l'un des apprentissages essentiels de la communauté de Nur) sont directement remarquées dans le programme de « *Kimse Yok Mu?* » (Il n'y a pas personne?) Tandis que les programmes d'informations ont une approche impartiale dans les sujets religieux. Mais, de temps en temps, on remarque que les informations et les renseignements religieuses se placent dans les premiers ordres dans les écoulement informatiques et sont réserves plus de temps que les autres informations. En plus, les publicités et les firmes sponsors sont des associations qui ont une liaison plutôt plus mentale avec la chaîne. Par exemple, le magasin d'« *Aksiyon* », le journal de « *Zaman* » et le magasin d'enfant de « *Gonca* », l'assurance d'« *Işık* », le magasin de « *Sızıntı* » et « *Asya Finans* »...etc. D'une côte, les mots sont utilisés dans « les journaux télévisés » et les attitudes des directeurs sur ce sujet, montrent qu'ils ont un discours religieux intime. D'autre côte, lorsque on regarde le profil des travailleurs, il existe d'être voue sous le nom d'un devoir sacre (en s'appuyant sur les informations données par les travailleurs) comme dans les professeurs de la communauté de Gülen qui donne des éducations au pays Turc et la majorité des travailleurs d'hommes est intéressants. De plus, les travailleurs de femmes, qui sont peu de nombreuses se voilent en s'accordant à la mode crée d'Islam. C'est-à-dire, STV en présentant l'imagination moderne de la religion, essaie de protéger et de faire continuer par l'écran les valeurs et les compréhensions qui sont dans la communauté. Et, elle essaie d'assurer les liens actifs qui sont dans la communauté traditionnelle par l'écran de télévision. Par exemple,

dans la partie de « *Posta Kutusu* » (la boîte de poste) de l'émission de « *Inancın Gölgesinde* » (à l'ombre de la croyance), on essaie de répondre aux questions religieuses posées par les femmes en voile blanche. Dans l'émission de « *Kimse Yok Mu?* », la compréhension de participer et de s'aider mutuellement sont présentées. D'autre côté, on essaie de présenter les principes de la chaîne en s'appuyant sur des symboles surtout intensivement dans les programmes culturels et documentaires. Surtout l'organisation de la nature est expliquée scientifiquement et à la fin de l'émission on essaie d'accentuer que cette organisation est créée et dirigée par un pouvoir. De cette manière, on marque sur des relations entre la beauté artificielle de la nature et « le Créateur Absolu ». En outre, avec les émissions de télévisées qui sont enrichies à l'imagination, la communauté de Gülen peut donner l'apprentissage qui s'atteint au Créateur avec l'harmonie de la nature dans l'espace public. Par exemple, dans l'émission de « *Inancın Gölgesinde* » sur STV, les images de la nature et de l'espace données par la parole de « toute chose l'explique », le vérifient. En général, STV porte la propriété d'être la représentant du groupe religieux qu'elle possède. Car, en toute occasion les œuvres de Said-i Nursi sont présentées et on donne la place aux informations même les plus petites de Fethullah Gülen et on essaie de former un ordre du jour sur ce sujet. De plus, en parallèle de celui-ci, la chaîne définit sa compréhension et son point de vue associatifs comme « qui protège les valeurs nationales et qui est sensible aux valeurs religieuses. » En conclusion, « la télévision de Samanyolu » à la fin de ses activités objectives et rationnelles, est un exemple de l'association de la religion par conséquent, de l'imagination moderne de la religion. De cette manière,

- L'intimité religieuse dans la communauté est emportée dans l'espace public par la télévision.
- On est présenté un style religieux en utilisant la télévision qui est un symbole du modernisme.
- De plus, avec ce mode de vie présenté, on est exposé le passage de la religion du traditionnel au modernisme.
- En outre, elle devient en une structure capitaliste en s'adaptant au monde moderne.

« La Communauté de Gülen » qui a une structure de la communauté traditionnelle et qui est fondée sur « le Mouvement Islamique de Nur », en emportant son propre discours par « les maisons de la communauté » sur l'écran de la télévision avec STV, donne des signaux d'un changement fondamental au sens structurel à la fois qu'elle est en contradiction avec la structure de sa propre genèse. Car, la communication dans la communauté, les fondations des médias de masse au outil de communication et de représentation symbolisent le passage à l'association. Et, la compréhension collective de la communauté est assurée par ces médias de masses. Tandis que les médias de masse sont des moyens du modernisme au point de vue structurelle et le modernisme signifie la rationalisation, la sécularisation et l'individualisme. De cette manière, avec l'utilisation des médias de masse, la religion se change en sens structurel au modernisme.

Par conclusion, bien que la religion se modernise, elle tâche de perpétuer sa structure de communautaire traditionnelle en utilisant les outils de la modernité. Sa structure de traditionnelle, les relations religieuses, les formes de comportements, ses points des vues et ses approches aux situations et aux événements exposent un mode moderne par ces outils. Par conséquent, tous ceux-là exposent plus activement par les médias. Parce que, auprès de la « notification » de la religion, l'un des éléments qui la renforcent, est la particularité de « présentation ». A ce point l'expression orale soutenue avec l'expression visuelle est très importante pour les groupes religieux.

A decorative graphic consisting of a series of parallel diagonal stripes in a light pink color, forming a wide, horizontal band across the middle of the page. The stripes are arranged in a pattern that creates a sense of depth and movement.

ANNEXES

ANNEXE I :**GUIDE D'ENTRETIENS :**

L'objectif d'entretien : Pouvoir déterminer l'identité que la chaîne possède en partant des points de vue des travailleurs de service d'information.

Le cible d'entretien : S'entretenir avec les travailleurs.

1. Etapes :

En générale reconnaître au service d'information :

2. Etapes :

En générale reconnaître aux travailleurs au service d'information :

On a utilisé la forme de reconnaissance, en suivant, pour reconnaître, en générale, les travailleurs, en suivre ;

La forme de reconnaissance :

AD :

SOYAD :

1- () KADIN () ERKEK

2- KURUMDAKİ GÖREVİNİZ :

3- YAŞINIZ :

4- EĞİTİM DURUMUNUZ :

5- EN SON EĞİTİMİNİZİ TAMAMLADIĞINIZ ALAN :

6- ÇALIŞTIĞINIZ ALANLA İLGİLİ KATILDIĞINIZ KURS VE SEMİNERLER :

7- KAÇ YILDIR BU KURUMDA ÇALIŞIYORSUNUZ ? :

8- BU KURUMDA ÇALIŞMAYA NE ZAMAN VE NASIL BAŞLADINIZ ? :

9- SİZE GÖRE STV'NİN EN HASSAS OLDUĞU İLKE NEDİR ? :

10- SİZE GÖRE HABERCİLİKTE Kİ EN ÖNEMLİ BEŞ İLKE NEDİR ? :

11- NEDEN STV ? :

3. *Etapas* :

Entretien semi directive au directeur du service d'information et aux chefs de service :

Les personnes qui s'entretient :

Kemal Gülen, Le directeur du Service d'Information, diplôme de maîtrise de droit

Murat Keskin, Le directeur de l'Information, diplôme de maîtrise d'histoire

Remzi Ketenci, Le chef du service renseignements, diplôme de maîtrise de communication

Nevzat Akkuş, Le chef du service de Journaux Internationaux, diplôme maîtrise de communication

Faruk Örgün, Le chef des éditeurs, diplôme de maîtrise et DEA de communication

Le cadre général des questions d'entretiens :

- 1) Samanyolu TV olarak genel olarak kuruluşunuzdan, yapılanmanızdan ve kuruluş amaçlarınızdan bahsedebilmisiniz ?
- 2) Dünya çapında yedi kıtaya yayın yapan bir televizyon kanalsınız. Neden kendi içinizde büyümek yerine dünya çapında genişlemeyi tercih ediyorsunuz ?
- 3) Kendinizi ne kadar ticari amaçlı bir kanal olarak değerlendiriyorsunuz ? Bu noktada reytingleri ne kadar önemsiyorsunuz ?
- 4) Yapısal olarak televizyon ideolojik bir araç olarak kullanılabilir mi ? Ticari amaçlı kurulan bir kanal olarak, bu nokta da ekonomik ideoloji mi yoksa toplumsal ideoloji mi daha ön planda olmalıdır ?
- 5) Düşünsel, kurumsal ve ekonomik açıdan kendinizi nasıl bir bakış açısıyla, nasıl bir kimlikle tanımlarsınız ?
- 6) Ekonomik ve fikri birlik içinde olduğunuz kurumlar var mıdır ? bunları sıralayabilmisiniz ?
- 7) İletişim araçlarına, özelliklede televizyona bakışınız nasıl (izlerkitleyi bireyselleştirme, yabancılaştırma ve ekrana dayanan kollektif bir bilinç oluşturma konusunda) ?
- 8) Modern zamanların en önemli ve en etkin aracı olarak televizyonu ve modernizmi birarada nasıl değerlendiriyorsunuz?

- 9) Genel olarak tüm program içeriklerinize baktığımızda (dizilerde, magazin ve aktüalite programlarında) muhafazakar bir sunumla karşılaşılıyor. Bu konuda ne düşünüyorsunuz ?
- 10) Genel anlam da milli ve manevi değerlere sahip çıkma sorunundan hareket ettiğinizi söylüyorsunuz. Bu milli ve manevi değerler nelerdir ?
- 11) Muhafazakarlığı ve modernliği bir arada nasıl değerlendiriyorsunuz ?
- 12) Türkiye'deki medya ortamını nasıl değerlendiriyorsunuz ? Kendinizi bu medya ortamında nereye koyuyorsunuz ?

Haber merkezi üzerine (sur le service d'Information) :

- 1) Sizin için haberin günlük yaşamdaki öneminden ve etkisinden kısaca bahsedermisiniz? Ve habercilikte olmazsa olmaz temel ilkeler nelerdir ?
- 2) Genel olarak günlük haber hazırlama aşamalarınızdan bahsedebilmisiniz ?
- 3) Haberlerin hazırlanmasında temel alınan unsurlar nelerdir ? Hassas olduğunuz konular nelerdir? Yani nasıl bir haber akışınızda yer alabilir yada nasıl bir haber yer alamaz?
- 4) Haber akışlarınızı nasıl oluşturuyorsunuz?
- 5) Kişisel ve kurumsal yaklaşımlarınız ve bakış açılarınız haber içeriklerini ne kadar belirliyor ve yönlendiriyor?
- 6) Habercilikteki temel kriterleriniz nelerdir?
- 7) Haber metinlerini nasıl oluşturuyorsunuz ve nasıl bir dil kullanıyorsunuz? Bu konuda kendi belirlediğiniz bir terminolojiniz varmı?
- 8) Haberlerde metinler ve kullanılan görüntüler ne kadar önemli ve öncelikli olan hangisi ve neden?
- 9) Müzikleri nasıl belirliyorsunuz?

ANNEXE II :

LES CATEGORIES D'INFORMATION (6-12 OCTOBRE 2003)

Périodes / Catégories	6 Octobre		7 Octobre		8 Octobre		9 Octobre		10 Octobre		11 Octobre		12 Octobre		TOTAL
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	
Politique	5	%21.5	7	%35	5	%20.5	7	%31.5	5	%20.5	5	%23.5	4	%16.4	38
Economie	4	%17.2	5	%25	5	%20.5	3	%13.5	1	%4.1	3	%14.1	3	%12.3	24
Journaux Internationaux	5	%21.5	2	%10	3	%12.3	3	%13.5	2	%8.2	3	%14.1	3	%12.3	21
Magazine	1	%4.3			2	%8.2	1	%4.5	4	%16.4	3	%14.1	5	%20.5	16
Société/ Actualité	6	%26	3	%15	5	%20.5	3	%13.5	6	%24.6	4	%18.8	4	%16.4	31
Santé	1	%4.3	1	%5	1	%4.1	2	%9			1	%4.7			6
Education	1	%4.3	1	%5	4	%16.4	2	%9	1	%4.1	1	%4.7	1	%4.1	11
Sport			1	%5			1	%4.5	3	%12.3	1	%4.7	4	%16.4	9
TOTAL	23	%100	20	%100	24	%100	22	%100	24	%100	21	%100	24	%100	158

ANNEXE III:**UNE REPORTAGE AVEC KEMAL GÜLEN SUR L'INTERNET DE STV¹****« İzleyici, bizden yalan haber dinlemedi » Kemal Gülen**

Question: Yayın dünyasında bazı kuruluşlar haberi ilk olarak vermekle ön plana çıkıyorlar. Sizin iddianız ise güven vermek. Haberi ilk olarak öğrenmekle, doğru olarak öğrenmek arasındaki ince çizgiyi nasıl tanımlıyorsunuz?

Kemal Gülen: Haberi hızlı vermek tabii ki çok önemli. Ama hızlı ve güvenilir haber en önemlisi. Test edip, sorgulayıp belgelerle habercilik yapmak ama bunu hızlı yapmak hedefimiz.

Q. : Ülkemiz ve dünya 2003 yılında çok kötü dönemler geçirdi. Savaşın yanı sıra terör saldırıları, rejim tartışmaları vs... Bu zor günler süresince, Samanyolu Haber servisi meslek ilkelerinden sapmadı. Samanyolu Haber Merkezi, dünya medyasının yönlendirmelerinden nasıl korundu?

K.G.: Faydalı- ahlaklı- güvenilir; bu üç unsur bizim habercilik anlayışımızın saç ayağı. Haber yapmak için haber yapmıyoruz. Faydalı haber, ahlaklı haber yapmaya çalışıyoruz. Görüntüleri titizlikle seçiyoruz. İlkelerimizden taviz vermeden, dünya medyasının kendi lehine yaptıkları propagandaların bu ülkeye faydalarına bakarız. Bizi dünya medyası yönlendiremez. Taraf olmak, medyada süreci zorlaştırır. Taraf olamamayı başarabilerseniz, taraflara eşit davranabilerseniz herkesle iyi geçinirsiniz. Biz tarafsızlığı başardık. Herkese söz hakkı verdik. Bunu yaparken de, haberciliğin gereği olduğu için yaptık. Kimseye iftira etmedik, bir haberimiz tekzip görmedi. İzleyici, yalan haber dinlemedi. En önemlisi de haberci, samimiyetini kaybedince seyirciye bir şey veremez.

¹ <http://www.samanyolu.tv/index.php?prgID=&ktgID=32&prgRoportaj=4>, visiter le 12.07.2004

Q: Türk halkının dili yanlış kullanımında medyanın önemli bir rolü var. Siz dilin güzel kullanımı için özel bir çaba harcıyor musunuz?

K.G.: Dil, kültürler arası iletişimi sağlar. Dili korumazsak ne kültür, ne sanat, ne edebiyat ne de din korunabilir. Dil, dünle bugün arasında köprü olmalı. Dünün kelimelerini, değerlerini yaşatabilmeliyiz. Zaten bizim işimiz Türkçe'nin güzel kullanımı. Dili güzel kullanabilmek, milli ziyafettir. Biz haber metinlerine ve programlarımızda kullanılan dile çok dikkat ediyoruz. Türkçe, dünyada bir sanat dili olmalı. "Dilimi bilirse beni tanır, sever ve düşmanlık kalmaz." Samanyolu Haber'in işte böyle bir misyonu var.

Q: Halkın medyadan beklentisi nedir, size göre?

K.G.: Geleceğe güvenle bakabilmek ve kendisini geliştirebilmek için kişi, iç ve dış politik gelişmeleri takip etmeli. Bilme işi medya ile olur. Medya, temsilci avukat gibidir. Olayları halka taşır. Halk olaylar hakkında direk bilgi alma gücüne sahip değildir. İş medyaya düşer. Haber verilir, analiz yapmak halka kalır. Haber- yorum ayrı olmalı. Haberci yorum yaparsa, özgün düşünmeyi halkın elinden almış olur. Medya, halkı beslemek zorundadır. Sorumlulukları fazladır. Aydın olmak bunları getirmelidir. Halkı eğitmek yükümlülüğü vardır. "Halk istiyor" bahanesi ile iğdiş edilmiş, ahlaksız yazıların altına imza atamaz, medya mensubu. Medya, insanlara ufuk vermeli.

Q: Medyada, nasıl bir oto kontrol olmalı?

K.G.: Her şeyden önce medya denen unsur, insanlardan oluşuyor. Çevresine duyarlı yetişmeli insan. Medya yöneticileri de okuyucuya zarar verebilecek şeyin kendisine de zarar verebileceğini görürse oto kontrol gerçekleşir. Duyarlılığın yanı sıra, medya mensubu felsefi hareketleri, düşünce dünyasını iyi takip etmelidir. Böylece insanları birleştirme misyonunu kavrar. Medya yöneticileri ile çalışanları arasındaki diyalog artırılmalıdır.

Q: Habercilik özel hayatınızı nasıl etkiledi?

K.G.: Habercinin özel hayatı yoktur.Hayata nereden bakarsa orada bir haber götür. Tüm bunlardan kalan vaktini ailesi ile geçirir.

Q: Samanyolu Haber'i nasıl tanımlarsınız?

K.G.: Milletin, devletin menfaatlerini her şeyden önde tutan, değerlere saygılı bir kurumuz. Titiziz ve sorumluluğumuzun çok fazla olduğunun farkındayız. Samanyolu Haber olarak seyirci ile aramız çok iyi. Bizi iyi hissediyorlar, aileden biri olarak görüyorlar. Bizde ailemize hiç yanlış yapmadık.



ANNEXE IV :**UN TEXTE DE PRESENTATION DE SAMANYOLU TV SUR L'INTERNET¹**

Türkiye'nin yenilenen dünyada yerini alması ve çağdaş hedeflere ulaşmasına katkıda bulunmak için, 13 Ocak 1993'te Samanyolu televizyonu doğdu. O günden bu yana, Samanyolu televizyonu çok gelişti çok büyüdü. Her bir yapımı ayrı ayrı gönüllerde taht kurdu.

Sır Kapısı, efsaneye dönüştü. Yüksek bütçeli yapımları, izlenme oranlarıyla geride bıraktı defalarca. Halktan aldığı güçle zirveye oturdu. Bir Sır Kapısı-2 olarak yayın hayatına giren Sırlar Dünyası da tıpkı Sır Kapısı gibi, büyük ilgi gördü. Yaşanmış hayat hikayeleri, kaliteli dramalar halkın yanı sıra medyada da büyük bir heyecana neden oldu. Bunu raitinglerden anlamak mümkün.

Bulaşık yıkayan, temizlik yapan, gömlek-pantolon ütöleyen, toz alan delikanlılar... Sokakta simit satan, seyyar satıcılık yapan genç kızlar... Yüzük Taşı, Türkiye'de bir ilke imza attı. Ünlü olmayan, sıradan genç çiftleri yarıştırdı. Çok renkli, çok komik bir o kadar da faydalı yarışmalar ortaya çıkardı.

Anadolu manzaraları programı Maceracı'ya, gülen yüzleri ile Anadolu insanı konuk oluyor. Saim Orhan'ın gezip gördüğü farklı coğrafyaları renkli bir dille anlattığı AYNA; insan-kültür mozağının yansıdığı bir kelebek gibi ... Oradan oraya uçmaya devam ediyor.

Yusuf Yüzlü, kısa zamanda tüm çocukların gönlünde taht kuran yeni yerli dizilerden biri. Sadece Yusuf değil, Hekimoğlu'da bir sembol oldu.

¹ <http://www.stv.com.tr/index.php?hakkimizda=1>, visiter le 24.09.2004

Kimse Yok Mu ise, incitmeden kırmadan sevgi ve yardımlaşma köprüleri kurdu Anadolu insanı için. Tüm bu yeni yapımların yanı sıra, Mutfak Keyfi, Tarçın ve Arkadaşları, insanlığın yüreğine hitap eden Prizma, İnancın Gölgesi'nde halkın gönlündeki yerini korudu.

Çok kaliteli yabancı sinemalar, Türk halkının özlediği değerleri anımsatan Nostalji Kuşağı Türk filmleri, en çok güldüren ödüllü Türk sinemaları, yabancı belgeseller...

Çocuk saati... Samanyolu, hafta içi her gün yayın akışında 09:30-11:30 arasını çocuklara ayırmış durumda. Süper çizgi kahramanlar, hayvanlar dünyasını çocuklara tanıtan eğlenceli bir belgesel ve çocukların eğitimine katkıda bulunan Tarçın ve Arkadaşları...

Yani, Samanyolu TV, her kesimden insanın beğenerek izlediği bir kanal oldu. Bütün insanlığa seslenebilmek için Samanyolu TV, bir yeryüzü kanalı olmayı hedefledi. Yayınını her gün daha fazla kişiye ulaştırmayı başardı.

Samanyolu TV, ilk olarak 25 Eylül 1996 'da TURKSAT 1-C uydusunun hizmete girmesiyle Orta Asya Türk Cumhuriyetlerine yayınlarını ulaştırmayı başardı. 17 Haziran 1999'da ise EUTELSAT-2 uydusu ile Avrupa ve Kuzey Afrika ülkelerine ulaştı. Bu kadarla da yetinmedi ve 2000 yılında daha da büyük atılımlar yaptı. 11 Ocak 2000'de Hazar ve Azerbaycan'da kendi stüdyolarında yayına başladı. Nihayet, 27 Kasım 2000'de Samanyolu TV'nin yayınları, Amerika'ya ulaştı.

1 Mayıs 2004 itibariyle Samanyolu TV, Türksat 2A digital uydudan yayınına ulaştıracak izleyenlere. Bundan böyle, Türk halkı daha kaliteli bir görüntüye ve sese sahip Samanyolu TV izleyecek. AGB verilerine göre her geçen gün izlenme oranını arttıran Samanyolu TV, halen yurt çapındaki 450 vericisi ile Türkiye'nin %95'ine ulaşma başarısını elde eden ilk özel televizyonu.

Tüm bu veriler, iş dünyasının dikkatini çekti. Bu büyük güven sonucu Samanyolu TV, reklam gelirlerini artırdı. Halktan aldığı destekle yayınlarına devam eden Samanyolu TV, dünyadaki yayın ağını daha da genişletmeyi düşünmektedir. İlkeli, dürüst ve nitelikli yayıncılık anlayışı ile dünyanın her yerinden izlenen küreselleşen dünyada büyük bir aile oldu.

Yayın Ağımızın Ulaştığı Ülkeler:

ASYA: Azerbaycan, Afganistan, B. Arap Emirlikleri, Bahreyn, Çin, Ermenistan, Güriстан, Hindistan, Irak, İran, İsrail, katar, Kazakistan, Kıbrıs Rum Kesimi, Kırım, KKTC, Kuveyt, Lübnan, Moğolistan, Özbekistan, Pakistan, Rusya, Suudi Arabistan, Suriye, Tacikistan, Türkmenistan, Ukrayna, Umman, Ürdün, Yakutistan, Yemen

AVRUPA: Almanya, Arnavutluk, Avusturya, Belçika, Beyaz Rusya, Bosna Hersek, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Hırvatistan, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İspanya, İsveç, İsviçre, İtalya, İzlanda, Letonya, Litvanya, Lüksemburg, Macaristan, Makedonya, Malta, Moldova, Monako, Norveç, Polonya, Portekiz, Romanya, Slovakya, Vatikan, Yugoslavya, Yunanistan

AMERİKA: Amerika Birleşik Devletleri, Bahamalar, Belize, Dominik Cumhuriyeti, El Salvador, Guatamala, Haiti, Honduras, Jamaika, Kanada, Küba, Meksika, Nikaragua, Porto Riko

AFRİKA: Cezayir, Etiyopya, Fas, Libya, Mısır, Sudan, Tunus.

BIBLIOGRAPHIE

A) Ouvrages Généraux

- ABERCROMBIE, Nicholas; *Television and Society*; Cambridge, Polity Press, 1996
- ACQUAVIVA, Sabino et PACE, Euzo ; *La sociologie des Religions* ; Paris, Cerf, 1994
- AGAOGULLARI, Mehmet Ali; *L'Islam dans la Vie Politique de la Turquie*, Ankara, pub. Université d'Ankara, 1982
- AHMAD, Feroz ; *Modern Türkiye'nin Oluşumu*; İstanbul, Kaynak Yay., 1999
- ARSLAN, Abdurrahman (2); *Modern Dünya da Müslümanlar*; İstanbul, İletişim, 2000
- BARRAT, David ; *Media Sociology* ; London, Routledge, 1986
- BAUMAN, Zygmunt; *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*; İstanbul, Ayrıntı Yay., 1997
- BAYRAMOĞLU, Ali ; *Türkiye'de İslami Hareketler : Sosyolojik Bir Bakış (1994-2000)*, İstanbul, Patika Yay., 2001
- BOESPFLUG, François et al.; *Pour une Mémoire des Religions*; Paris, Découverte/Essais, 1996
- CANKAYA, Özden (1) ; *Dünden Bugüne Radyo ve Televizyon: Türkiye'de radyo televizyonun gelişim süreci*; İstanbul, Beta Yay., 1997

- CANKAYA, Özden (2) ; Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi : TRT 1927-2000; İstanbul, YKY, 2003
- CAZENEUVE, Jean ; Les Pouvoirs de la Télévision; Paris, Gallimard, 1970
- ÇAKIR, Ruşen; Ayet ve Slogan, Türkiye’de İslami Oluşumlar; İstanbul, Metis Yay., 1993
- DAYAN, Daniel et KATZ, Elihu ; La télévisuelle cérémonielle ; Paris, PUF, 1996
- DURKHEIM, Emile ; Les Formes Elémentaires de la Vie Religieuse, Paris, PUF, 1994
- DURSUN, Çiler ; TV Haberlerinde İdeoloji ; Ankara, Imge Yay., 2001
- GIDDENS, Antony; Modernliğin Sonuçları ; İstanbul, Ayrıntı yay., 1998
- ERDOĞAN, İrfan et ALEMDAR, Korkmaz; Öteki Kuram: Kitle İletişim Yaklaşımlarının Tarihsel ve Eleştirel bir Değerlendirmesi; Ankara, Erk Yay., 2002
- FAUCAULT, Michel; Hapishanenin Doğuşu ; Ankara, Imge Yay., 1992
- FİSKE, John; İletişim Çalışmalarına Giriş; Ankara, Ark Yay., 1990
- FOWLER, Roger; Language in the News: Discours and Ideology in the Presse; London, Routledge, 1991
- GÖLE, Nilüfer (1) ; Melez Desenler : İslam ve Modernlik Üzerine ; İstanbul, Metis Yay., 2001
- GÖLE, Nilüfer (2); Modern Mahrem, Medeniyet ve Örtünme ; İstanbul, Metis Yay., 1992 (GÖLE, Nilufer; Musulmanes et modernes : Voile et civilisation en Turquie; La découverte; Paris:2003)

- GÖLE, Nilufer (3) ; İslamın Yeni Kamusal Yüzleri ; İstanbul, Metis Yay., 2000
- GUNAY, Unver ; Din Sosyolojisi ; İstanbul, İnsan Yay., 1998
- GUNES, Sadık ; Medya ve Kültür : Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı ; Ankara, Vadi Yay., 1996
- HABERMAS, Jürgen; The Theory of Communication Action, Vol. I; Reason and The Rationalization of Society, Boston, Beacon, 1987
- HERVIEU-LEGER, Danièle ; La religion pour Mémoire, Paris, Cerf, 1993
- İNAL, Ayşe ; Haberi Okumak ; İstanbul, Temuçin Yay., 1996
- KEJANLIOGLU, ADAKLI, ÇELENK; Medya Politikaları ; Ankara, İmge Yay., 2001
- KOZANOGLU, Can ; İnternet, Dolunay, Cemaat ; İstanbul, İletişim Yay., 1997
- LAZAR, Judith; Sociologie de la Communication de Masse, Paris, Armand Colin, 1991
- LAROUİ, Abdallah ; İslam et modernité ; Paris, Découverte, 1987
- LEWIS, Bernard; Modern Türkiye'nin Doğuşu; Ankara, TTK, 1988
- MARDIN, Şerif et al. (1) ; Türk Modernleşmesi ; İstanbul, İletişim Yay., 2000
- MARDIN, Şerif (2) ; Din ve İdeoloji ; İstanbul, İletişim Yay., 1999
- MARDIN, Şerif (3) ; Modern Türkiye'de Din ve Toplumsal Değişim : Bediüzzaman Said Nursi Olayı, İstanbul, İletişim Yay., 1999
- MEHL, Dominique ; La télévision de l'intimité ; Paris, Seuil, 1996
- MERCIER, Arnaud; Le journal Télévisé : Politique de l'Information et l'Information Politique; Paris, Presses de sciences Po, 1996

- MERTON, Robert K. ; Éléments de Théorie et de Méthode Sociologique; Paris, Armand Colin, 1997
- MUTLU, Erol ; Televizyon ve Toplum ; Ankara, TRT, 1999
- NISBET, Robert; La tradition sociologique; Paris, PUF, 1996
- PARSONS, Talcot ; The Structure of Social Action, New York, Free Press, 1968
- POSTMAN et POWERS; Televizyon Haberini İzlemek; İstanbul, Kavram Yay., 1992
- POYRAZ, Bedriye; Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik; Ankara, Ütopya Yay., 2002
- RIVIERE, Claude ; Socio-antropologie des Religions ; Paris, Armand Colin, 1997
- SENNETT, Richard ; Kamusal İnsanın Çöküşü; İstanbul, Ayrıntı Yay., 2002
- SÖYLEMEZ, Alev; Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği; Ankara, Haberal Vakfi Yay., 1998
- TOKGÖZ, Erdinç ; Türkiye'nin İktisadi Gelişme Tarihi: 1914-1997; Ankara, İmaj Yay., 1997
- TONNIES, Ferdinand ; Communauté et Société : Categories Fondamentales de la Sociologie Pure ; Paris, Retz, 1977
- TOURAINE, Alain ; La Critique de la Modernité ; Paris, Fayard, 1992
- TURNER, Bryan S. (1) ; Max Weber ve İslam: Eleştirel bir Yaklaşım; Ankara, Vadi Yay., 1991
- TURNER, Byran S. (2) ; Orientalism, Postmodernism and Globalism ; London, Routledge, 1994

- WOLTON, Dominique (1) ; Éloge du grand public : Une Théorie Critique de La Télévision ; Paris, Flammarion, 1990
- WOLTON, Dominique (2) ; Penser La Communication ; Paris, Flammarion, 1997
- VILCHES, Lorenzo ; La Télévision Dans La Vie Quotidienne (État des savoirs) ; Rennes, Apogée, 1995
- ZARCONI, Thierry ; La Turquie Moderne et L'Islam ; Paris, Flammarion, 2004

B) Ouvrages Spécifiques

C) Thèses et Mémoires

- KOMECIOGLU, Ugur ; « A sociologically interpretative approach to the Fethullah Gülen community movement », mémoire de DEA dans l'Université Bogazici, İstanbul, 1997 (non pas publié)
- MERMER, Ali ; « Aspect of Religious Identity : Nurcu Movement in Turkey Today », mémoire de Doctorat dans l'Université Marmara, Istanbul: 1985 (non pas publié)

D) Periodiques

a) Articles :

- ÖNCÜ, Ayşe (1); « The banal and the Subversive: Politics of Language on Turkish Television », *European Journal of Cultural Studies*, vol.3, no.3, September 2000
- ÖNCÜ, Ayşe (2); « Packaging Islam: Cultural Politics on the Landscape of Turkish Commercial TV », *Public Culture*, volume 8, no :11, 1995
- ÇATALBAS, Dilruba; « Broadcasting Deregulation in Turkey: Uniformity Within Diversity », *Media Organisation in Society* by James CURRAN, London, Arnold, 2000
- ABBE, J. M. Jammes ; *Sociologie et Religion* ; « La sociologie et le Phénomène religieux » ; *Librairie arthème fayard Cahier no:25, Decembre, Paris, 1995*
- DAHLGREN, Peter ; « L'Espace Public et Les Médias : Une nouvelle ère? », dans *Espace Publics en Image*, Hermès 13-14, Paris, CNRS, 1994
- MC PHELON, John; « Selling Consent : The Public Sphere as a Televisual Market-Place », dans Peter Dahlgren and Colin Sparks, « *Communication and Citizenship* » ; London, Routledge, 1991
- AZAK, Umut ; « İslami Radyolar ve Türbanlı Sipikerler », sous la direction de Nilüfer Göle, *İslam'ın Yeni Kamusal Yüzleri* ; Metis yay., Istanbul :2000
- ARSLAN, Abdurrahman ; « Seküler dünyada Müslümanlar »; *Birikim*, Temmuz 1997, sayı 99

- BOTTOMORE, Tom et NISBET , Robert; « Yapısalcılık » dans Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi sous la direction de Tom Bottomore et Robert Nisbet, Ankara, Ayraç yay., 2000
- CURRAN, James et al., « İletişim Araçları Üzerine Çalışma:Kuramsal Yaklaşımlar » (çev. Meral Özbek), Ankara, Ankara Üniversitesi yay., 1990
- SORLIN, Pierre ; « Les Journaux Télévisés Européens Face à Leurs Publics », sous la direction de Jean-Pierre Esquenazi ; La Télévision et Ses Spectateurs ; Paris, Harmattan, 1995
- CURAN, James; « Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme (Mass Media an Democracy: A reappraisal) » ; Medya, Kültür, Siyaset ; sous la direction de Süleyman İrvan, Ankara, Ark, 1997
- GUYOT, Jacques ; « La Représentation des Téléspectateurs » sous la direction de Jean-Pierre Esquenazi ; La Télévision et Ses Téléspectateurs ; Paris, Harmattan, 1995
- SHOEMAKER et REESE ; « İdeolojinin Medya Üzerine Etkisi », Medya, Kültür, Siyaset, sous la direction de Süleyman İrvan, Ankara, Ark, 1997
- LUNDBY, Knut and RONNING, Helge ; « Media-Culture-Communication : Modernity Interpreted Through Media and Culture », sous la direction de Lundby, Knut and Ronning, Helge ; Media and Communication ; Oslo, Norwegion University Pres, 1991
- DAYAN, Daniel; « Les Grandes Evénements Médiatiques au Miroir du Rituel », dans « Médias et religions en miroir » sous la direction de Pierre Brechon et Jean Paul Willaime, Paris, PUF, 2000

- BIERNATZKI, William E. ; « Religion in the Mass Media »; Communication Reserch Trends, vol. 15, no:2, 1995
- BRECHON, Pierre; « Médias et Religion: Une Question Trop Accultée des Problematique en Débat », Médias et Religion en Miroire; sous la direction de Pierre Brechon et Jean Paul Willaime, Paris, PUF, 2000
- SÖNMEZ, Mustafa; Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Sonuçları; Birikim, 1992
- KARS, Neşe ; Televizyon'da Sermaye ve Haber; Yeni Türkiye : Medya özel sayısı, Eylül-Ekim 1996, yıl :2, sayı :11
- ADAKLI, Gülseren; « Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol »; Medya Politikaları, sous la direction des Beybin Kejanlıoğlu et al.; Ankara, İmge yay., 2001
- GOLDBING et MURDOCK (1) ; « Culture, Communication and Political Economy », ed. Curan and Gurevitch, Mass Media and Society ; London, Arnold, 1991
- GOLDING et MURDOCK (2); « Capitalism, Communication and Class Relations », Mass Communication and Society, ed. James Curran and al., London, Edward Arnold, 1991
- YAVUZ, M. Hakan ; « Yayına Dayalı İslami Söylem ve Modernlik : Nur Hareketi » ; Uluslararası Bediuzzaman Sempozyumu (20. Asırda İslam Düşüncesinin yeniden yapılanması ve Bediuzzaman Said-i Nursî), 24-26 Eylül 1995, İstanbul

b) Journaux et Bulletins :

- The Fountain, Ocak-Mart 1996, no:13

D) Site Internet

- KONGAR, Emre; Siyasal İslam Konusunda Toplumbilimsel Çözümlemeler ;
www.kongar.org, visiter le 13.03.2004
- 27 Şubat 1998'de NTV'de Cengiz Çandar, Çetin Altan ve Taha Akyol'un «Püf Noktası» programında, Fethullah Gülen ile yaptıkları sohbetten,
www.f-gulen.org, visiter le 28.11.2003
- Gulen, Fethullah ; İslami Tebliğ Açısından Kitle İletişim Araçları,
www.f-gulen.org, visiter le 09.01.2003
- KAYA, Raşit; 1980 Türkiye'de Medyanın Gelişimi ve İdeoloji Gereksinimi,
www.dorduncukuvvetmedya.com, visiter le 18.09.2003
- DELTOMBE, Thomas ; L'İslam au Miroir de la Télévision,
www.monde-diplomatique.fr, visiter le 15.06.2004
- DELTOMBE, Thomas ; Quand l'İslamisme devient spectacle,
www.monde-diplomatique.fr, visiter le 03.09.2004

E) Ouvrages Références

- GRAND LAROUSSE en 5 Volume, tome 2, Paris, Larousse, 1992
- ENCYCLOPEDIE PHILOSOPHIQUE UNIVERSELLE, Tome I, Paris, PUF, 1995
- DICTIONNAIRE CRITIQUE DE LA SOCIOLOGIE ; Boudon, R. et Bourricaud, F.; Paris, PUF, 1994
- DICTIONNAIRE ENCYCLOPEDIQUE DES SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION ; Lamizet, Bernard et al.; Paris, Ellipses; 1997
- DICTIONNAIRE CRITIQUE DE LA COMMUNICATION ; Balle, François et al.; Tome 2, Paris, PUF, 1993

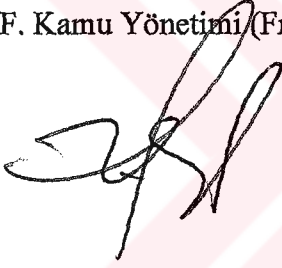
F) Entretients

- Sabit ÇAKAR, Samanyolu TV İdari İşler Müdürü, 12.02.2003
- Murat KESKİN, Samanyolu TV Haber Müdürü, 17.03.2003
- Nevzat AKKUŞ, Samanyolu TV Dış Haberler Birim şefi, 17.03.2003
- Remzi KETENCİ, Samanyolu TV İstihbarat Birim şefi, 17.03.2003
- Faruk ÖRGÜN, Samanyolu TV Şef Editör, 18.05.2003
- Kemal GÜLEN, Samanyolu TV Haber Merkezi Başkanı, 28.06.2003



Prof. Dr. Merih ZILLIOĞLU
Galatasaray Üniversitesi
İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Ayşegül YARAMAN
Marmara Üniversitesi
İ.İ.B.F. Kamu Yönetimi (Fr.)



Doç. Dr. Hülya Uğur TANRIÖVER
Galatasaray Üniversitesi
İletişim Fakültesi



Doç. Dr. İdil KAYA
Galatasaray Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

