

**UNIVERSITE GALATASARAY
INSTITUT DES SCIENCES SOCIALES
DEPARTEMENT DE COMMUNICATION**

145977

**LE JOURNALISME DANS LES RADIOS NATIONALES EN
TURQUIE DANS LE CADRE DE LA COMMERCIALISATION
ET DU DEVELOPPEMENT TECHNOLOGIQUE**

Oya ŞAKI AYDIN

Directeur de Recherche : Prof.Dr. Özden Cankaya

Mémoire Pour L'obtention du DEA Journalisme de Radio-Télévision

JUIN 2004

REMERCIEMENT

Je remercie Doc. Dr. **Dilruba Çatalbaş** pour ses aides durant la préparation de ce travail, **Dursun Güteryüz** pour m'avoir guidé pendant les recherches, **Prof.Dr. Özden Cankaya** pour ses contributions et son intérêt, **ma famille** pour le soutien qu'elle m'apporta et surtout mon époux **Utku Uraz Aydın** qui a contribué toutes les étapes de ce travail.

TABLE DES MATIERES	I
LISTE DES TABLEAUX	V
INTRODUCTION	1
PREMIERE PARTIE : APPARITION DE LA RADIO DANS LE MONDE ET DEVELOPPEMENT DU JOURNALISME DE RADIO	
A) Apparition De La Radio et Les Premières Années De La Radiodiffusion (1837-1939)	8
B) L'importance Croissante De La Radio Comme Moyen D'information (1939-1950)	13
C) Diversification Des Emissions De Radio Et Bulletins D'information (1950-1970)	15
D) Développement De La Radio Privée Après 1970	20
1) La Commercialisation Et Ses Effets	20
2) La Transformation Technologiques Et Ses Effets	22
DEUXIEME PARTIE : DEBUT DE LA COMMUNICATION RADIOPHONIQUE EN TURQUIE	
A) Début De La Radiodiffusion En Turquie	25
B) La Radiodiffusion Sous le Multipartisme	30
C) Radiodiffusion Dans La Période du TRT (Radio-Télévision Turquie)	32
D) Début Des Radios Privées Après 1990	38
1) Nouveaux Accommodements Après 1990	40
2) Nouveaux formats et Styles De Programme A La Radio	41
a) AKRA FM	42
b) TGRT FM	43
c) Radio 7	43
c) NTV Radio	43
d) Meltem FM	43

TROISIEME PARTIE : LES RADIOS NATIONALES EN TURQUIE AU DEBUT DU XX SIECLE

A) Le Champ De La Radiodiffusion	4
1) Les Réglementations Dans Le Champ De La Radiodiffusion	4
2) Les Radios à Diffusions Nationales	4
B) La Structure De Propriété Des Radios Nationales	4
1) Radios Nationales Appartenant Aux Groupes De Médias	4
a) Groupe Doğan Medya	4
b) Groupe Uzan	4
c) Groupe ATV	4
d) Groupe Çukurova	4
e) Groupe Show	5
f) Groupe 1 Numara Yayıncılık	5
g) Groupe Doğuş	5
2) Radios Nationales Appartenant à Des Personnes Entrepreneurs	5
3) Radios De Communautés	5
4) Radios Des Communautés Appartenant à Un Groupe de Médias	5
C) La Place Des Radios Nationales Sur Le Marché De La Publicité	5
D) La Technologie De Diffusion Et De Production	5
Utilisée Par Les Radios Nationales	
1) La Technologie De Diffusion Utilisée Par Les Radios TRT	5
2) La Diffusion Numérique	5
3) Les Radios Nationales Privées Et La Technologie	5
E) Les Investissements Etrangers	5
F) Le Marché De Consommateurs	6
1) L'étude De Radio d'Akademedya En 2000	6

G) Organisation Professionnelle	6
1) Organisation Des Dirigeants De Radios	6
2) Tentative D'organisation Des Employés De Radio Et Une Initiative Sur Internet	6
H) Observation Général	6

QUATRIEME PARTIE: LES REDACTIONS DES RADIOS NATIONALES

A) Structure De Propriété	7
1)Radio Foreks	7
2)Radio 7	7
3)TGRT FM	7
4)NTV Radio	7
5)Power FM	7
6)Best FM	7
B) Division Du Travail	7
1)Radio Foreks	7
2)Radio 7	7
3)TGRT FM	7
4)NTV Radio	7
5)Power FM	7
6)Best FM	7
C) Propriétés Des Bulletins D'information	7
1)Radio Foreks	7
2)Radio 7	7

3)TGRT FM	7
4)NTV Radio	7
5)Power FM	7
6)Best FM	7
D) Les Processus De Production D'information	7
1)Radio Foreks	7
2)Radio 7	7
3)TGRT FM	8
4)NTV Radio	8
5)Power FM	8
6)Best FM	8
E)Technologie Et Commercialisation	8
CONCLUSION	9
ANNEXES	9
BIBLIOGRAPHIE	10

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1. Les revenus des médias au cours des années	54
Tableau2.Les Tarifs de Publicité de certaines radios nationales.....	54
Tableau3. Tableau comparatif des principales propriétés des radios étudiées.....	95

(Annexe 1)

INTRODUCTION

La deuxième moitié du XX. Siècle a été une ère de changements socio-politiques et de transformations technologiques au niveau mondial. Le progrès technologique et la « mondialisation » des processus culturels et économiques ont engendré des modifications dans les structures techniques et organisationnelles des moyens de communication de masse. Cette reconfiguration de la sphère médiatique toucha aussi le rôle et la fonction des journalistes.

Cette période de mutation qui s'intensifia à partir des années quatre-vingt, repose sur les politiques de dérégulations au niveau culturel et politique, et sur la base matérielle de l'innovation technologique. Nombre d'ouvrages et de recherches universitaires sur la question, débâtent des avantages des nouvelles technologies (internet, diffusion numérique) pour le développement de la démocratie participative. En mettant l'accent sur les aspects positifs du progrès technologique, ces auteurs soulignent le rôle que peuvent avoir les technologies dans la transformation sociale. Ces approches, prodiguant des louanges à la société de l'information, postulent que l'accroissement de la masse d'information entraînera l'évolution de la citoyenneté participative que nécessite la démocratie.¹ Pourtant ces approches semblent bien utopiques, dans le fait qu'elles ne prennent pas en compte les dynamiques économiques et politiques inhérentes au marché de l'information et leur effets sur

¹ N. Timisi, Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Ankara, Dost Yay., 2003.

l'accès à l'information et sur la possibilité de production de connaissance par les citoyens. Cependant d'autres travaux focalisent sur les conséquences que peuvent avoir les progrès technologiques sur les pratiques de production d'information des médias et sur la profession journalistique. Ainsi, Hanno Hardt dans un article traitant des effets néfastes du développement technologique et des impératifs économiques sur les attentes traditionnelles de la pratique journalistique, conclue que les intérêts commerciaux et la concurrence du marché, transforment négativement les statuts et les aptitudes des journalistes. Selon Hardt, cette transformation soumet les journalistes au pouvoir économique et aux technologies de la communication.²

Des conclusions semblables à celle de Hardt ont été tirées en ce qui concerne les journalistes de radio. Edouard Guibert, explique que l'apparition des radios privées au Canada, a engendré une réduction du personnel à un nombre minimum et que désormais dans un studio de la radio la même personne occupe à la fois une position de technicien, d'animateur et de journaliste. Guibert précise que les professions de radio demandent de moins en moins de spécialisation et que les radios commerciales envahissent les bandes FM au risque d'anéantir les professions traditionnelles de radios.³ D'un autre côté, Jo Bardoel, avance que le journalisme en général, comme profession, n'ayant plus le sens qu'il avait auparavant, s'est vidé de son contenu et que ses fonctions ont changées. Il indique qu'en raison de l'individualisation et de la segmentation croissante, des concepts comme « communauté » et « débat public » perdent leur sens et que des fonctions essentielles de journalisme telle que l'information des citoyens ou la constitution d'une opinion publique disparaissent. Le journaliste ne devient plus qu'un instrument.⁴ En traitant la question du point de vue des responsabilités sociales des journalistes, James Curran affirme que ces derniers, agissant dans un système de marché libre, sont démunis de l'autonomie leur permettant d'accomplir ces responsabilités. Les journalistes travaillent dans des cadres pouvant modifier les définitions de la profession qui, finalement ne pourra

² H.Hardt, « Conflicts of Interest : Newswriters. Media and Patronage Journalism » in *Media Power, Professionals and Policies*, London, Ed. Howard Tumber, Routledge, 2000.

³ E. Guibert, "Telekomünikasyon Araçları, Gösteri ve Basın Kavşağında Radyo Meslekleri" *Medya Dünyası*, Istanbul, Trans.by. Oya Tatlıpınar, İletişim Yay., 1992

⁴ J. Bardoel, "Beyond Journalism: A profession Between Information Society and Civil Society" *European Journal of Communication*, vol. 11(3): 283-302, 1996

plus être appliqué dans les structures commerciales dont le but n'est pas la réalisation des normes classiques de cette profession.⁵

D'autre part, il existe aussi des présomptions sur la fusion, due à la convergence technologique, des médias de masse comme la télévision, le journal et la radio au sein d'un seul micro-ordinateur qui sera le médium de l'avenir.⁶ Les effets d'internet sur le journalisme sont aussi le sujet d'un des débats actuels parmi les universitaires et les journalistes.⁷

Toutefois, avec la convergence, l'utilisation combinée d'internet et de la télévision change aussi la structure et le contenu des émissions télévisées. De plus, cette fusion modifie aussi la forme de communication avec le spectateur de télévision. L'ordinateur permet aux spectateurs d'être plus actif et d'intervenir au contenu des émissions. Plusieurs émissions en vogue des dernières années (Big Brother, Popstar...) ont apporté une nouvelle forme d'émission centrée sur la participation et l'avis des spectateurs. S'il est possible de penser que les spectateurs acquièrent ainsi un rôle actif dans le processus de production, il est aussi nécessaire de constater que cette frange « active », usagère du web et dont le nombre est déterminé par les conditions économiques et sociales est assez réduit.⁸ Nous pouvons déduire de toutes ces recherches que les conséquences de cette fusion, faisant encore ses premiers pas, sur les contenus de la diffusion, les pratiques de production et les comportements des spectateurs sont intensivement débattus dans les milieux universitaires.

Selon notre point de vue, le concept de « transformation technologique », se trouvant au centre de notre recherche, est inséparable de celui de « commercialisation ». Plus que d'expliquer les propriétés techniques des radios, ce qui nous intéresse dans ce travail, c'est d'éclaircir comment la technologie est utilisée par les propriétaires de radio pour réaliser leurs buts lucratifs. Il est important ici de souligner le rôle de la convergence. Dans les années post-quatre-vingt, trois secteurs (diffusion, informatique et télécommunication) qui, naguère, se développèrent comme trois

⁵ J. Curran, "Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme" in Medya Kültür Siyaset, Ankara, Ed. Süleyman İrvan, Ark Yay., 1997.

⁶ J. M. Chardon, O. Samain, Le Journaliste de Radio, Paris, Economica, 1995

⁷ Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, İstanbul, Ed. Seveda Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yay., 2003.

⁸ J. Deery, "TV. Com: Participatory Wieving On The Web", Journal Of Popular Culture, Vol: 37, Iss: 2, November 2003.

sphères différentes, commencèrent à converger et favorisèrent l'émergence de nouveaux moyens technologiques et donc de nouvelles possibilités de communication. Cette convergence permit la diffusion de textes, sons, images, graphiques, photographies, musiques, au sein de nouveaux milieux de communication comme internet.⁹ D'autre part une autre conséquence est qu'un même contenu, peut désormais être diffusé par de différents moyens. Un exemple à donner pourrait être la diffusion des informations par radio d'informations préparées pour la télévision. La convergence apporte avec elle nombre de problème concernant le journalisme et plus généralement, la diffusion.

A la lumière de ces travaux et analyses, notre principale hypothèse est que la commercialisation, accompagnée par le développement technologique a eu des effets régressifs sur la production d'information de radio. Nous comprenons par régression, la dépendance de cette production d'information vis-à-vis d'autres moyens de communication, la diffusion de ces informations en les adaptant au langage de la radio, voire même la diffusion directe des informations télévisées. Bien sûr, dans cette évolution –qui est en fait une régression dans un certain sens- de la radio en Turquie, le développement de la diffusion commerciale après 1990, leurs formes d'organisation et à l'intérieur de celles-ci, la perte d'importance des « journalistes » de radio pèsent beaucoup. Il ne serait pas faux d'affirmer que c'est le journalisme radio qui a subi les effets les plus destructeurs de la commercialisation dans le domaine de la communication. Alors que le nombre de station de radio privée augmentait¹⁰, les formes d'émission tendaient à s'uniformiser. Les radios privées, privilégiant la diffusion de musique pop turque et étrangère, accordaient de moins en moins de place aux bulletins et émissions d'information. La radio était de plus en plus dépossédée de sa fonction d'informer, et le journalisme radio commençait à ne plus être une profession à part entière. La recherche de profit des entrepreneurs privés, défavorisait les investissements dans le domaine du journalisme à la radio, dont les revenus de publicité étaient nettement plus bas que ceux de la télévision. Les horaires et les durées des bulletins d'information, les effectifs des équipes de rédaction étaient déterminés selon les buts lucratifs des possesseurs des radios. Les

⁹ H. Tuncel, "Yeni İletişim Teknolojilerinde Yöndeşme ve Yerel Medya", Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, İstanbul, Ed. Sevda Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yay., 2003

¹⁰ Selon les chiffres de 1999, il existait 1199 radios commerciales en Turquie. Voir: Legal guide to Audiovisual Media in Europe ed. by European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 1999.

conditions pour l'exercice d'un journalisme de radio n'ont pu se former en Turquie dans la période qui suivit la naissance de la radiodiffusion privée. Les bulletins d'information radio se réduisirent à la diffusion des informations télévisées des chaînes appartenant au même groupe économique ou bien à la lecture des quotidiens.

Alors que dans les années quatre-vingt-dix les débats tournaient autour des contributions que pouvaient apporter les radios privées à la démocratie et à la pluralité des opinions, il est clair aujourd'hui que la commercialisation peut démunir la radio de toutes ses potentialités émancipatrices. Le fait qu'un médium comme la radio ne soit plus en condition de produire d'information indépendamment des autres médias est un indice important de l'uniformisation croissante et de la perte de diversité d'opinion, mais aussi du risque de disparition totale du journalisme de radio. Cette thèse projette justement d'exposer les conditions de production et de transmission d'information dans un système de radiodiffusion régie par les lois du marché, dans le cadre de la commercialisation et de l'innovation technologique.

Telles sont les principales questions traitées dans notre travail :

- Dans quelles conditions est pratiqué le journalisme de radio dans les moyens d'information du secteur privé ?
- Quels sont les facteurs qui déterminent la conception du journalisme dans les radios privées ?
- Quelle est la place des rédactions dans l'organisation générale des départements des radios ?
- Le journalisme de radio possède-t-il les conditions nécessaires pour maintenir son existence en tant que profession ?
- Quelles sont les répercussions de la convergence technologique sur la sélection des sources d'information ?
- Quelles sont les conditions de travail des employés de rédaction (éditeurs, présentateurs, reporters et rédacteurs en chef) et les principaux facteurs qui agissent sur ces conditions ? Quels sont les effets de ces conditions sur l'information produite ?
- Quels sont les effets des attentes des auditeurs sur le contenu et la durée des bulletins d'information ?

- Quelles sont les opinions des journalistes de radio sur leur profession et son avenir ?
- Quels sont les aspects positifs et négatifs du développement technologique selon les journalistes de radio ?
- Quels sont les effets du système d'automation utilisé par les radios sur les pratiques de production et de transmission des informations ?
- Les informations de radio possèdent-elles des propriétés spécifiques qui les différencient des informations de télévision et de quotidien ?

Pour pouvoir répondre à ces questions et démontrer la validité de nos hypothèses, nous avons utilisé lors de notre recherche les techniques d'entrevue approfondie et d'observation sur les lieux. Lors des entrevues que nous avons effectuées principalement dans les rédactions des radios TGRT FM, Radio Foreks, Radio 7, Best FM, NTV Radio et Power FM choisies comme terrain de d'analyse, nous avons cherché à discerner les conditions de travail, les pratiques quotidiennes et la position qu'occupent les journalistes dans l'organisation générale de la radio. Les opinions sur l'avenir de la profession que nous avons recueillies auprès des journalistes confrontés directement aux problèmes actuels du métier furent d'un apport capital pour notre recherche.

Notre travail est constitué de quatre chapitres :

Le premier chapitre concerne l'apparition de la radio et le développement du journalisme de radio dans le monde ; le deuxième, le développement de la radiodiffusion et du journalisme de radio en Turquie ; dans le troisième chapitre sont classifiées et étudiées les radios nationales en Turquie au début du XXI. Siècle ; dans le quatrième chapitre sont traitées les organisations des rédactions des radios nationales sous l'angle de la commercialisation et du développement technologique.

Dans les premier et deuxième chapitres, nous avons examiné le développement du journalisme de radio dans son contexte historique dans les principaux pays où il est né et en Turquie en mettant en relief les processus de commercialisation et d'innovation technologique. Avec cette approche historique nous avons entrepris d'exposer la transition de la radio de service publique à la radio commerciale et

les principaux facteurs qui permirent cette transition et d'établir ainsi les effets de la conception de diffusion commerciale sur le sujet de notre recherche, le journalisme de radio.

Le troisième chapitre fait l'analyse sur différents plans des radios nationales en Turquie au début du XXI. Siècle. Cette partie essaye en fait de définir de façon générale l'éventail des radios nationales de Turquie sous ses aspects juridiques, économiques, politiques et organisationnels. Ce chapitre nous a paru nécessaire, d'une part pour constituer une sorte d'introduction au chapitre suivant, mais surtout pour établir un profil récent des radios nationales turques. En effet, suite à l'apparition des nouvelles technologies et surtout depuis le début du nouveau siècle, la radio n'est plus un sujet en vogue dans les recherches universitaires en Turquie comme dans le monde.

Le dernier chapitre expose les résultats des recherches que nous avons réalisées. Dans ce chapitre nous avons rassemblé nos observations et les entretiens avec les employés des rédactions autour de certains thèmes (comme la structure de propriété, la division du travail, la technologie utilisée...) de façon à éclaircir les problèmes que nous avons soulevés plus haut. Les opinions et les données obtenus lors des entretiens ont été transcrits sans déformation.

Ce travail a pour ambition d'éclairer les conditions et les processus de production des informations de radio. Nous espérons que cela constituera une contribution, même minime, aux recherches de communication.

PREMIERE PARTIE

APPARITION DE LA RADIO DANS LE MONDE ET DEVELOPPEMENT DU JOURNALISME DE RADIO

A) Apparition De La Radio Et Les Premières Années De La Radiodiffusion (1837-1939)

L'accumulation enregistrée lors du XIX. Siècle en matière de transmission et de reproduction d'information constitua le socle de l'invention de la radio à l'aube du XX. Siècle. Les inventions en 1837 du télégraphe et en 1876 du téléphone, furent les principaux développements technologiques qui permirent l'apparition de la radio. Cependant, ces inventions doivent être replacées et considérées dans le cadre politique et technologique qui prépara les conditions de leur émergence.¹¹ Les guerres mondiales et les dynamiques économiques furent aussi déterminantes dans l'histoire de la radio durant la première moitié du XX. Siècle.

L'invention de la radio n'est pas l'œuvre d'une seule personne. Elle fut l'aboutissement de longues années de recherches entreprises par de nombreux scientifiques. L'hypothèse des ondes électriques radiophoniques a d'abord été avancée par James Clark Maxwell en 1867.¹² Par contre l'existence d'ondes électromagnétiques a été prouvée par le physicien allemand Heinrich Rodolphe Hertz à la fin du XIX. Siècle. Après de nombreuses expériences, Hertz réussit à obtenir des ondes électromagnétiques en 1888 et confirma ainsi la théorie de Maxwell.

¹¹ F. Barbier, C. Bertho Lavenir, Histoire des Médias de Diderot à Internet, Paris, Armand Colin, 1996.

¹² M. Mathe, La Radio, Edition Milan, Toulouse, 1995, p. 4.

Désormais, les ondes électromagnétiques allaient être appelées « ondes hertziennes ».¹³

En 1890, le français Edouard Branly découvrit que les ondes électromagnétiques faisait un effet sur de la poudre métallique enfermée dans un tube de verre. Mais le mérite de réaliser les premières expériences radiophoniques en se servant de toutes ces techniques allait revenir à un jeune étudiant italien, Guglielmo Marconi. En 1894, Marconi réalisa les premiers essais de transmission de son à Bologne et obtint le brevet de son invention en Angleterre l'année suivante. A partir de cette date, le « téléphone sans fil », ainsi appelé à cette époque, allait être essayé dans plusieurs pays et à de maintes occasions. Grâce à une antenne installée sur la Tour Eiffel, Lee de Forest réussit à réaliser une diffusion radiophonique dans un proche périmètre en 1908. Avant la diffusion régulière d'émissions, le téléphone sans fil fut utilisé durant la Première Guerre Mondiale par les marins pour communiquer entre eux. Il commença aussi à être utilisé par des bateaux commerciaux à la même époque. Le naufrage du Titanic le 15 avril 1912 accéléra son utilisation.¹⁴

A la veille de la guerre mondiale, la radio était devenu un moyen pour transmettre des informations entre les navires et les unités de diffusion installées sur les côtes. Chaque gouvernement réalisait des diffusions à des périmètres permettant de communiquer avec ses forces militaires. Cependant il existait aussi des auditeurs et des diffuseurs amateurs. Aux Etats-Unis, le « Marconiland », comme ils l'appelaient à l'époque avait suscité un grand intérêt. En août 1914, juste après le commencement de la guerre, l'Angleterre coupa les câbles de communication sous-marins qui reliaient l'Allemagne au reste du monde. Les nations en guerre constituèrent un monopôle d'Etat en télécommunication. En quelques jours l'armée prit les distributeurs de téléphone sans fil sous son contrôle.

« ... la TSF est au cœur de la guerre sous-marine. Aux Etats Unis, le torpillage du Lusitania en mai 1915 fait d'autant plus scandale que la route du navire a été communiquée aux sous-marins allemands par l'émetteur Telefunken de la côte américaine. Lorsque les Etats-Unis entrent en guerre, les industriels américains se lancent dans la

¹³ H. R. Ertuğ, Radyo İşletmeciliği ve Meseleleri, Güven Basımevi, İstanbul 1951, pp. 36-39.

¹⁴ P. Albert, A. Tudesq, Histoire de la Radio-Télévision, Vendôme, Que Sais -Je ?, 1995, pp. 8-11.

production massive d'émetteurs. Depuis 1914, la technique a fait un bond. La voix humaine a été transmise par-delà l'océan pour la première fois en 1915. »¹⁵

La Première Guerre Mondiale contribua à la popularisation et au développement des technologies de communication.¹⁶ Peu de temps avant la guerre, la communication radiophonique commença à se transformer en modèle de diffusion. En France, en 1910, des informations concernant la météorologie et la bourse étaient diffusées deux heures par jours de la Tour Eiffel. Ceci dit, ces émissions furent interrompues par les autorités militaires durant la guerre.¹⁷ Cependant aux Etats-Unis, le téléphone sans fil permit au gouvernement de continuer ses relations diplomatiques avec les pays non engagés dans la guerre et de faire sa propagande.¹⁸

En conclusion, il est possible d'affirmer que jusqu'à la fin de la guerre mondiale le champ de la radio était constitué,

1. de la communication navale à des fins militaires et commerciales ;
2. de la production d'équipement nécessaire à cette communication ;
3. d'émetteurs électriques pour les diffusions amateurs ;
4. de simples récepteurs bricolés pouvant capter des signaux lointains ;
5. des travaux d'un petit nombre d'ingénieurs et d'inventeurs.¹⁹

Au début du XX. Siècle, le journalisme de radio n'avait d'autres sources que les agences nationales produisant des informations pour l'industrie de presse. Les informations provenant de ses agences étaient rédigées de façon aussi simple et équilibrée que possible pour se faire lire par une plus grande frange de la population. Les journaux et les agences de presse contemplaient avec inquiétude la menace que représentait pour eux l'apparition du téléphone sans fil. D'ailleurs ils ne contentèrent pas de contempler et passèrent à l'acte. Dans les années vingt les agences possédaient une telle puissance qu'elles imposèrent une restriction connue sous le nom de « seven o'clock rule » à la diffusion de la BBC. Selon cette « règle », BBC

¹⁵ A. Sabbagh, *La Radio-Rendez-Vous Sur les Ondes*, Découvertes-Gallimard, Evreux, 1995, pp. 24-25.

¹⁶ P. Breton, S. Prolx, *L'Explosion de la Communication*, Paris, La Découverte/Poche, 1996, p. 76.

¹⁷ Barbier, *L'avenir*, op.cit., p. 204.

¹⁸ Albert, op.cit., p. 11.

¹⁹ I. Fang, *A History Of Mass Communication*, Etats-Unis, Focal Press, 1997, p. 94.

ne pouvait diffuser ces bulletins d'information qu'entre 19 heures et 1 heure du matin. A cette époque BBC, ne possédant aucun réseau de correspondants, était totalement dépendante des agences de presse. Cette limitation des heures de diffusion, commença à se réduire avec la censure imposée à la presse en raison de la grève générale de 1926. La dépendance des bulletins d'information radio vis-à-vis des agences de presse existait aussi aux Etats-Unis. Pour cette raison, la progression du journalisme radio vers son indépendance fut assez lente. La diffusion radiophonique aux Etats-Unis fut perçut comme une menace pour les revenus de publicité de la presse. Alors qu'en Angleterre, les tarifs de licence constituaient un important revenu pour la BBC, ce qui fait qu'elle n'avait pas besoin de revenu provenant de la publicité. Aux Etats-Unis, en 1933 les agences de presse refusèrent de servir les radios pendant une certaine période, en raison du succès enregistré par CBS et NBC lors des élections de 1932 entre Hoover et Roosevelt. Ces élections dévoilèrent l'importance de la radio en matière de rapidité de transmission de l'information. Cet embargo des agences de presse, contribua au développement du journalisme de radio.²⁰

Le nombre d'émetteurs connut une grande croissance durant l'entre-deux-guerres. Il est possible d'observer dans chaque pays une différente attitude concernant la diffusion radiophonique. Nous pouvons par exemple dissocier l'approche de diffusion publique en Europe et la tradition de diffusion commerciale aux Etats-Unis. Une entreprise de radio américaine fut fondée en 1919. Pendant l'entre-deux-guerres les réseaux de diffusions s'élargirent, le nombre de récepteurs et la diversité des émissions augmenta. La radio gagna une plus grande importance comme moyen d'information, d'éducation et de publicité.²¹ La station de radio KDKA, inaugura la première diffusion régulière à l'occasion des élections présidentielles entre Warren Harding et James Cox le 2 novembre 1920. La transmission des élections par KDKA, permit l'établissement d'un marché pour les radios produites par son sponsor Westinghouse. Ceci constitua le début de la diffusion commerciale.²²

²⁰ T. Crook, *International Radio Journalism*, London, Routledge, 1998, pp. 69-72.

²¹ M. Martin, L. Gelber, *Dictionary of American History*, Etats-Unis, Littlefield Adams&Co, 1956, p. 510

²² Y. İnceoğlu, *ABD'de Medya*, Istanbul, Der Yay., 1994, p. 72.

« La radio se développe en s'appuyant sur une économie de la publicité qui acquiert sa maturité aux Etats-Unis entre les deux guerres et dont le modèle se répand, avec retard, sur le continent européen. La publicité est un partenaire précieux pour la radiodiffusion naissante dans la mesure où les agences représentent des interlocuteurs capables de lui amener à la fois des clients et des programmes, et d'organiser le temps d'antenne selon la valeur marchande des différents créneaux horaires.»²³

Le gouvernement commença à donner des licences de diffusions en septembre 1921. La loi sur la radio acceptée en 1927 portait sur trois principes : Les radios commerciales obtiennent leur revenus des publicités ; les services et organisations techniques sont entreprises par le gouvernement ; l'organisation est aussi réalisée par les réseaux comme NBC, CBS, MBS. Les stations peuvent appartenir à ces réseaux ou leur acheter des émissions.²⁴

Par contre Europe prévaut une toute autre logique de diffusion. Deux grand pays d'Europe, la France et l'Angleterre furent obligées de rendre compatible le développement de la radio avec leur fonctionnement politique. Alors que l'Angleterre établit un statut de diffusion public avec la BBC, la France constitua un modèle de diffusion rassemblant des structures publiques et privées. En raison de ce système mixte, la diffusion radiophonique en Europe ne fut ni complètement commerciale ni purement propagandiste. Elle devint un média de consensus entre ses deux tendances.²⁵

Les premières stations de radios en France furent fondées en 1922. Radiola (qui prendra le nom de Radio-Paris) en est la plus ancienne. Le quotidien Le Petit Parisien prit part à la fondation d'une autre station en 1934. Plus tard d'autres stations seront fondée à Paris comme en province (Radio-Cité, Radio-Vitus, Radio LL).²⁶ A cette époque, les bulletins d'information des radios françaises où les commentaires occupaient une grande place, duraient entre une heure et une heure et demie.²⁷

²³ Barbier, Lavenir, op.cit., p. 208.

²⁴ G. Thoveron, Histoire des Médias, Poitiers, Seuil, 1997, p. 48.

²⁵ C. B. Lavenir, La Démocratie et Les Médias au 20. Siècle, Paris, Armand Colin, 2000, pp. 35-55.

²⁶ R. Carol, Les Médias, Paris, Presses Universitaires de France, 1991.

²⁷ Barbier, Lavenir, op.cit., p. 249.

La Grande Bretagne fut le premier pays européen à disposer de récepteurs radiophoniques. Avec la fondation de la BBC en 1926 la radio obtint un statut fixe. Malgré son statut de structure publique, BBC réussit à conserver son autonomie. En réalité les pratiques de la BBC se basaient sur la personnalité de son Directeur Général Sir John Reith. Sous l'influence des théories de relations publiques et de responsabilité publique de Walter Lipmann, Reith essaya de faire de la BBC, un élément « d'unification démocratique » informant et éduquant le peuple. Il faudra cependant attendre 1934 pour qu'un centre d'information soit constitué au sein de la BBC.²⁸

B) L'importance Croissante De La Radio Comme Moyen D'information (1939-1950)

La radio, comme les autres technologies de l'information qui la suivirent, commença par imiter les techniques de rédaction de nouvelle utilisées par la presse. Les bulletins d'information de *Radiola* en France, étaient en réalité une « gazette parlée ». En effet, la plupart des « journalistes radio », qui travaillaient en général dans les quotidiens, lisaient les nouvelles publiées dans les journaux. Donc le langage des informations radio de la première époque ne se dissociait pas de celle des journaux. Mais *parler* à l'auditeur, nécessitait une vaste connaissance de mot et des règles de la langue. Le fait que l'auditeur ne puisse pas relire la nouvelle, imposa une simplification du langage et un raccourcissement des phrases. S'en suivit un raccourcissement de la durée des bulletins d'information. La Deuxième Guerre Mondiale transforma la radio en un moyen de communication capable de transmettre les informations jusque dans les maisons.²⁹

L'exemple le plus important de l'utilisation de la radio à fin d'influencer les masses a sans doute été vécu dans l'Allemagne nazi. Le 30 janvier 1933 toutes les stations de radio annoncèrent la candidature de Hitler à la Présidence. La même année en février, le ministre de la propagande Goebbels écrivait ces lignes : « La radio et la presse sont à notre service et nous allons en créer un chef-d'œuvre de propagande ».

²⁸ Lavenir, op.cit., p. 55.

²⁹ M. Stephens, A History of News, Etats-Unis, Harcourt Brace & Company, 1997, pp. 270-272.

En 1935 les discours nationalistes et racistes avaient pris leur place dans les ondes hertziennes. A un tel point que la propagande modelait non seulement les bulletins d'information mais aussi les émissions musicales et littéraires.³⁰

En 1939, il y avait en France cinq millions de récepteurs pour quarante et un millions d'habitants. Dans le réseau de diffusion on comptait vingt radios d'état et douzaine radios privées donc au total, trente-deux stations. Durant l'occupation toutes les radios furent prises sous contrôle.³¹

En 1941 le gouvernement de Vichy suspendit les activités des radios privées. La diffusion radiophonique fut gérée au nom de l'Etat par RTF (Radiodiffusion - Télévision France). Le monopôle d'Etat subsista jusqu'à l'apparition des radios pirates en 1968.³²

En Grande Bretagne, alors que le nombre de personnes travaillant à la radio était en 1939 de 4889, en 1944 il atteignit 11 600. Cette augmentation souligne l'importance croissante de la radio. Pendant la guerre, alors que le nombre d'émissions d'information augmentait, les émissions de divertissement destinées à maintenir le moral de la population gagnèrent aussi de l'importance. Lors de cette période BBC diffusait aussi des émissions à l'étranger. A partir de 1939 ces dernières furent diffusées d'abord en quatorze, puis en vingt trois langues.³³

Aux Etats-Unis, à Ohio, fut fondé une station diffusant des émissions en Anglais, Français, Allemand et Italien en 1942. La station *The Voice of America* fondé par l'Office d'Information de Guerre continua ses activités dans le monde après la fin de la guerre.³⁴

La « guerre des ondes » de la période 1939-1945 prouva l'influence politique de la radio. Pouvant désormais faire entendre leur voix en dehors de leurs frontières nationales, les gouvernements, surtout grâce aux émissions d'information, réussirent

³⁰ Sabbagh, op.cit., pp. 45-46.

³¹ M. Bamberger, *La Radio en France et en Europe*, Paris, Que Sais-Je?, 1997, pp. 91-92.

³² E. Soydan, "Dünya'da Alternatif Radyoculuk", *Broadcast Türkiye*, Août 1998, No: 18.

³³ Albert, *Tudesq*, op.cit., pp. 43-46.

³⁴ G. Thoveron, *Histoire des Médias*, Paris, Editions du Seuil, 1997, p. 69.

à prendre de larges masses sous leur influence. De plus, le besoin croissant d'information lors de la guerre, incita les stations de radio à envoyer plus de correspondant à l'étranger. Notamment aux Etats-Unis, où les informations présentées par Edward R. Murrow depuis Londres, était largement préférées aux meilleurs journaux.³⁵

Dans l'histoire de la radio, dont la fonction de propagande qu'elle pouvait exercer avait été confirmée pendant la Deuxième Guerre Mondiale, la période 1927-1948 fut jugée par plusieurs chercheurs comme son *âge d'or*. Pendant cette période, alors que la radio continuait à se développer techniquement, le flux d'information diffusé par elle gagna une grande importance. Dans les années cinquante, l'utilisation de la bande FM suscita la multiplication des stations et la diversification des genres d'émissions.³⁶

C) Diversification Des Emissions De Radio Et Bulletins D'informations (1950-1970)

Dans son ouvrage intitulé « L'art radiophonique », R. Paradalié, discerne dans le développement de la diffusion radiophonique trois périodes. La première, nommée *L'Age de la TSF* est celle qui s'allonge du début du XX. Siècle à 1927, la deuxième, *L'Age adulte* va de 1927 à 1940 et la dernière est celle qui commence à partir de 1940, *l'Age de la culture radiophonique*.³⁷

Les principaux éléments déterminant l'âge de culture radiophonique sont la croissance du nombre d'auditeur, les avancées technologiques, l'amélioration des émissions et, le plus important, l'apparition d'un nouveau moyen de communication rival, la télévision.³⁸

Les années cinquante furent une période où nombre de personnalités *star* et de commentateurs d'information de radio passèrent à la télévision en abandonnant la radio. La radio réussit à résister à l'épreuve en s'adressant à des groupes

³⁵ J. Vivian, *The Media of Mass Communication*, Etats-Unis, Allyn and Bacon, 1998, p. 176.

³⁶ Ş. Tekinalp, *Elektronik Kitle İletim ve Değişim*, İstanbul, Beta Yay., 1990, pp. 16-18.

³⁷ J. Cazeneuve, *Sociologie de la Radio-Télévision*, Paris, Que Sais-Je?, 1986, pp. 47-48.

³⁸ *Ibid.*, p. 48.

démographiques distincts et en rétrécissant ses champs de diffusion. Les stations passèrent du rock n'roll pour les jeunes, du blues pour les afro-américains et de la country music pour les fermiers. Plus tard, d'autres divisions furent opérées parmi ces groupes d'auditeurs. Les radios s'adressant à de différentes franges de la population adoptèrent aussi de différents contenus pour leurs bulletins d'information. Par exemple, une station passant du rock informait ses auditeurs sur les concerts et les chanteurs, celle jouant du blues, sur les droits civils et une radio orientée vers les agriculteurs donnait des informations sur les prix de grains et sur la météorologie.³⁹

Après 1950 un autre changement pouvant être constaté fut le développement technologique. Dans un premier temps, avec l'invention des transistors, la radio diminua de volume et devint transportable. Suite à cela, se libérant de sa propriété d'être écouté en groupe, elle devint un instrument utilisable individuellement. La multiplication des stations de radio amena la multiplication des choix. Les diffusions en stéréo augmentèrent la qualité de l'écoute. La durée de la diffusion se rallongea, la plupart des radios commencèrent à émettre pendant vingt quatre heures.⁴⁰

En France, pendant la période 1955-1965, la station *Europe 1* diffusant à l'étranger, créa le magnétophone d'interview « nagra » permettant d'ajouter des sons enregistrés aux bulletins d'information. Ce qui constitua une importante avancée de la radio qui perdait son influence devant la télévision. En 1961, le transistor joua un rôle important dans le coup d'état algérien. Les soldats, apprenant les événements survenus dans la capitale, désobéirent à l'ordre d'insurrection de leurs commandants. De même en 1968, les reportages diffusés à la radio eurent un effet mobilisateur. Dans les mêmes années, l'événement le plus important concernant la radio en Grande Bretagne fut l'interdiction des radios pirates et surtout de *Radio Caroline*, une station appliquant le modèle des radios américaines basées sur la diffusion de musique. Avec cette interdiction, un important changement s'opéra au sein de la BBC et quatre nouvelles radios nationales furent fondées : *Radio 1* (musique *pop*), *Radio 2* (musique *slow*), *Radio 3* (musique classique) et *Radio 4* (information-

³⁹ Stephens, op.cit., p.275.

⁴⁰ A. Aziz, Radyo ve Televizyona Giriş, Ankara, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yay., no:393, 1976, pp. 58-60.

divertissement). La première de ces stations était constituée des fondateurs de radios pirates.⁴¹

La chute des revenus de publicité des radios et des transformations dans les habitudes des auditeurs de radio provoquées par l'apparition de la télévision aux Etats-Unis, donna lieu à des changements dans les contenus des émissions. A partir des années cinquante les brèves informations, les cassettes et les conversations au téléphone devinrent des matériaux bons marchés pour les présentateurs d'émissions. Dans les émissions soutenues par des sponsors, la musique et le divertissement étaient au premier plan. Donc les diffusions de musique pop, pouvant attirer plus de publicité, étaient préférées par les administrateurs des stations de radio.⁴²

Avec l'apparition de la télévision, les drames, les comédies, les jeux autrefois diffusés par la radio passèrent, en prenant leurs auditeurs avec eux à la télévision. La baisse du nombre d'auditeur, augmenta la dépendance envers les cassettes, c'est-à-dire la musique. La structure diversifiée donc segmentée de la radio diminua sa fonction d'élément unificateur culturel. Il n'y avait aucun point commun entre les masses écoutant des stations de rock et celles passant de la musique slow ou soul. En temps que champs de partage d'expérience, la radio ne s'adressé désormais plus qu'à une sphère restreinte de la population.⁴³

Cependant le journalisme radio et notamment celui traitant des informations locales, connut un important développement après la Deuxième Guerre Mondiale. Les interviews réalisées à l'aide de magnétophone enrichissaient le contenu des bulletins d'information. Aux Etats-Unis toutes les radios disposaient d'offices installés dans les grandes villes comme New York, Los Angeles, Chicago. Les informations étaient transmises plus rapidement grâce à ces correspondants.⁴⁴

En raison de tous ces changements, le nombre de radio continuait à s'accroître pendant la guerre froide. Au début de l'année 1944 il y a avait aux Etats-Unis 1 900, en Europe 416, en Asie 173 et en Afrique 43 stations de radio. En 1961 le nombre de

⁴¹ E. George, "Radyonun Yeni Hizmeti", Medya Dünyası, Istanbul, İletişim Yay., 1992, pp. 64-65.

⁴² S. Barnard, *Studying Radio*, London, Arnold, 2000.

⁴³ Vivian, *op.cit.*, pp. 174-175.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 176.

radio sur toute la surface de la terre atteignait les 12 700, à savoir 5 700 en Amérique du Nord, 2 800 en Europe, 1 900 en Amérique du Sud, 1 200 en Asie et 400 en Afrique. La radio continuait encore à être le premier moyen d'information dans tout le monde. La radio *The Voice of America*, qui diffusait toujours en plusieurs langues, mettait en avant la propagande anti-communiste. Dans le bloc soviétique, la radio était devenu l'instrument privilégié de la propagande du Parti Communiste. A cette époque, la radio de Moscou diffusait ses émissions en 31 langues pendant 334 heures par semaine. Arrivé en 1960, la radio soviétique réalisait un total de 996 heures de diffusion par semaine avec 334 heures en Europe, 108 heures en Amérique du Nord, 264 heures au Proche Orient et en Asie et 42 heures en Afrique. Dans l'organisation de leurs radios, les pays du bloc de l'Est reprenaient le modèle soviétique. La Radio de Budapest diffusait, en 1950, six heures par jours d'émission en neuf langues. Autrement dit, pendant la guerre froide, la radio était devenu une arme importante pour faire accepter les politiques des états.⁴⁵

D) Développement De La Radio Privée Après 1970

En jetant un coup d'œil à la première moitié du XX. Siècle, il est facilement possible de voir que deux événements majeurs ont eu un effet déterminant sur la vie politique, sociale et culturelle. La Première et la Deuxième Guerre Mondiale...

Nous avons jusqu'ici, résumé les effets de ces deux guerres sur le développement de la diffusion radiophonique. Nous allons maintenant faire une analyse de cette diffusion, surtout en ce qui concerne les bulletins d'information, en relations avec les transformations politiques, économiques, culturelles et technologiques survenus à partir des années soixante-dix jusqu'à nos jours.

Avec la fin de la Deuxième Guerre Mondiale, les pays occidentaux entrèrent dans une période de croissance qui durera approximativement vingt-cinq ans. La principale particularité de cette époque réside dans l'augmentation du volume de commerce et la prolongation d'une période de prospérité. Avec la crise pétrolière du début des années cette ère de prospérité laissa sa place à une nouvelle période marquée par la croissance du chômage et la montée de l'inflation. En concurrence avec un Japon désormais techniquement très développé, les pays occidentaux

⁴⁵ Albert, Tudesq, op.cit., pp. 56-57.

abandonnèrent la politique keynésienne d'intervention étatique au système économique pour adopter la voix prônée par Friedmann d'une économie livrée aux lois du marché. Selon celle-ci, l'état ne doit absolument pas intervenir dans l'économie, les prix étant déterminés par l'offre et la demande dans des conditions de marché libre. Les mouvements de dérégulation se répandirent rapidement en Europe de l'Ouest. Ce changement dans le climat économique et politique pesa sur la dissolution du bloc soviétique et l'instauration de régimes fondés sur une économie de marché libre à partir de la fin des années quatre-vingt.⁴⁶

L'adoption de cette nouvelle perspective donna lieu à une restructuration de l'économie internationale. Le concept de « mondialisation » commença à être débattu par de nombreux économistes. Durant cette période, les entreprises multinationales, qui jouaient un rôle de premier plan, gagnèrent plus de poids tant dans la production que dans le commerce. Cependant, le processus de mondialisation ne peut-être expliqué par la seule cause de l'action grandissante des multinationales sur l'économie mondiale. Pour pouvoir comprendre l'unification des marchés sur un plan mondial, il faudrait surtout tenir compte du coup de barre opéré dans l'économie politique, comme nous l'avons cité ci-dessus. Il est clair que, pendant les années quatre-vingt, les politiques de libéralisation suivit par Reagan, Thatcher et autres ont favorisé l'émergence des entreprises multinationales. Les principaux éléments de cette nouvelle politique étaient la libéralisation, la privatisation, la dérégulation et la concurrence.⁴⁷

« Les années quatre-vingt furent en même temps une période où la prétention à une « révolution et société de l'information » gagna une certaine validité. Ceci dit, la formation de cette nouvelle « société de l'information » s'accompagnait d'un élan de privatisation dans les systèmes de radio et de télévision. Le service public possédant une longue tradition dans le secteur audiovisuelle en Europe, fut contraint de s'adapter à cette transformation, avec tous les problèmes que ceci a entraînés. »⁴⁸

⁴⁶ C. Pekman, *Televizyonda Özelleşme*, Istanbul, Beta Yay., 1997, p. 22.

⁴⁷ E. Toussaint, *Ya Paranı Ya Canını*, Trans by. Maral Berberyan, Istanbul, Yazın Yay., 1999, pp. 63-65.

⁴⁸ E. Mutlu, *Televizyon ve Toplum*, Ankara, TRT Yay., 1999, p. 28.

Les principales fonctions de la Commission Nationale de la Communication et des Liberté, fondée en France en 1986, étaient de distribuer des licences, contrôler les diffusions et de conseiller les fondations privées. En 1989 cette commission fut substituée par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.⁴⁹ En Grande Bretagne le monopôle de l'Etat avait déjà été brisé par la fondation d'une organisation de télévision indépendante (*ITV-Independent Television*). Ce duopole s'élargit en 1964 avec la fondation de la deuxième chaîne de BBC, *Channel 4*. Cependant dans les années quatre-vingt, Mme Thatcher, défenseur de l'économie de marché libre, décida d'exercer cette vision dans le champ de la communication. Avec la loi sur les câbles, votée en 1984, la construction et la gestion des systèmes de câble et la diffusion d'émissions fut libéralisée. Ceci porta un violent coup au service public audiovisuel britannique. La nouvelle loi de 1990 (*Broadcasting Act*), en prenant en compte les réactions de l'opinion publique, mis à part les conditions financières, accorde une importance déterminante aux critères de qualité dans la distribution de licences. Avec le souffle néo-libéral, débuté en 1979 en Grande Bretagne, le modèle de diffusion de BBC, qui avait influencé les systèmes audiovisuels de divers pays européens prit de douloureux coups.⁵⁰

1) La Commercialisation Et Ses Effets

De même qu'en France et en Grande Bretagne, la privatisation des moyens de communication de masse prit de l'ampleur dans le reste des pays européens. La mondialisation qui rapprocha les marchés de différents pays, toucha aussi les systèmes de diffusion. Nous allons maintenant aborder les effets de la commercialisation de la diffusion audiovisuelle sur le journalisme radio.

La commercialisation de ce secteur est décrite comme « la production et l'offre à but lucratif de l'information et de la culture dans une structure de marché ».⁵¹ C'est-à-dire que le facteur déterminant pour un bulletin d'information ou d'une émission comprise comme une marchandise commerciale devient la demande du

⁴⁹ Y. Inceoğlu, *Uluslararası Medya*, Istanbul, Der Yay., 1997.

⁵⁰ Pekman, *op.cit.*, pp. 62-66.

⁵¹ *Ibid.*, p. 80.

consommateur. Pour cette raison, dans le modèle américain, où depuis le début la diffusion privée fut dominante, les stations de radio possèdent une structure segmentée selon le goût des consommateurs. Selon le modèle de marché libre, la radio commerciale doit pour maximiser son profit diffuser avec le minimum de coût et attirer le plus de client possible. Dans les radios commerciales s'adressant à un large public les émissions commencent en général par la musique et se continuent ensuite avec des appels téléphoniques. La possibilité de diffuser ou non une émission et son contenu sont déterminés par les lois du marché.⁵² Par conséquent la place occupée par les informations dans la radio, sera proportionnelle à la demande.

Le paysage concernant les bulletins d'informations et le journalisme dans les radios commerciales est plus ou moins le même dans tous les pays. En 1991 lorsque les Etats-Unis attaquèrent l'Irak, la station ABC ne prenant même pas la peine de traiter cette information, se connecta à la chaîne de télévision ABC et transmit les commentaires de Peter Jennings tout au long de la soirée. C'était un moment déplorable dans l'histoire de la radio. Ce qui ne fut pourtant pas exceptionnel. Durant toute la guerre du Golfe, l'ensemble des stations avait diffusé les brèves provenant ou des chaînes de télévision ou des agences d'information ou bien avaient directement utilisé les enregistrements des bulletins télévisés. Dans les années quatre-vingt-dix, la structure la plus courante des stations, était fondée sur la diffusion de musique dont le coût de production était relativement bas. Même la station KDKA qui avait diffusé à Pittsburgh, le premier bulletin d'information radio de l'histoire, ne diffuse plus son bulletin local depuis 1991. La plupart des stations ont ou complètement arrêté de diffuser leur bulletin ou bien donnent un résumé rapide de l'actualité mondial. De plus ces radios ont totalement cessé de recueillir des informations par leurs propres moyens. Il s'agit plutôt de « journaliste de desk », donc assis dans leur bureau, essayant de constituer un bulletin en suivant les dépêches diffusées par le réseau de télévision d'événements public C-SPAN. Tous les réseaux de radio, hormis CBS, sont connectés à des agences leur fournissant les sons nécessaires à la production d'information, pour lesquelles elles payent un tarif annuel. Ce qui constitue, financièrement une raison de plus pour ne pas envoyer de correspondant sur le terrain. Cependant aux Etats-Unis, une initiative donne de l'espoir pour le renouvellement d'un journalisme radio. La station *National Public*

⁵² P.M. Lewis, J. Booth, *The Invisible Medium, Public, Commercial and Community Radio*, China, Macmillan, 1989, p. 5.

Radio dispose de douze correspondants qui transmettent des informations depuis la capitale. Cette station est, comme les radios commerciales, connecté aux agences 'son' et à l'AP. Par contre les nouvelles que la rédaction sélectionne et son approche peut-être différente. Au lieu de limiter la durée de chaque dépêche à vingt cinq secondes, elle permet aux correspondants de faire une présentation beaucoup plus profonde et détaillée de l'événement en question. Toutefois, le nombre de correspondant de la *National Public Radio* en dehors de Washington est beaucoup plus restreint et pour les informations provenant de l'étranger, elle dispose du soutien de BBC. Mais n'étant pas financée par les revenus de publicité, cette station est en difficulté économique.⁵³

Cet exemple de radio public, possède des qualités qui ne sont malheureusement pas atteignable pour la diffusion commerciale.⁵⁴ De nos jours, les contenus et les structures d'émissions ont considérablement changé. Sur les stations de radio « parlé » nommées « Talk Radio », la parole n'est plus qu'un matériel servant à remplir les espaces vides entre les musiques. Le contenu de la parole n'a plus aucune importance. Les émissions recevant des appels téléphoniques avaient suscité à la base beaucoup d'enthousiasme par leur potentiel à constituer un forum, une plateforme de débat. Seulement, les investisseurs ont bien (et vite) compris que ce genre d'émission - débat n'attirait pas de clients et donc pas de publicité.

2) La Transformation Technologique Et Ses Conséquences

Durant toute leur histoire, les moyens de communication de masse, subirent de près les effets du développement technologique. De même que les techniques d'impression favorisèrent la publication des journaux en plus grand nombre, la radio fut aussi soumise aux effets transformateurs des principaux progrès scientifiques. Nous pouvons penser aux radios à transistors produits dans les laboratoires Bell en 1947. Avec la radio portable, le mode et l'espace d'utilisation de l'engin changèrent radicalement. Ce qui fut longtemps un moyen de distraction collectif 'à domicile',

⁵³ Vivian, op.cit., pp. 176-177.

⁵⁴ Ibid., pp. 177-178.

rassemblant la famille autour de lui, devint transportable donc personnel, ce qui favorisa la diversification.⁵⁵

Un autre progrès fut l'utilisation de la bande FM (Fréquence Modulation), Permettant les diffusions en stéréo, l'émission d'onde à courte distance et étant plus facile à contrôler, elle fut souvent préférée par les radios commerciales. Elle favorisa l'apparition des radios pirates qui plus tard gagnèrent un cadre légal. Ainsi la tradition de diffusion commerciale existant aux Etats-Unis se reproduisit en Europe.⁵⁶

Après 1990, de même que les autres technologies de communication, la radio connut d'importantes transformations. Parmi celles-ci nous pouvons mentionner l'apparition de l'ordinateur, l'utilisation d'internet comme source d'information et moyen de diffusion, la connexion on-line aux agences, la communication à l'aide du téléphone portable, la diffusion de musique grâce aux CD et dernièrement aux MP3, l'amélioration de la qualité du son grâce à au système numérique, le contrôle du temps et les passages sans erreurs (entre différents morceaux, publicités, informations) à l'aide de systèmes d'automation. Avec toutes les facilités et surtout le perfectionnement de la qualité de la diffusion par rapport au son (donc à la forme) que ces transformations ont permis, il est cependant nécessaire de souligner qu'elles ont eu des effets affaiblissants et uniformisants sur un autre aspect non moins important de la diffusion qu'est le contenu des émissions et en particuliers des bulletins d'information. Vu de cet angle, la technologie, sans oublier les potentiels qu'elle contient, abandonnée aux mains d'investisseurs avides de profits constitue un véritable problème pour le journalisme radio. Notamment les stations nationales liées à de grands réseaux ou groupes, profitent des nouvelles techniques d'automation dans le sens où cela permet de diffuser les publicités au moment prévu et sans erreur, de contrôler les contenus et surtout de réaliser les diffusions en employant moins de personne. Ainsi, la technologie fait office d'arme économique aux mains des propriétaires de radio.

⁵⁵ A. Crisell, "Radio: Public Service, Commercialism and the Paradox of Choice" in *The Media: An Introduction*, London, Ed. By Adam Briggs, Paul Cobley, Longman, 1998, p. 118.

⁵⁶ Y. Cresson, G. Riboreau, *Radyo Teknikleri*, Istanbul, I.Ü. İletişim Fak. Yay., 1998, p. 29.

Le terme de ‘convergence’ utilisé pour décrire le processus d’unification et fusion de tous les médias de masse au sein de l’ordinateur mérite d’être traité en vue d’éclaircir ce qui attend la radio.⁵⁷

La convergence des médias, se développe depuis les années quatre-vingt avec la concentration d’entreprises et la vague de propriété diagonale. Ceci entraîne la circulation de du même contenu au sein de différents moyens d’information. En effet, il est désormais fréquent de rencontrer la même information dans une radio, un quotidien et une télévision appartenant à un même groupe. Ce qui permet une importante réduction du coût de production. Les conséquences néfastes de la convergence sur le journalisme sont dès aujourd’hui visibles. Il est aussi prévisible que ce processus d’intégration, en provoquant le besoin de rédiger chaque information et de préparer le matériel correspondant selon les propriétés des différents médias, va alourdir le travail des journalistes. De plus, certains observateurs soulignent le fait que cette convergence va intensifier la disparition des voix différentes, amorcée auparavant par la concentration.⁵⁸

Dans les analyses des contenus d’information effectuées par l’Union des Diffuseurs Européens (EBU) pour exposer les effets de la convergence sur les bulletins télévisés, il a été démontré que les agences d’information internationales avaient un grand impact sur le fait que dans les bulletins télévisés ce sont souvent les mêmes sujets qui sont traités. La dépendance à ces agences, accompagné de l’effet produit par la convergence, anéantit la diversité dans les diffusions d’information. Les bulletins d’information tendent à se ressembler, à *s’apparenter* de jour en jour.⁵⁹

⁵⁷ http://whatis.techtarget.com/definition/0..sid9_gci211837.00.html. (Mai 2004)

⁵⁸ “Examining Convergence Methods”, Chicago, in The Quill, 2002.

⁵⁹ M. Gurevitch, M.R. Levy, I. Roeh, “The Global Newsroom: Convergence and diversities in the globalization of television news”, Communication and Citizenship, Ed. P. Dahlgren, C. Sparks, London, Routledge, 1997, p. 199-204.

DEUXIEME PARTIE

EVOLUTION DE LA COMMUNICATION RADIOPHONIQUE EN TURQUIE

A) Début De La Radiodiffusion En Turquie

Contrairement au nombre d'inventions techniques, le début des émissions de radio en Turquie a eu lieu tout de suite après le début de la radiodiffusion dans le monde. Ainsi, les premières émissions régulières ayant eu lieu aux Etats Unis en 1922, la radiodiffusion en Turquie a vu le jour en 1927. Les premiers volontaires qui ont tenté cette nouvelle invention, comme dans les autres pays, ont été les amateurs. Les bases techniques et sociologiques nécessaires n'étant pas encore formées en ces années, il est parfaitement possible d'affirmer que la radio a été une technique importée en Turquie.⁶⁰

Les années de la Guerre de l'indépendance avaient mis en évidence l'importance de la communication. Ainsi, afin de subvenir aux besoins dans ce domaine un « Décret pour la réalisation des réseaux sans fil » a été instauré. En 1925 la Société française T.S.F. a débuté ses travaux pour la construction des émetteurs de télégraphe sans fil, à Ankara et à Istanbul. Les émetteurs de radio ont été mis en service en 1927 et avaient une puissance de 5 KW.⁶¹

⁶⁰ U. Kocabaşoğlu, Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna, Ankara, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Yay., no: 442, 1980, pp. 8-9.

⁶¹ Ibid., p. 10.

Après l'installation de ces stations et en vue de s'en servir pour la radiodiffusion, deux émissions de test ont été réalisées. Les deux stations étant construites par les sociétés françaises, pour la réalisation des radiodiffusions, la Turquie a fait appel au même établissement, et « La Société Anonyme Turque de Téléphone Sans Fil » (TTTAŞ) ⁶² a vu le jour.

La fondation de la TTTAŞ a été agréée par le gouvernement le 6 janvier 1926. La gestion de la radiodiffusion par un établissement privé pouvait s'expliquer à cette date par la faiblesse économique du pays qui venait de sortir d'une guerre. Le gouvernement turc qui se trouvait alors en grosses difficultés financières, a investi la majorité de ses moyens aux voies ferrées publiques. TTTAŞ possède deux stations de radiodiffusion, à Istanbul et à Ankara. ⁶³

Lors de cette première période, comme dans les autres pays du monde, la durée des émissions journalières était très limitée. En juillet 1927 la radio d'Istanbul n'émettait que 360 minutes par jour. Dans une période de 10 ans, la durée moyenne de radiodiffusion journalière était 262 minutes à Istanbul et 166 minutes à Ankara. Pendant les dix ans de radiodiffusion effectuée par la TTTAŞ, l'intérêt était plutôt porté vers Istanbul. Ceci était valable pour les horaires et pour la qualité des programmes radiophoniques. Les émissions musicales constituaient les 84% des émissions totales. Car, en raison du concept également « importé » des sociétés occidentales, la radio était considérée comme un moyen de loisir. De l'année 1927 jusqu'en 1936 les informations n'occupaient que les 5,92% des émissions totales. ⁶⁴

Malgré la durée stricte accordée aux informations dans le total des émissions, elle avaient une plus grande importance par rapports aux programmes non musicaux (oraux). Au début, les bulletins d'information étaient émis deux fois par jour : à 18h50 et, en journal bref, à la fermeture ; tandis qu'en 1929 ils étaient diffusés généralement autour de 20h30. A l'époque la source des informations était l'Agence Anatolienne (A.A.), l'organe officiel de l'Etat. Jusqu'en 1960 les textes publiés par

⁶² R. Ertuğ, *Radyo İşletmeciliği ve Meseleleri*, Istanbul, İstanbul Üniversitesi Yay., no:504, 1951, pp. 50-51.

⁶³ Kocabaşoğlu, *op.cit.*, pp. 21-27.

⁶⁴ *Ibid.*, pp. 57-73.

cette agence ne subissaient presque aucune modification avant leur lecture à la radio, ce qui explique qu'un langage spécifique au bulletin d'information n'a pas pu être développé pendant très longtemps. En ces années, les dirigeants de l'état s'exprimaient rarement à la radio. En dehors des bulletins, il existait aussi un programme d'information intitulé « Journal parlant de la Radio ». ⁶⁵

« La Radio d'Istanbul a transmis en direct les cérémonies réalisées pour accueillir Atatürk lors de sa première visite à la ville en juillet 1927, ainsi que son discours devant les délégués du peuple. D'autre part, son élocution du 1^{er} novembre 1928 à l'inauguration du Conseil national a également été diffusée par la Radio d'Istanbul, et grâce aux haut-parleurs installés sur les places de Beyazıt et de Kadıköy, le peuple a pu écouter ses propos. Les activités scientifiques sur la langue et l'histoire turque, les déclarations des personnalités importantes du régime en raison de « la Semaine des produits turcs et de l'épargne publique », les allocutions faites aux jours de fêtes et aux jours particuliers ont été également retransmises par la radio. ». ⁶⁶

Pendant cette période, la radio n'a pu devenir ni un moyen de loisir efficace ni un outil d'éducation. Car elle était dénuée de l'expansion publique et du concept de programmation, ces atouts qui lui auraient permis de gagner les qualités suscitées. Quant aux émissions musicales, c'était surtout le désaccord concernant « la musique à la turque ou la musique à l'occidentale » qui était mené. A tel point que, vers la fin de l'année 1934, la transmission radiophonique de la musique turque a été interdite, cette interdiction n'ayant pu durer que deux ans. ⁶⁷

A partir de 1934, des actions en vue de la programmation et de l'amélioration des émissions de radio commencent. Le jour du 28 mai, « La loi relative à la Direction générale de presse et à ses tâches » est décrétée. Le contrôle et l'organisation des

⁶⁵ Kocabaşoğlu, op.cit., pp. 95-98.

⁶⁶ Ibid., pp. 97-98.

⁶⁷ U. Kocabaşoğlu, "Radyo", Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, Cilt: 10, İletişim Yay. ,Istanbul.

émissions radiophoniques passent sous la compétence de cette direction. Ainsi, l'intervention de l'état sur la radiodiffusion débute.⁶⁸

L'un des principaux facteurs de cette intervention est incontestablement la perception des objectifs menés en d'autres pays par l'utilisation de la radio. Son emploi, en Union soviétique et en Allemagne Nazi, dans le but de renforcer le pouvoir politique, a permis aux turcs de concevoir la puissance de cet outil.⁶⁹

L'année 1936 arrivée, le contrat avec TTTAŞ est résilié et l'étatisation des diffusions radiophoniques s'accélère. La même année la Direction de la Poste, du Téléphone et du Télégramme (PTT) conçoit une station de radio qui durera de 1938 en 1940.⁷⁰

La plus importante évolution technique à l'époque du PTT a été l'augmentation de la puissance des émetteurs à Istanbul et à Ankara, ce qui a permis aux 25% du public d'écouter la radio.⁷¹ Quoi que, jusqu'à la création du TRT, la période qui a connu le plus grand développement qualitatif de la radio a été celle de 1939-1946. On peut en citer plusieurs raisons. La Deuxième guerre mondiale, en augmentant au sein de la population le besoin de s'informer, avait renforcé l'habitude d'écouter la radio. D'autre part, la radio, désormais reliée à la Direction générale de la Presse, fonctionnait plus efficacement du point de vue organisationnel et administratif. Les bulletins continuaient à être préparés entièrement par l'Agence Anatolienne. Du budget public, des fonds qu'on pouvait qualifier importants étaient engagés pour la radio. Malgré les difficultés économiques des années de guerre, le nombre de récepteurs avait augmenté d'une grande rapidité. Il y'en avait que 80.000 en 1940, ils étaient presque 180.000 en 46.⁷²

Entre les années 1937-1940, dans la totalité des émissions orales, le taux des informations variait entre 27% et 47%. Les bulletins occupaient la plus grande place. Ils étaient transmis d'abord deux, puis trois fois par jour. Chaque bulletin durait 10 à 15 minutes, le premier étant dans le courant de la diffusion de midi de 12 à 13h00, le

⁶⁸ J. Gülizar, "Türkiye Radyoları", Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, Cilt: 10, İletişim Yay., Istanbul.

⁶⁹ Kocabaşoğlu, Şirket Telsizinden..., pp. 117-119.

⁷⁰ Oskay, Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon, Ankara, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yay., 1971, p. 15.

⁷¹ A. Aziz, Radyo Yayıncılığı, Ankara, Nobel Yay., 2002, pp. 213-214.

⁷² Kocabaşoğlu, 'Radyo'..., p. 2734

second dans celui du soir de 20 à 21h00. Mais malgré leur importance, les bulletins radiophoniques ne jouissaient pas d'un soin satisfaisant. Car en cette période il n'existait pas encore une unité spécialement conçue pour la préparation du journal parlé. Les informations envoyées par l'Agence Anatolienne et reçues sur un ruban de téléx étaient classées de la part des annonceurs suivant leur importance et se lisaient au microphone. La mauvaise qualité du langage des bulletins a été, entre autres, relatée lors du Congrès des éditions turques réuni à Ankara en mai 1939. A part les bulletins, il existait d'autres programmes d'informations intitulés « Revue de Presse », « Annonces sur la Politique étrangère », « Problèmes du jour ». Revue de Presse était consacrée à la lecture des informations choisies dans la presse, tandis que Evénements de la politique intérieure et Problèmes du jour étaient conçus pour éclairer le public pendant la Seconde Guerre Mondiale.⁷³

La guerre mondiale avait accru l'importance des émissions radiophoniques. Le gouvernement sentait le besoin de contrôler de plus près la radio afin de faire savoir et admettre ses propres points de vue. De ce fait, et suite à un projet agréé en mai 1940, la Direction de la radiodiffusion dépendant jusqu'à cette date du Ministère de la Correspondance, est passée à la Direction générale de la Presse attachée au Cabinet du Premier Ministre.⁷⁴

Dans l'intervalle des années 40-46 l'importance et le poids des émissions d'information semblaient augmentés. Elles étaient désormais diffusées quatre fois par jour, deux dans la matinée et deux dans la soirée, chacune étant de quinze minutes. En 1945, « Le Service de réception et de diffusion des informations » a été instaurée au sein de la Direction générale de la Presse et des Emissions. Sa tâche était suivre les émissions de sources étrangères et d'en rédiger des rapports. Les informations ainsi préparées étaient transmises au programme « Journal du dimanche » diffusé dans les heures de midi, chaque dimanche. Parmi les plus importantes critiques à l'encontre des bulletins de l'époque, on peut citer le désordre dans la programmation, la place insuffisante accordée aux informations nationales, l'utilisation incorrecte de la langue turque, le retard dans la transmission des évolutions d'autres pays. La structure de la radio de cette période met en évidence la puissance du gouvernement dans la préparation et le choix des annonces. L'une des

⁷³ Kocabaşoğlu, Şirket..., pp. 165-169.

⁷⁴ Ertuğ, op.cit., pp. 54 -55.

applications négatives incrustées en ces années dans le concept de l'informatisation était l'ampleur des annonces sur l'étranger, que la guerre avait naturellement mis en avant de toute autre information. D'autre part, dans la transmission des informations locales et internationales, la coutume d'exposer les événements et les problèmes d'une façon détachée entre eux, sans y établir une corrélation et sans refléter leur rapport avec les évolutions précédentes, s'est également généralisée pendant cette période. L'habitude de suivre les événements qui formaient le sujet des annonces, de retransmettre immédiatement chaque développement, ne s'était pas encore installée. Ce qui était essentiel dans les programmes comme *Journal de la radio*, *Journal du dimanche*, *Revue de la politique étrangère*, *Problèmes du jour*, était le fait de déclarer l'opinion officielle de l'Etat sur les événements locaux et internationaux.⁷⁵

B) La Radiodiffusion Sous Le Multipartisme

La Turquie, bien qu'elle n'ait pas pris part dans la deuxième guerre mondiale, a vécu les conditions pénibles de l'économie de guerre : L'importation, dont la capacité était déjà diminuée suite aux politiques des années 30, perd la moitié de son ampleur pendant la guerre. La production est gravement touchée par le départ de la majorité de la population masculine adulte appelée pour le service militaire. Les programmes d'investissement industriels planifiés avant la guerre se trouvent inapplicables en raison des dépenses militaires. Par conséquent, les années de guerre sont formulées comme une « interruption » pour l'économie du pays.⁷⁶

Dès la fin de la Seconde Guerre Mondiale, des tournants importants sont survenus dans le système politique, dans les actions économiques ainsi que dans les relations internationales de la Turquie. Pendant la guerre, le gouvernement qui se forçait pour subvenir aux dépenses de l'armée, avait fait imprimer des billets de banque, ce qui avait causé une importante hausse de l'inflation. La politique du gouvernement de fixer des prix bas pour les produits agricoles afin de faire face à l'inflation pendant la guerre, « la Taxe sur denrées agricoles » et surtout, en 1945, « la Loi pour donation de terrain aux agriculteurs » avaient déclenché la réaction des propriétaires fonciers. Cette dernière loi supportée par İsmet İnönü, le Président de la République de

⁷⁵ Kocabaşoğlu, loc.cit., pp. 223-227

⁷⁶ K. Boratav, *Türkiye İktisat Tarihi*, İstanbul, Gerçek Yay.,1993, p. 63.

l'époque, avait joué un rôle vital dans la naissance de l'opposition politique en Turquie de l'après-guerre.⁷⁷

L'année 1945 a été un tournant pour la politique nationale et internationale : Le Président İnönü avait affirmé qu'on pouvait désormais faire des pas importants dans la voie démocratique. Ce qui était suivi, le 7 janvier 1946, par les démissions de Celal Bayar, un banquier et homme d'affaires ; du bureaucrate Refik Koraltan ; de l'historien Fuat Köprülü et d'Adnan Menderes, un propriétaire foncier, du Parti Républicain du Peuple (CHP) pour fonder le Parti Démocrate (DP). Le multipartite a suscité l'utilisation de la radio par les partis politiques dans le but de renforcer leur propre pouvoir. Dès la première élection générale, en devenant l'arène des discussions politiques, l'importance de la radio a accru.⁷⁸

C'est pendant la même période que les publicités radiophoniques ont débuté. Jusqu'alors malgré sa position privée, le fonctionnement de la radio n'avait pu être financé que par les permis de diffusion et des taxes officielles. Lors des premières années où elle était nationalisée, elle avait continué à être considérée comme la voix des gouvernements, et des émissions publicitaires n'y avaient pas eu lieu. Mais avec l'année 50, le nombre de personnes qui voulaient faire diffuser leur publicité à la radio a augmenté. Et les diffusions publicitaires ont commencé tout naturellement, sans aucune réglementation officielle. Les donneurs de publicité s'engageaient à payer plus tard, suivant le tarif qui serait fixé ultérieurement. Et ils sous signaient un document d'engagement confirmé par un notaire. La Législation du Conseil ministériel à propos de la publicité n'a été établie et mise en application qu'un an après la transmission des publicités, le 27 janvier 1951.⁷⁹

En 1949, l'article 9 de la « Loi no 5292 relative à la Direction générale de la presse, des publications et du tourisme » qui a été adopté afin de répondre aux nouveaux besoins de la radiodiffusion, précisait les fonctions de la Direction de la radio : « Organiser tout le fonctionnement des postes d'émissions de radio ainsi que les

⁷⁷ E. J. Zürcher, *Modernleşen Türkiye'nin Tarihi*, Istanbul, Trans.by. Yasemin Saner Gönen, İletişim Yay., 2000, pp. 299-302.

⁷⁸ Ö. Cankaya, *TRT, Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi*, Istanbul, Yapı Kredi Yay., 2003, pp. 44-45.

⁷⁹ H. Altunbaş, *Radyo Reklamcılığı*, Konya, Tablet Yay., 2003, pp. 47-49.

relations de notre pays avec les établissements radiophoniques internationaux. » Avec l'article 15 de la même loi, la création d'une Commission d'instructions pour les émissions de radio, qui donnerait son avis au sujet des principes des émissions et des programmes en Turquie, a été réalisée.⁸⁰

D'autre part, les déclarations des partis politiques en période de scrutin seraient ordonnancées par le 23^{ème} article de cette même loi. Entre les années 1947 – 1960, l'évolution constituant la caractéristique essentielle des informations radiophoniques a été le pouvoir du Parti Démocrate. Le concept d'informations protocolaires, ces informations qui ont été pendant longtemps la qualité de base des informations du TRT, s'est enraciné en ces années. Dans les émissions de la radio qui dépendait du pouvoir, les informations concernant le gouvernement étaient privilégiées. Elle était critiquée d'être « la radio de l'état » ou « la radio partisan ». Le Parti démocrate l'utilisait pour ses propres intérêts et cela suscitait une grande réaction. L'exemple extrême de cette utilisation était la diffusion des identités des sympathisants du Parti démocrate suite au concept de « Front de la Patrie ». Toujours dans cette période, des programmes informatifs sur les aides de Marshall - effectuées par les Etats Unis vers les pays sous développés - ont été transmis : *Heure de Marshall de la Radio d'Ankara, Les Nations Unies* ou encore *l'OTAN*.⁸¹

Les bulletins d'information continuaient à occuper une grande partie des émissions verbales. Leurs sources étaient quelques grandes agences pour les informations internationales et l'Agence Anatolienne pour les autres. A part les éloges permanents envers les activités du gouvernement, il existait une conduite de censure.⁸²

C) Radiodiffusion Dans La Période Du TRT (Radio-Télévision Turque)

A la suite des élections de 1954, la Turquie était saisie par une inertie dans l'économie et une baisse du niveau de vie. Cette situation avait causé une perte de soutien pour le Parti démocrate. Les élections de 1957 justifiaient déjà une diminution dans le nombre de ses votes ruraux. Mais, pour le DP le problème le plus

⁸⁰ Ertuğ, op.cit., pp. 68-69.

⁸¹ Cankaya, op.cit., pp. 50-52.

⁸² Kocabaşoğlu, 'Radyo', p. 2735.

sérieux était la baisse du soutien des intellectuels, des bureaucrates et des membres de l'armée. Les applications autoritaires de ce gouvernement, qui était pourtant venu au pouvoir avec un programme de libéralisation économique et politique, attiraient la réaction des différents secteurs.⁸³

Dans ces circonstances, le coup d'état du 27 mai 1960 avait été reçu de bon cœur par le peuple. La déclaration de l'Armée affirmait que dorénavant le pouvoir serait sous l'autorité du Comité de l'Union nationale présidé par Cemal Gürsel, le Général des armées. Ainsi, les fonctions du DP ont été arrêtées le 31 août, et le parti a été fermé.⁸⁴ La constitution établie après le coup militaire du 27 mai a porté au pays un nouveau concept dans le cadre des droits et des libertés. Avec la participation des partis de gauche dans la vie politique les idées se sont diversifiées. Dans cette ambiance démocratique, l'établissement TRT aussi a été configuré en une unité autonome. Les diffusions de la Radio, puis de la Télévision, seraient établies conformément à l'article 121 de la Constitution de l'année 1961 ainsi qu'à la Loi 359.⁸⁵

Pour la radio, les quatre années qui sont écoulées entre le 27 mai 1960 et la date de la fondation du TRT, ont été marquées par une confusion dans les idées. D'une part on attendait une loi relative au TRT, d'autre part la radio se forçait à effacer les mauvaises habitudes du passé. Les bulletins constituaient la plus grande partie des émissions. Des nouveaux concepts véhiculés par la constitution, comme la communication, l'organisation, la liberté de la pensée et de l'expression, ont de leur côté modifié les informations. En novembre 1962, le Ministère de la presse et du tourisme a accepté quelques principes : le service informatif devait être libéré des influences politiques et les bulletins devaient être courts, attractifs et objectifs. Afin de préparer des informations conformes à ces principes, un Service des informations et des actualités a été constitué au sein de la Radio d'Ankara. Les heures des bulletins d'information, les principes à respecter dans les commentaires, les formalités dans la préparation des infos et les styles dans leur lecture, tout a été prédéfini aux moindres détails. Le Service des informations et des actualités s'occupait plutôt de la rédaction des commentaires apportés aux bulletins. Les autres programmes informatifs étaient préparés de préférence par la Direction des émissions

⁸³ Zürcher, *op.cit.*, p. 334.

⁸⁴ *Ibid.*, pp. 351-353.

⁸⁵ Cankaya, *op.cit.*, p. 57.

des paroles et du théâtre. C'était la première fois qu'une unité spécifique se fondait pour gérer le service des informations. Malheureusement cette unité n'est pas arrivée au niveau souhaité. A la date où service d'information a été transféré au TRT, il n'existait, que quelques outils bureautiques constitués du télex de l'Agence Anatolienne, un téléphone et une machine à écrire, dans deux petits bureaux. A cela s'ajoutait un système d'information dépendant aux bulletins de cette Agence. Le précurseur du Centre des informations du TRT d'aujourd'hui n'était que ce travail de communication effectué à l'époque dans ces deux bureaux .⁸⁶

La loi 359 adoptée le 1^{er} mai 1964 avait organisé l'Etablissement de la Radio Télévision en tant qu'identité publique autonome. Certains écrivains qualifient cette période qui s'est écoulée de l'année 64 jusqu'en 84 où les radios - télévisions privées ont débuté leur diffusion, comme une période *de monopole*, et celle qui l'a suivie, comme une période *mixte (de concurrence)*.⁸⁷

De ce point de vue, la première étape de la période de monopole inclut le temps entre la création du TRT en 1964 par la loi 359, et l'abrogation de l'autonomie de celui-ci en 1972. Dans cette première étape, les horaires de la diffusion radiophonique ont augmenté à partir de 1964. Les radios qui auparavant n'émettaient que pendant des heures précises de la journée sont passées à plein-temps. Un bureau central des programmes a été constitué afin d'assurer la coordination entre toutes les radios du TRT et les centres d'information. Et le jour du 10 octobre 1965, la diffusion a duré, la première fois, jusqu'au matin pour donner les résultats du scrutin.⁸⁸

En ces années, des concours ont été organisés pour embaucher au TRT des reporters, des programmeurs et des annonceurs. Parmi ceux qui sont entrés par cette voie au TRT nous pouvons citer des personnages importants de notre littérature, comme Adalet Ağaoğlu et Sevgi Soysal. Voici comment la journaliste İpek Çalışlar décrit la préparation des bulletins du TRT de cette époque.

« Moi, c'est suite aux concours de l'année 69 que je suis entrée au TRT en tant que reporter. (...) »

⁸⁶ Kocabaşoğlu, Şirket..., pp. 397-399.

⁸⁷ A. N. Yazıcı, Kamu Yayın Kurumları ve Yeniden Yapılanma, Ankara, TRT Yay., 1999, p. 38.

⁸⁸ A. Kaptan, 1927'den Günümüze Anılarla Radyo Televizyon, İstanbul, T.C. Maltepe Üniversitesi Yay., no:14, 2002, p. 26.

Après une longue période de cours on m'a fait travailler un mois dans chacun des services. Puis j'ai été engagée dans le Service des informations étrangères car j'étais bilingue. Son organigramme ressemblait un peu à celui des journaux actuels : Informations nationales, étrangères, centrales, informations de télévision, rédaction, correction. Les dépêches, on les tapait à la machine à écrire. Ensuite elles passaient à l'agent de vérification, puis elles allaient aux services de rédaction pour être lues une seconde fois et elles étaient enfin transférées au service de correction. Le chef de la rédaction de l'époque était Ahmet Oktay. Sur nos feuilles d'information il y avait des traits de paragraphes indiquant les minutes. La dépêche écrite par le reporter était ensuite tapée par une dactylo sur du papier calque (enduit de cire). Elle était ensuite corrigée, puis passée à la machine à photocopier pour en obtenir 5 à 10 copies qui étaient finalement remises à l'annonceur et aux directeurs du service des informations. Sur les copies pour les annonceurs les initiaux de celui qui avait écrit l'information et celui qui l'avait lue étaient marqués. Chacune des informations était préparée en cinq copies et classée, suivant leur importance, par le directeur qui faisait le bulletin. »⁸⁹

En 1968, dès le commencement des émissions télévisées, tous les regards, du public et des autorités, se sont dirigés vers celles-ci. La radio était un peu poussée au second plan et cela a permis d'agir dans une plus grande liberté à ceux qui préparaient les programmes de radio. Concernant cette période, Jülide Gülizar affirme que « les vrais agents de la radio ont pu se développer dans cette atmosphère d'oubli et de liberté. Malgré les critiques parfois sans raison, les attaques et les campagnes épuisantes appliquées par une certaine partie de la presse, les radios de la Turquie ont pu avoir une puissante équipe d'émission. »⁹⁰

Cette ambiance « de liberté et d'oubli » n'a pas duré très longtemps. Les événements étudiants nés en 1968 et la terreur grimpanche ont attiré l'attention du gouvernement de nouveau vers les radiodiffusions.⁹¹ Le 12 mars 1971 les « Forces armées turques » ont déclaré le mémorandum. Il exigeait la constitution d'un gouvernement puissant et

⁸⁹ İ. Çalışlar, "Türkiye'de Radyo Haberciliğinin Gelişimi", Radyo ve Radyoculuk, İstanbul, Der: Sevda Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yay., 2003, pp. 128-129.

⁹⁰ J. Gülizar, op.cit., p. 2746.

⁹¹ Gülizar, op.cit., p. 2746.

convaincant, capable de terminer l'anarchie dans le pays et d'appliquer les réformes en suivant les idées kémalistes.⁹² Un an après la loi du 29 février 1972 mettait fin à l'autonomie du TRT : D'abord l'article 121 de la Constitution a été modifiée, puis le TRT a été déclaré comme un établissement impartial, et pour finir, avec la modification de l'article 4 de la loi 359, la création de tout comité administratif autonome a été empêchée.⁹³ La levée de l'autonomie du TRT fait débiter la seconde étape de la période de monopole et dure jusqu'à la formation en 1983 du Haut Conseil de la Radio-Télévision (RTYK), suivant la loi 2954.

En 1974, les radiodiffusions ont été divisées en trois « postes d'émission » : TRT-1, TRT-2, TRT-3. Le TRT-1 a commencé à diffuser sur 24 heures. Ainsi le pays atteignait le niveau des heures de diffusion des pays développés. Les programmes d'information occupaient une part d'environ 14% de l'émission totale de la poste. Avec la division des postes, une sorte de programme différent de ceux d'avant, incluant divers sujets et diffusion de musique variée, donc plus adéquat à la dynamique de l'époque, a été inventée.⁹⁴ Il était baptisé « Kuşak Program » et pouvait être considéré comme le précurseur de ceux qui sont actuellement réalisés avec des DJ (disque jockey).

Pour le TRT-1, il a été prévu que l'acquisition, le choix et la transmission des informations devaient être conformes aux principes d'impartialité, de loyauté et de rapidité. Mais sa structure dépendante au pouvoir politique ne lui permettait pas toujours de réaliser ces aspirations. Le concept d'informations protocolaires se poursuivait. En 1974 le TRT se met à élargir son cadre du service d'informations, il embauche soixante-dix fonctionnaires. A l'étranger, des postes représentatives voient le jour dans les capitales de onze pays. La radio diffuse 24 heures sans interruption, un résumé des nouvelles à chaque heure et quatre bulletins d'information par jour au long de cette année. Tandis qu'au TRT-2 les émissions des informations sont conçues des bulletins plus détaillés, des commentaires, des nouvelles culturelles et étrangères. Il inclut également des débats et des panels.⁹⁵

⁹² Zürcher, op.cit., p. 375.

⁹³ Ö. Cankaya, "Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Yasal Gelişimi", 2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de Televizyon, Istanbul, Ed. Emir Turam, Altın Kitaplar Yay., 1996, p. 69.

⁹⁴ Cankaya, TRT, Bir kitle..., pp. 102-104.

⁹⁵ Cankaya, loc.cit., pp. 110-113.

L'étape finale de la période de 'monopole de l'état' est celle qui a duré entre 1980 et la suppression matérielle de ce monopole par les télévisions privées aux débuts de l'année 1990. Suite au coup d'état du 12 septembre 1980 et l'adoption de la constitution de 1982, une série de modifications concernant la réglementation des émissions de radio et de télévision, a été réalisée. L'article 133 de la nouvelle constitution ordonnait la création des stations de radio-télévision exclusivement par l'état et les configurait en unités autonomes publiques. La loi no 2954 de radio et de télévision établie en 1983 conformément à cet article a résilié tous les ordonnancements anciens et elle a prévu des dispositions concernant non seulement le TRT mais la totalité des radios et des télévisions en Turquie. Le plus important changement mis en application par cette loi est l'institution d'un Conseil organisateur, qui n'est pas le TRT, et qui est intitulé le Haut Conseil de la Radio-télévision (RTYK). Le RTYK a exercé des fonctions importantes lors de l'établissement du comité administratif du TRT, de la désignation de son directeur et ses politiques dans les émissions. Le statut dépendant du RTYK au pouvoir politique a aussi mis en doute l'impartialité des émissions du TRT.⁹⁶

Au cours de la période qui a suivi la mise en vigueur de la loi 2954, les diffusions vers le pays ont été effectuées par les radios R-1, R-2, R-3 et R-4. La Radio 1 était une chaîne qui, dans un concept de diffusion générale, s'adressait à tous les auditeurs, donnait des nouvelles et des informations sans les ennuyer, satisfaisait leurs attentes au sujet de la musique, et qui les distrait. Parmi les transmissions directes de l'époque, les programmes intitulés « Bonjour », « Vers midi » et « Du fond de la nuit » pouvaient être cités. Dans la journée, à chaque programme un sujet différent était traité. La Radio 2 contenait plutôt des programmes culturels, tandis que la Radio 3 émettait particulièrement de la musique. La Radio 4 a débuté ses diffusions en 1987. Elle a été conçue en premier lieu comme une radio qui diffuserait seulement de la Musique classique turque, de la Musique populaire, et des informations. Mais avec le temps cette chaîne a été également utilisée pour l'enseignement des langues étrangères.⁹⁷

⁹⁶ Ö.Cankaya, "Türk Radyoculuğunun Gelişimi", Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, cilt:14, İletişim Yay., İstanbul, 1995, p. 1079.

⁹⁷ Ö. Cankaya, Dünden Bugüne Radyo Televizyon, İstanbul, Beta Yay., 1997, pp. 68-69.

D) Début Des Radios Privées Après 1990

Nous avons étudié les évolutions économiques et politiques survenues au monde à partir des années 80 dans le premier chapitre de notre travail. La Turquie a été également influencée des ces changements. Les mouvements de dérégulation y ont aussi été appliqués.

Plus importante que le coup d'état du 12 septembre 80, la date de 24 janvier a été un tournant historique pour la Turquie. Avec les « décisions de stabilité » déclarées à cette date, l'économie de la Turquie s'est dirigée vers une structure libérale sur une voie à sens unique. Les prix du papier ont augmenté suite à la décision du gouvernement de Demirel. Le secteur de l'édition et de la presse est entré dans une pénurie d'argent liquide. Seuls les établissements qui étaient appuyés par des grands capitaux et de leurs publicités ont pu persister au cours de cette ère pénible. Le journal Cumhuriyet, face au risque de fermer ses portes, est arrivé à franchir cette difficulté en annonçant dans une déclaration en juin 80 qu'il défendrait dorénavant l'économie libérale. L'augmentation des annonces et des publicités officielles n'était pas suffisante à résoudre le problème, le seul espoir était donc les publicités privées.⁹⁸

C'est en fait aux milieux des années 80 que les télévisions privées ont débuté leurs émissions. L'utilisation des satellites de communication dans le monde entier avait donné la possibilité de capter certaines chaînes étrangères en Turquie. Ainsi, grâce aux antennes réceptrices de satellite le pays suivait des émissions de CNN, NBC, SKY Channel, RTL, RAIUNO etc. tous des télévisions étrangères et donc alternatives aux émissions des chaînes publiques turques. Ce qui a permis aux spectateurs du pays de remarquer qu'il existait aussi des émissions en dehors de celles du TRT. Le fait que les chaînes étrangères émettant leurs programmes par des satellites puissent être captées, a poussé les municipalités de prendre en charge la fabrication de ces antennes. Elles considéraient cet acte comme un service à leur public et dépensaient de grandes sommes pour les fabriquer, sans aucun encadrement

⁹⁸ O. Koloğlu, Osmanlı'dan Günümüze Türk Basını, İstanbul, İletişim Yay., 1992.

de la Constitution. Cette intervention a mit face à face les mairies et la Direction générale des réseaux sans fil. Certaines grandes municipalités se sont engagées à faire leurs propres émissions de radio et de télévision. Radio Anki a été fondée à Ankara sous la présidence de Murat Karayalçın pendant que la Mairie d'Istanbul a débuté sa propre diffusion télévisée. Toutefois au bout d'un certain temps ces émissions ont été arrêtées pour cause d'outrance à la loi.⁹⁹

En 1990, le Star 1, la télévision de la Société 'Magic Box Incorporated' dont Ahmet Özal, le fils de Turgut Özal, le Président de la république de l'époque, était l'associé, a débuté sa diffusion. Turgut Özal qui était le défenseur des politiques libérales en Turquie avait déjà préparé le terrain en déclarant lors d'un voyage aux Etats-Unis, que toute personne qui louerait une chaîne aux pays étrangers pourrait faire des émissions vers la Turquie.¹⁰⁰

« La première chaîne de télévision privée Star1 a été suivie par le Show TV le 1^{er} mars 1992 et par le Kanal 6 le 4 octobre 1992. Tous ces changements survenus dans le secteur des émissions avaient rendu incontournable une modification dans la Constitution. Le jour du 8 juillet 1993, l'article 133 de la Constitution a été changé : La création et la gestion des stations de radio et de télévision devenaient possibles. »

¹⁰¹

A partir des années 90, en dehors des émissions du TRT et de nombreuses radios qui poursuivaient leur diffusion, des émissions à but lucratif ont commencé à se succéder. « Les fondateurs de ses dernières venaient des secteurs très variés. Les premières étaient la Radio Jeune (Genç Radio) de Turkuaz Holding, formée de 99 jeunes, puis Kent FM, Power FM, Energie FM, İstanbul FM, Number One, Radio Tek, Metro FM, Super FM, Best FM, Metropol FM et Show Radio. »¹⁰²

⁹⁹ A. Aziz, Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı, Ankara, TRT Yay., 1999, pp. 100-102.

¹⁰⁰ M. Akın, Altın Makas RTUK, İstanbul, Kitabevi Yay., 2002, p. 23.

¹⁰¹ Ibid., p. 24.

¹⁰² Cankaya, Dünden Bugüne Radyo..., p. 81.

1) Nouveaux Accommodements Après 1990

Cette augmentation incontrôlée du nombre de radios et de télévisions a suscité la nécessité de faire un *accommodement légal*. La modification de l'article concerné de la Constitution de 1982, l'adoption de la Convention de Télévision Extra Frontières de l'Europe et de la loi 3984, a mis une fin à cette situation.¹⁰³

La loi 3984 réglementait essentiellement, suivant l'article 133 - préalablement modifié - de la Constitution de 1982, la création, le fonctionnement et les émissions des radios-télévisions privées et commerciales. Elle permettait également l'institution du Conseil Supérieur des Radios et des Télévisions qui marquerait dès lors le secteur des diffusions. En conséquence le Haut Conseil de la Radio-Télévision se trouvait remplacé par ce dernier (RTÜK).¹⁰⁴

En 2001 une proposition de loi prévoyant des modifications sur la loi relative à la fondation et aux émissions des radios et des télévisions, et sur certaines d'autres, est entrée dans l'ordre du jour de l'Assemblée nationale : Les difficultés vécues dans l'application de la loi 3984, les sanctions d'arrêt de diffusion appliquées par le RTÜK sur les radios et télévisions – *obscurcissement des écrans*, dans le jargon public – et certains accommodements exigés de la Turquie dans le cadre de sa concordance avec l'Union européenne en étaient les raisons. La modification no 4756 a touché plusieurs articles de cette loi. De même, l'article 35 relatif à la responsabilité du TRT a été levé.¹⁰⁵

Le 18 juin 2001, Le Président de la République Ahmet Necdet Sezer a opposé son veto à la loi 4676 (plus tard changé en 4756). Malgré ce veto elle a été acceptée par le Parlement sans aucune modification et entrée en vigueur suite à sa publication dans le Journal officiel, le 21 mai 2002. Le même jour Sezer a intenté un procès de résiliation auprès du Tribunal constitutionnel pour qu'il arrête son application.¹⁰⁶

¹⁰³ Ibid., p. 93.

¹⁰⁴ Aziz, op.cit., s.109.

¹⁰⁵ Kanun no: 4676, <http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k4676.html>, (Avril 2002).

¹⁰⁶ "RTÜK Yasasında Değişiklik Yapın Yasa...", http://belgenet.com/arsiv/rtuk_04.html, (Novembre 2003).

Dans sa requête, Sezer demandait huit résiliations ; cinq à l'encontre de la Loi 3984 relative à la création et aux émissions des Radios et des Télévisions et trois à l'encontre de la Loi 5680 de la Presse.¹⁰⁷ A la fin de l'instance, le Tribunal a décidé d'arrêter, jusqu'à la décision finale, l'application de certains articles, en raison d'importants indices qui témoigneraient leur contradiction avec la Constitution, et aussi pour empêcher les dégâts impossibles ou difficiles à remédier que leur pratique provoqueraient.¹⁰⁸

2) Nouveaux Formats Et Styles De Programme A La Radio

Avec l'introduction des radios privées dans le secteur de diffusion, les stations de radio en concurrence, comme les télévisions, consacrent le contenu de la majorité des émissions aux programmes de loisir. Ayant un budget limité en raison de leurs revenus de publicité assez restreints, elles utilisent abondamment la musique vue comme un matériel de programme bon marché. Le modèle choisi par les radios nationales privées comme format de diffusion est en général « la radio de musique ». Le genre de musique diffusé est de préférence « Pop turc ».

Actuellement, le nombre de radios nationales en activité en Turquie est environ trente.¹⁰⁹ Parmi ces radios, à part deux radios d'information (Radio Foreks et NTV Radio), la durée des heures consacrées au journal est généralement très limitée. Et parfois le journal n'existe pas.

Les noms des programmes sont majoritairement en anglais. Parfois ils sont tellement dépourvus de sens qu'il n'est pas possible de deviner le contenu du programme.

¹⁰⁷ Cevat Özel, 4756 Sayılı Kanun, <http://hukukcu.com/bilimsel/kitaplar/4756inceleme.htm>, (Octobre 2003).

¹⁰⁸ Anayasa Mahkemesinin Yürürlüğü Durdurma Kararı, <http://www.belgenet.com/yasa/4756-y.html>, (Octobre 2003).

¹⁰⁹ Les chiffres concernant les radios changent de façon permanente. Les stations qui ont fait une demande de fréquence sont au nombre de trente-six. Parmi celles-ci trente sont en diffusion. (Février 2004).

Show Radio : Abuk Prenses (Princesse détraquée), Müge'nin oltası (Hameçon de Müge).¹¹⁰

Radio Marmara : Fındıkkıran (Casse-noisettes), Dönence Volcan (Volcan le Tropic).¹¹¹

Radio MYDONOSE : Morning Show, Radio Days, Zozo, Drive Time, Instant Request Party, Lolipop, Night Fever.¹¹²

Radio Klas : Hop Dedik Ayhan (Ayhan le Brusque), Gazoz Ağacı (Arbre de limonade gazeuse), DJ Ozee.¹¹³

Best FM : Gezegen (Planète), Curcuna (Charivari), T Cetveli (Le té), Nihat'la Sivrisinek (Moustique avec Nihat), Arıza Show (Show accroc), Geyik Avı (Chasse au cerf), Pötibör (Petit beurre), Galaxy Show.¹¹⁴

Radio VİVA : Sarı Şeker (Bonbon Jaune), Viva Expres .¹¹⁵

Dans certaines radios les programmes portent le nom de leur Disque Jockey. Alem FM, Metro FM, Number One FM, Radio 5, Kral FM, Radio Tatlises, peuvent être citées comme exemples de ce type de radios.

Il existe aussi des radios nationales qui, dans un concept d'émission général, font des programmes aux divers sujets, comme suit :

a) AKRA FM :

Sağlıklı Yaşama Merhaba (Bonjour à la vie en bonne santé, Santé publique), Yüksek Performans (Haute performance, Affaires, réussite), Osmanlı Sultanları (Les Sultans ottomans, Histoire), Türkiyem (Ma Turquie, Voyage), 80 Günde Devr-i-alem (Le Tour du monde en 80 jours, Voyage), Cuma Vakti (Heure de

¹¹⁰ <http://www.showrado.com.tr>, (10 Janvier 2004)

¹¹¹ <http://www.marmararadyo.tv>, (10 Janvier 2004).

¹¹² <http://www.radyomydonose.com.tr>, (10 Janvier 2004).

¹¹³ <http://www.radyoklas.com.tr>, (10 Janvier 2004).

¹¹⁴ <http://www.bestfm.com.tr>, (10 Janvier 2004)

¹¹⁵ <http://www.radyoviva.com.tr>, (10 Janvier 2004).

Vendredi, Religieux), Sufi Ritimler (Rythmes « Sufi », Religieux), Kur'an-ı Kerim Hatmi (Lire le Coran, Religieux), Feyz'ul Furkan Kur'an Meali (Religieux).¹¹⁶

b) TGRT FM

Arkası Yarın (La suite c'est demain), İslam ve Toplum (Islam et Société), İpek Yolu (Route de soie, Voyage), Kırmızı Kart (Carte rouge, Sport), Atlı Karınca (Manèges, Enfants), Makaleler Arasında (Parmi les articles).¹¹⁷

c) Radio 7 :

Su tadında (Au goût de l'eau, Poème), Salkım Söğüt (Saule pleureur, Littérature), Şafak 7 (Aube 7, Pour les soldats), Siyah Beyaz Hatıralar (Souvenir noirs et blancs, Conversation).¹¹⁸

d) NTV Radio :

Cette radio essentiellement conçue pour information contient aussi des programmes très variés :

Arkası Yarın (La suite c'est demain, Théâtre), Cazın ustalarından (Des Maîtres du jazz, Musique), Müzik Klasikleri (Les classiques de la Musique), Cinayet Masası (Police criminelle, Littérature), Avrupa Postası (Courrier de l'Europe, Politique étrangère), Tangonun Büyüsü (Magie du Tango).¹¹⁹

e) MELTEM FM :

Papatyalar Açarken (Ecllosion des pâquerettes, Enfants), Haftanın Sohbeti (Conversation amicale de la Semaine), Karadeniz Show (Show de la Mer noire), Yudum Yudum Türkiyem (Ma Turquie à petites gorgées, Voyage, culture), Bestelerin Dili (Le langage des mélodies, Musique classique turque), Güldeste (Bouquet de roses, Musique mystique).¹²⁰

¹¹⁶ <http://www.akradyo.com>, (10 Janvier 2004).

¹¹⁷ <http://www.tgrt-fm.com.tr>, (10 Janvier 2004).

¹¹⁸ <http://www.radyo7.com.tr>, (10 Janvier 2004).

¹¹⁹ <http://www.ntv.msnbc.com>, (10 Janvier 2004).

¹²⁰ <http://www.meltemradyo.com.tr>, (10 Janvier 2004).

Un autre aspect intéressant des radios commerciales est la similitude de leurs programmes de matinées. Sur TRT FM les programmes comme le Günaydın Türkiye (Bonjour la Turquie), qui mélangent le journal, la musique et le loisir sont diffusés dans la matinée ou dans la soirée.

Best FM, Sesli Gazete (Journal parlant), Meltem Radio, Gün Başlıyor (La journée commence), Show Radio, Gündem (L'ordre du jour), Radio 5, Mehmet Ali in the morning, NTV Radio, Güne Başlarken (En débutant le jour), TGRT FM, Sabah Sabah (Dès le matin), Radio Klas, Ülker'le Sabah Keyfi (Plaisir d'un matin avec Ülker), Genç FM, Sabah Sabah (Dès le matin), Radio Marmara, Satırbaşı (A la ligne), au Radio Maydonose Morning Show, au Radio 7, 7 Gün 7 Sabah (7 jours 7 matins) sont diffusés dans la matinée.

Les concepts de programmes ont vécu un changement sérieux lors des dix dernières années. Avec l'apparition des chaînes thématiques, le nombre d'établissements qui conçoivent leurs émissions pour la masse publique a considérablement diminué. Dans le cadre de la radiodiffusion la transmission de musique s'avère économiquement plus avantageuse. Grâce aux systèmes d'automation, qui avec les progrès technologiques sont arrivées jusqu'à la Turquie, les propriétaires de radio se débarrassent d'un seul coup des charges de programmes et de programmeurs et ont ainsi la possibilité de diffuser presque sans personnel. Cette situation fait diminuer progressivement l'importance des informations et des reporters dans les émissions à but commercial. Une seconde étude plus détaillée sur les radios nationales sera évoquée dans la troisième partie de notre travail.

TROISIEME PARTIE

LES RADIOS NATIONALES EN TURQUIE AU DEBUT DU XXI. SIECLE

Il ne serait pas faut d'affirmer, lors d'une analyse du développement de la radio dans le monde, que les tournants importants concernant le journalisme et les émissions de radio sont parallèles aux transformations politiques et économiques. C'est pourquoi dans les deux premiers chapitres de notre travail, en étudiant l'évolution de la radiodiffusion, nous avons particulièrement essayé de souligner l'importance des transformations politico-économiques et technologiques survenues dans le monde et en Turquie. De même, pour tenter d'éclairer les conditions de la genèse du journalisme radio et, surtout après l'émergence de la commercialisation de la diffusion, les procédés de production d'information des journalistes radio, les termes de commercialisation et de rénovation technologique furent utilisés comme des concepts-clés. Avec la commercialisation, nous avons essayé de décrire les choix fait par les propriétaires de radio dans un système de marché basé sur la concurrence et déterminé par la recherche de maximisation du profit et les effets de ses choix sur la production d'information. Du point de vue de la rénovation technologique, nous avons tenté de souligner ses fonctions vis-à-vis de la simplification de la diffusion, de la transformation du rôle de la radio et de la capacité à réduire le personnel. Depuis leur apparition après 1990 jusqu'à nos jours, les radios privées ont été soumises à nombres de critiques. Les principaux thèmes de ces critiques étaient l'oubli des fonctions éducatives dans les contenus, l'absence d'émissions culturelles, l'utilisation incorrecte de la langue, le poids des émissions de divertissement par rapport aux diffusions instructives et informatives (bulletins d'information). Ces

critiques, bien que souvent réalistes, omettent le fait que ces radios appartenant au secteur privé agissent en fonctions de buts lucratifs. Nous allons, dans le troisième chapitre de notre travail, tenter d'exposer les aspects techniques, économiques et légaux des conditions de diffusion des radios nationales des années 2003-2004. En raison des changements rapides dans le champ de la communication, les développements survenus après ces dates n'ont pas été pris en compte. Nous pensons que le panorama obtenu à la fin de ce chapitre sera éclairant pour la compréhension des conditions de la production des informations de radio.

A) Le Champ De La Radiodiffusion

La rénovation technologique engendre dans le champ de la communication une grande mobilité. Notamment dans le champ de la radiodiffusion qui, soumise à de rapides transformations deviennent d'autant plus difficile à dépeindre.

1) Les Réglementations Dans Le Champ De La Radiodiffusion

Le champ de la diffusion en Turquie est défini de trois manières dans les paragraphes (m) et (n) de l'article 3 le la « Loi sur la fondation et les diffusions des radios et télévisions » :

Diffusion Nationale : Diffusion radiophonique, télévisée et de donnée au niveau national.

Diffusion Régionale : Diffusion radiophonique, télévisée et de donnée à un niveau minimum de trois préfectures voisines et maximum, d'au moins 70% de la surface d'une région géographique.

Diffusion Locale : Diffusion radiophonique, télévisée et de donnée à un niveau minimum d'une sous-préfecture (sous-préfecture centrale y compris) ou d'au moins 70% de la surface préfecture déterminé selon la division administrative.¹²¹ Même s'il est n'est pas possible de connaître le nombre précis de radio en Turquie, nous savons selon les chiffres de demandes de licence données par le Conseil Supérieur de Radio et Télévision (RTÜK) que 1600 radios poursuivaient leur diffusion en 1995.¹²² Les

¹²¹ Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Ankara, 2002.

¹²² Cankaya, "Türk Radyoculuğunun Gelişimi", Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, İstanbul, Cilt:14, İletişim Yay., 1995.

chiffres de 1999 montrent qu'il existait 1119 radios en Turquie et ceux de 2003 en constatent 1199 ayant fait une demande de licence.¹²³

2) Les Radios à Diffusions Nationales

Nous savons aujourd'hui qu'après 1995, certaines des radios ayant fait une demande de licence au RTÜK, pour diverses raisons, n'ont pas pu poursuivre leur diffusion et une partie d'entre elles sont devenu des « radios-panneaux ».¹²⁴ Parmi les 36 radios ayant fait une demande de licence de diffusion nationale au RTÜK en 2002-2003, 6 d'entre elles sont basées Ankara, 1 à Izmir, et les 29 autres à Istanbul.¹²⁵ Le fait que la plupart soient basées à Istanbul est surtout dû à ce que les grandes fondations de presse et de télévision sont établies dans cette ville qui est en même temps le centre économique du pays. RTÜK, considère les radios liées à TRT comme une seule radio nationale, ce qui fait que l'on compte 37 radios nationales en 2003. Parmi celles-ci BRT FM, HBB Radio et Radio Vatan ne sont pas en diffusion actuellement. Çağ Radio a changé son nom en Beyan FM. Hür FM a pris le nom de Radio Foreks, Radio Tek est devenu CNN Radio et Benim Radio, Istanbul FM.

Les radios liées à TRT, Radio 1, Radio 3, Radio 4 et TRT FM continuent leurs diffusions au niveau national. Ce sont en même temps celles qui comptent le plus d'auditeurs et qui ont le champ de diffusion le plus large. Alors que Radio 1 privilégie les émissions à parole, Radio 3 et Radio 4 diffusent en général de la musique classique turque et étrangère et TRT FM de la pop turque.¹²⁶

En dehors de celles-ci, se trouvent aussi les radios régionales liées à TRT (Ankara, Istanbul, Izmir, Antalya, Çukurova, Erzurum, GAP-Diyarbakır et Trabzon). Il existe aussi Turizm Radio basée à Antalya, TRT Hatay FM diffusant de Hatay et une station diffusant à l'étranger (Türkiye'nin Sesi-La Voix de la Turquie) pour renforcer les liens des immigrés turcs avec le pays.¹²⁷

¹²³ Legal Guide to Audiovisual Media in Europe, Strasbourg, Ed. European Audiovisuel Observatory, 1999.

¹²⁴ A. Aziz, Radyo Yayıncılığı, Ankara, Nobel, 2002.

¹²⁵ <http://www.rtuk.org.tr> (Avril 2003)

¹²⁶ <http://www.trt.net.tr> (Avril 2003)

¹²⁷ Ö. Cankaya, Dünden Bugüne Radyo Televizyon, Istanbul, Beta Yay., 1997.

B) La Structure De Propriété Des Radios Nationales

En analysant les données de l'année 2003, nous pouvons voir que la radiodiffusion privée est partagée entre les principaux groupes du secteur des médias. Les radios nationales possédant de hauts revenus de publicité appartiennent à des groupes possédant aussi des chaînes de télévisions et des journaux. Nous avons tenu compte dans cette partie, non pas des propriétaires indiqués dans les documents officiels mais de ceux à qui appartiennent réellement les stations de radio.

Mis à part certains entrepreneurs personnels concevant la diffusion de leur station comme un hobby, il est possible d'affirmer que les radios nationales sont prisonnières de la structure oligopole des médias. Les différentes formes de propriétés des radios nationales peuvent être classifiées ainsi :

1. Radios nationales appartenant aux groupes de médias
2. Radios nationales appartenant à des entrepreneurs personnels
3. Radios de communautés/engagées (islamique ou de gauche)
4. Radios de communautés appartenant à un groupe de médias.¹²⁸

1) Radios Nationales Appartenant Aux Groupes De Médias

Avec la formation d'une structure oligopole liée à la concentration vécue dans le champ de la diffusion, un nombre restreint de groupe jouèrent un rôle important dans le secteur de radios nationales ainsi que dans les autres secteurs de la communication.

Selon les données de l'année 2003, il existe sept groupes possédant des radios nationales :

¹²⁸ Entrevue avec D. Güleriyüz, Le président de RATEM (Union Professionnelle Des Diffuseurs de Radio et de Télévision), Istanbul, Avril 2004.

a) Groupe Doğan Medya : (Aydın Doğan)

Le groupe Doğan est l'un des holdings qui fit le plus de d'investissements dans le secteur de la communication. Au sein du groupe se trouvent les quotidiens Hürriyet, Milliyet, Radikal, Posta, Finansal Forum, Gözcü, Fanatik, Turkish Daily News et les chaînes de télévision Kanal D et CNN Türk. L'agence d'information DHA (Doğan Haber Ajansı) détient un large réseau collectant des informations en Turquie et à l'étranger. La chaîne EuroD diffuse à l'étranger grâce au satellite Türksat et au câble. Le groupe possède aussi trois radios nationales : Radio Foreks fondée le 08.09.1992 par Hürriyet Radio Prodüksiyon A.Ş. ; Radio D fondé le 14.09.1993 par Radio Kulübü Uluslararası Programlar A.Ş. ; Hür FM (diffusant sous le nom de CNN Radio) fondé le 13.12.1993 par Foreks Reklamcılık ve Yayıncılık A.Ş.¹²⁹

b) Groupe Uzan : (Cem Uzan)¹³⁰

Le groupe Uzan possède les chaînes Star, Kral TV, Kanal 6 et Star Max, le quotidien Star et l'agence Ulusal Medya Haber Ajansı. Le groupe détient aussi les radios nationales Metro FM, Kral FM et Süper FM et les radios à diffusion locale Lokum FM, Radio Blue et Joy FM.¹³¹

c) Groupe ATV : (Dans ce groupe la concession appartient à Dinç Bilgin

mais le propriétaire de l'entreprise centrale du groupe est Turgay Ciner)

Au sein du groupe, il existe deux radios nationales Kiss FM et Radio Sport, une radio locale, Şık FM et deux chaînes de télévision ATV et Kiss TV (câblée).

d) Groupe Çukurova : (M.E. Karamehmet)

Ce groupe est un holding investissant surtout dans des secteurs comme les banques, la finance, l'assurance, l'emballage et l'automobile. Les chaînes Show TV, Playboy

¹²⁹ <http://www.dmg.com.tr>, (Mai 2003).

¹³⁰ En raison de la dette de la banque İmar appartenant au groupe Uzan, les organes de média de ce dernier furent prohibés, le 4 Juillet 2003 par L'organisation réglementation et de contrôle des banques (BDDK). Les organes appartenant à ce groupe furent dirigés par le gouvernement jusqu'à leurs ventes. Voir : <http://www.bddk.org.tr>. (12 Avril 2004)

¹³¹ G.Adaklı, "Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol", Ankara, Medya Politikaları, İmge, 2001, p. 166.

TV, Supersport, Maxi TV, les quotidiens Akşam, Güneş, la revue Alem et la radio nationale Alem FM appartiennent à ce groupe.¹³²

e) Groupe Show : (Erol Aksoy)

Ce groupe possède la chaîne Cine 5 et les radios nationales Show Radio, Radio Viva et Radio 5.

f) Groupe 1 Numara Yayıncılık : (Ali Karacan)

Parmi les investissements de ce groupe nous pouvons trouver la chaîne de musique Number One TV, une firme de musique et une revue de jeunesse. Ces stations de radios nationales sont Radio Klas et Number One FM.¹³³

g) Groupe Doğuş : (Ayhan Şahenk)

Ce groupe dont les principaux placements sont les banques Garanti et Osmanlı et Doğuş Otomotiv, détient la radio d'information nationale NTV Radio, les chaînes NTV et CNBC-E et la station Radio Eksen.

Comme nous pouvons le voir, quinze des principales radios nationales privées appartiennent à de grands groupes de médias, ce qui en constitue approximativement 40 %. En dehors de leurs diverses activités dans les autres branches, ces groupes désirent dominer dans tous les secteurs de la communication. C'est pour cette raison qu'ils investissent dans les agences d'information, les entreprises de distribution, de publication de livres et revues, la diffusion numérique, internet. La radiodiffusion n'est qu'une des étapes de cette expansion. Les holdings tels que Doğuş, Çukurova, Doğan sont aussi les principaux investisseurs des entreprises fournissant des services internet.¹³⁴

¹³² Adaklı, op.cit., p. 164.

¹³³ <http://www.numberone.com.tr>, (Mai 2003).

¹³⁴ İpek Cem, "E-Girişim", Sabah Gazetesi, 26 Février 2000.

2) Radios Nationales Appartenant à Des Entrepreneurs Personnels

La principale particularité de la structure de propriété des radios nationales que nous avons incluses dans ce groupe est que ce ne sont pas des stations qui appartiennent à des groupes de médias ou bien à des groupes qui visent la propagation d'idées politiques ou religieuses. Ce sont des entreprises d'hommes d'affaires ou d'industriels possédant des investissements dans d'autres secteurs. Leur principal but est de faire du profit mais aussi de donner du prestige à possesseurs.¹³⁵ Le contenu des diffusions de ces radios est en général constitué de musique *pop* turque ou étrangère. Best FM appartenant à la famille Hattat, Power FM et Power Türk de Cem Hakko, Radio Mydonose, Capital Radio, la station Tatlıses FM du chanteur Ibrahim Tatlıses peut être mentionné parmi celles-ci. Vatan Radio appartenait à l'entrepreneur Alp Savaşan, mais suite à la mort de ce dernier les actions de la radio passèrent à sa mère, ce qui fait que la situation de cette station est incertaine pour le moment. HBB Radio appartenant à Bilge Has n'est pas en diffusion. BRT FM appartient au propriétaire de Bayındır Holding, Kamuran Çörtük. Mais avec le transfert de certaines actions de la banque Bayındırbank au Conseil de Contrôle des Banques, une partie des actions de la radio sont aussi passé à l'Etat. Pour cette raison la radio ne peut-être vendu pour le moment et n'est pas en diffusion. Istanbul FM - dont le nom dans la liste de demande de licence du RTÜK est Benim Radio (Plus Radio)- appartient à l'homme d'affaire Sabri Demirdöğen qui possède aussi les radios locales Radio 34, İzmir FM et Radio 35.¹³⁶

3) Radios De Communautés

Les stations se trouvant dans ce groupe ont été fondées par des personnes ou des groupes réunis autour d'idées politiques, religieuses ou à caractères ethniques. Alors que certaines soutiennent des partis politiques, d'autres sont la voix de leaders de sectes religieuses. Parmi celles à tendance islamique nous pouvons mentionner Akra FM de la secte Nakşibendi, Moral FM de la communauté Nur, Dünya et Burç des partisans de la fraction de Nur dont le leader spirituel est Fettullah Gülen, Marmara FM des partisans du Parti de la Justice et du Développement (AKP), Mesaj FM du

¹³⁵ Cankaya, op.cit., p. 110.

¹³⁶ Entretien avec D. Güleriyüz, Le président de RATEM, Istanbul, Avril 2004.

parti-secte de Haydar Baş, Çağ Radio des partisans du Parti de la Grande Union (BBP). Mozaik Radio basée à Ankara est une station à tendance gauche-kurde.¹³⁷⁻¹³⁸

Il est possible de voir qu'une importante frange des radios de communautés nationales est à tendance islamique. A un tel point que le concept de radio de communauté n'est utilisé que pour nommer celles-ci. Alors qu'en Europe et aux Etats-Unis le terme *community radio* est utilisé pour désigner celles fondées par des personnes réunis autour de mêmes idées et buts comme les radios écologistes, féministes. Le fait que les mouvements sociaux ou les ONG (Organisation Non Gouvernementale) n'aient pas de radios sont aussi une des raisons de son usage limité à la mouvance islamique.

4) Radios de Communautés Appartenant à Un Groupe de Médias

Les radios nationales citées dans ce groupe appartiennent au capital islamique. Mais la différence avec le groupe précédant réside dans le fait que leurs possesseurs détiennent aussi des chaînes de télévision et des quotidiens et forment donc des groupes de médias. Parmi celles-ci nous pouvons mentionner Radio 7 appartenant au groupe Kanal 7 qui a des relations étroites avec l'AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi) cité plus haut et TGRT FM du groupe TGRT lié à la secte Işıkçılar.¹³⁹

En regardant les particularités des radios nationales, il est possible d'affirmer que les radios appartenant aux groupes de médias et les radios de communautés sont plus nombreuses que celles d'entrepreneurs personnels qui sont au nombre de six sur trente-six. Cependant, comme nous l'avons indiqué plus haut, les noms des propriétaires sur les documents officiels peuvent être totalement différents des vrais propriétaires en raison de la loi visant à limiter la détention de moyens de communication (qui d'ailleurs a été allégé par les modifications effectuées en 2002)

¹³⁷M. Ç. Baydar, "Türkiye Özel Radyoculuğu", Yeni Türkiye, Medya Özel Sayısı, Ankara, C.II, 1996, p. 1037.

¹³⁸ Entrevue avec D. Gülerüz, Le président de RATEM, Istanbul, Avril 2004.

¹³⁹ Entrevue avec D. Gülerüz, Le président de RATEM, Istanbul, Avril 2004.

adopté par RTÜK. Mais malgré ces différences de nom il est clair qu'il y a une concentration considérable dans les moyens de communication nationaux. Et c'est bien cette concentration, la recherche de profit dans la diffusion qui est la cause de l'uniformité des contenus et l'absence d'émissions différentes et de plus haute qualité.

L'exemple de Açık Radio confirme bien cet avis. Avec près de quatre-vingt-dix associés, Açık Radio diffuse des émissions très diverses et de hautes qualités.¹⁴⁰ Ce qui montre que la diversité de propriétaires n'apporte pas de désordre mais bien une diversité d'opinion. Malheureusement les problèmes financiers empêchent des stations comme Açık Radio de diffuser au niveau national et les mesures prises par le RTÜK ne sont pas là pour les favoriser.

C) La Place Des Radios Nationales Sur Le Marché De La Publicité

Le niveau des dépenses en publicité est le facteur le plus important déterminant la croissance du nombre de moyen de communication dans un pays. En Turquie les dépenses en publicité commencèrent à augmenter à partir de 1990. Le champ de la publicité qui, avant la diffusion privée, était limité aux quotidiens, s'élargit avec la fondation de radios et télévisions privées.¹⁴¹

En Turquie, les radios privées, fondées comme sociétés anonymes et en tant qu'entreprises commerciales ont besoin de revenus de publicité pour survivre. Les diffusions de publicité à la radio débutèrent avec les transformations subies par celle-ci du point de vue organisationnel, technique et liées à la diffusion après la transition au multipartisme en 1949. Alors qu'avant la fondation de radios privées, les revenus

¹⁴⁰ "Ömer Madra ile Söyleşi", <http://www.dergibi.gen.tr/radyo/acik.html>. (Mai 2004)

¹⁴¹ A. Söylemez, *Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği*, Istanbul, Haberal Eğitim Vakfı Yay., 1998, p. 81.

de publicités des radios liées à TRT étaient approximativement de 800 milliards de lire, ils diminuèrent de 8% avec la fondation des radios privées.¹⁴²

Tableau 1. Les Revenus des Médias Au Cours des Années¹⁴³

	2000			2001			2002			2003		
	Million USD	Billion TL.	Taux (%)	Million USD	Billion TL.	Taux (%)	Million USD	Billion TL.	Taux (%)	Million USD	Billion TL.	Taux (%)
Télévision	450	284,5	31,9	232	294,6	31,6	347	524,6	36,4	462	693	39,3
Presse	430	271,8	30,5	231	293,3	31,5	271	410	28,5	315	472	27
Panneaux	90	56,9	6,4	45	57,1	6,1	55	83	5,7	51	76	4,3
Radio	75	47,4	5,3	37	47,6	5,1	36	54,4	3,8	40	60	3,3
Cinéma	13	8,2	0,9	5	6,7	0,7	6	9	0,6	12	18	1,0
Entre Somme	1058	668,8	75	550	699,3	75	715	1081	75	879	1.319	75
Autres	307	223,2	25	184	233,1	25	238	360	25	293	440	25
Somme	1365	892	100	734	932,4	100	953	1.441	100	1.173	1.759	100

Aux Etats-Unis ce chiffre change entre 8% et 12%. Alors qu'en Turquie il diminue d'année en année.¹⁴⁴ Dans ces conditions-là le principal problème des radios privées est le financement de celles-ci et son remède, la réduction de dépenses et des coûts. Ce qui a des retombés sur les contenus. En effet, aujourd'hui l'un des principaux facteurs déterminant la conception de journalisme et de production d'émission dans les radios privée est « le soucis économique ». Ce qui pousse les stations à remplir leur contenu avec le matériel le moins cher, la musique. Et ceci représente aussi un obstacle devant le développement du journalisme radio. De plus, selon l'article 12 de la Loi sur la Fondation et les Diffusions des Radios et Télévisions, les radios privées doivent remettre 5% de leur revenu publicitaire au RTÜK.¹⁴⁵

Tableau 2. Les Tarifs De Publicité De Certains Radios Nationales

Radio 5	RadioViva	TGRT FM	Show Radio	Alem FM
10 USD	10 USD	14-19USD	15 USD	20USD

¹⁴² Ö. Cankaya, "Türk Radyoculuğunun Gelişimi", İstanbul, Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, Cilt:14, İletişimYay.,1995, pp. 1078-1084.

¹⁴³ Pour la table voir, <http://www.rd.org.tr> (Juin 2003).

¹⁴⁴ El, Dil, Göz, Kulak: İletişim İşim, İstanbul, Yapı Kredi Yay., 1995, p. 87.

¹⁴⁵ Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Ankara 2002.

Selon les données de 2003, les prix de publicité des radios nationales varient par rapport aux heures de diffusion et aux taux d'écoute des stations, mais en général ils sont de l'ordre de 10 à 20 dollars par publicité. La part du RTÜK est les commissions touchées par les agences sont comprises dans le prix, mais pas la taxe ajoutée. Les prix augmentent entre 08:00-10:00 h. et 18:00-20:00 h. et baissent durant la journée, ce qui, bien sûr, varie en fonction de l'écoute.¹⁴⁶

Les radios nationales, partagent à peu près le total du chiffre indiqué par l'Association des Publicitaires. Les radios régionales et locales s'entretiennent avec les revenus des publicités locales, dites non enregistrées. Donc, les revenus annuels des radios nationales constituent en moyenne 4% du revenu total de publicité.¹⁴⁷

D) La Technologie De Diffusion Et De Production Utilisée Par Les Radios Nationales

Dans les dix dernières années, la Turquie a connu d'importants développements dans les technologies de la télécommunication. Le nombre de téléphones utilisés dans un pays est le principal critère du niveau de développement dans les télécommunications. En Turquie ce nombre était de 3.5 pour 100 personnes en 1983. En 1988, il tripla. Entre 1987 et 1992 ce nombre augmenta de 163.6% et en 1999 il fut compté 19.5 millions de ligne téléphonique.¹⁴⁸ Il y avait en Turquie 11.3 millions de récepteurs radio et 20.9 millions de télévisions en 1997, et le nombre d'utilisateur d'internet en 2002 était de 2.5 millions.¹⁴⁹

« Ce qui est à la base de la transformation au niveau des technologies de l'information est la convergence de la télécommunication, la diffusion radiophonique et audiovisuelle et l'industrie de l'informatique qui, avant, opéraient séparément.

¹⁴⁶ Pour les tarifs des publicités voir, <http://www.radyoviva.com.tr>, <http://www.radyo5.com.tr>, <http://www.alemfm.com>, <http://www.tgrt-fm.com.tr>, <http://www.showradyo.com.tr>. (Septembre 2003)

¹⁴⁷ Entrevue avec D. Güleriyüz, Le président de RATEM, Istanbul, Avril 2004.

¹⁴⁸ E. Mutlu, H. Tuncel, "İletişim", Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, Istanbul, 13. Cilt, İletişim Yay., 1995, p. 714.

¹⁴⁹ <http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/geos/tu.html>, (Mai 2003).

Cette convergence, d'une part à ouvert de nouveaux espaces de service et de produit aux industries citées, et d'autre part a conduit à la dérégulation dans ces secteurs. »¹⁵⁰

Dans la radio aussi, il est très important pour les grands investisseurs de s'ajuster au développement technologique. Les propriétaires de radios nationales, cherchant à consolider leurs liens avec les réseaux de communication mondiaux et à s'adapter aux marchés internationaux, continuent à importer la technologie de l'étranger.

1) La Technologie de Diffusion Utilisé Par Les Radios de TRT

TRT avait, à partir de 1964, réalisé d'importantes entreprises visant à développer techniquement la radiodiffusion. Avec la responsabilité de faire une diffusion de service public, TRT augmenta en quelques années sa puissance d'émission et le nombre d'émetteurs pour pouvoirs étendre son champ de diffusion. L'émetteur radio d'Antalya possédant une puissance de 600 KW fut mise en service à la fin de l'année 1971, et celui d'Istanbul de 1200 KW, l'année suivante.¹⁵¹

Aujourd'hui les radios de TRT effectuent trois types de diffusions : onde longue (LW), onde moyenne (MW) et FM. TRT réalise des diffusions au niveau régional, nationale et par satellite au niveau international. Son émetteur à onde longue se trouve à Ankara-Polatlı, celui du FM à Istanbul-Çamlıca et ceux à onde moyenne dans différentes régions. Ainsi les diffusions de TRT peuvent être écoutées dans tout le Moyen-Orient, voire même en Australie.

TRT utilise toujours le système analogue comme technologie de production. Cependant, il existe des initiatives pour une diffusion numérique. La radio d'Ankara va passer à un système d'automatisation complet en 2003. Il est prévu que les autres radios de TRT la suivent ultérieurement. Mais cette transition risque de prendre du

¹⁵⁰ E. Mutlu, H. Tuncel, op.cit., p.713.

¹⁵¹ Ö. Cankaya, Dünden Bugüne Radyo Televizyon, Istanbul, Beta Yay., 1997.

temps et de coûter assez cher, vu l'ampleur de l'organisation. Avec le passage à l'automatisation, toutes les étapes de la production se feront par ordinateur. Ce système fournira aussi des facilités en ce qui concerne la conservation d'archives et l'accès aux archives.

En réalité l'informatique est utilisée au sein de TRT depuis 1998. Les CD ont commencé à être utilisés avec le changement des ressources de matériaux pour les émissions. Néanmoins, les bandes audio sous forme de bobine sont encore utilisées comme lecteur ou pour le montage. Les techniciens de TRT pensent que ses bobines sont plus efficaces et plus rapide au moment du montage. Pour les montages effectués en milieu informatique, le programme utilisé est « cool edit ».¹⁵²

2) La Diffusion Numérique

La technologie numérique à la radio (DAB-Digital Audio Broadcasting) existe depuis 1997. Les technologies numériques apportent des facilités pour l'émission et l'enregistrement. Une donnée (image, son...), une fois numérisée, peut facilement, rapidement et sans de gros frais, être émise et conservée. Cette technologie peut servir à la fois pour la production d'émissions et pour leur diffusion, à la radio comme à la télévision. Combiné aux satellites, la diffusion numérique résout aussi les problèmes liés aux fréquences.¹⁵³ Les sons enregistrés numériquement, peuvent être épurés de tous parasites et les erreurs faites lors de l'enregistrement sont plus faciles à rectifier. La diffusion numérique n'a pas encore débuté pleinement car les récepteurs ne sont pas numériques.¹⁵⁴ Mais en réalité plusieurs radios nationales, y compris celles de TRT, possèdent des milieux numériques dans les sorties de leurs émetteurs. Bien sûr, la vitesse et la quantité de données communiquées ne garantissent pas la qualité du contenu de ses données. Comment va être fourni l'accès aux choix non-limités promis par la diffusion numérique et par qui et de quoi va être constitué le contenu de ces choix ; telles sont les questions qui attendent d'être posées.¹⁵⁵

¹⁵² Entrevue avec S. Gündoğan, Ingénieur de TRT Radio, Istanbul, 1 Avril 2003.

¹⁵³ Ü. Atabek, "Yeni iletişim Teknolojileri", http://www.bianet.org/index_root.htm, (Mai 2003).

¹⁵⁴ S. Lax, *Beyond The Horizon*, U.K., University Luton Press, 1997, p.78.

¹⁵⁵ D. Çatalbaş, "Sayısal Gelecek ve Kamu Hizmeti Yayıncılığı: Çözumsuz bir denklem mi?", II. İletişim Kongresi, 25 Mai 2001.

Le principal facteur qui empêche le passage à la diffusion numérique est le coût. Selon des statistiques britanniques, sont utilisés aujourd'hui en Grande Bretagne 52 mille appareils à DAB, alors que le nombre de radios fonctionnant avec la technologie analogue est de 100 millions. Il faut, pour la croissance du nombre de récepteurs numériques, une augmentation des radios à diffusion numérique et donc, du nombre d'acheteurs de récepteurs numériques. Par exemple, Ford prévoit d'installer des radios numériques dans les automobiles qu'il construira après 2004.¹⁵⁶

3) Les Radios Nationales Privées Et La Technologie

Les radios nationales privées s'adaptent rapidement aux développements technologiques mondiaux. Aujourd'hui près de 90% utilisent le système d'automation. Dans ce système appelé Master Control, et qui est utilisé par les radios nationales depuis 1998, tout est enregistré sur ordinateur (bulletins d'information, publicités, dialogue ou présentation oral...), ce qui permet d'éviter les erreurs lors de la diffusion. Pour réduire au minimum ce genre d'erreur, on utilise le Radio Computing System (RCS). Avec le RCS, le producteur d'émissions peut préparer et stocker celles à longue durée. Ainsi, la diffusion peut continuer sans possibilité d'erreurs même si ce dernier n'est pas présent au studio. Les programmes utilisés dans le système informatique sont « Cool Edit » et « Short Cut » qui peuvent être téléchargé gratuitement sur internet. Ces programmes permettent d'insérer les chansons et les jingles à votre guise.

Le même système est aussi utilisé à la rédaction. Les rédactions des radios privées font un montage sur ordinateur des informations prises sur les agences ou d'autre sources d'informations pour en faire un bulletin. Grâce à ce système, le présentateur peut trouver l'information, faire le montage et le lire en l'enregistrant. Il ne serait pas faux d'affirmer que le système d'automation, facilite la production et écarte les risques d'erreurs.

¹⁵⁶ D. Gökçe, "Dijital Radyo Geliyor mu?", Akşam Gazetesi, 18 Mars 2002.

Par contre il existe certains désavantages. Il est souvent dit que le fait que tout soit relié à l'ordinateur tue la sensation, l'émotion produit par la diffusion en direct. De même que le fait que les diffusions ne sont pas en directe, empêche de communiquer les dernières nouvelles. A part quand il s'agit d'événements importants qui sont insérés dans le bulletin de façon analogue. Un autre désavantage de l'unification du processus de production est le « journaliste » travaillant à la rédaction n'a plus de relation direct avec l'information, il ne fait que la transmettre. Les radios privées, en privilégiant le but lucratif, mettent les bulletins d'informations en deuxième plan (après le divertissement et la musique) et avec les possibilités offertes par la technologie réduisent le nombre de travailleurs au minimum.¹⁵⁷

Les appareils utilisés par les radios privées sont, comme ceux de TRT, la plupart du temps adaptable à la diffusion numérique. Mais comme nous l'avons écrit plus haut les récepteurs ne sont pas numériques et il faut pour utiliser le Radio Data System (RDS) nécessaire à cette diffusion émettre des signaux par satellite ce qui augmente fortement le coût de diffusion.

E) Les Investissements Etrangers

La mondialisation a entraîné la libre circulation du capital au niveau international et l'accélération des investissements des pays développés vers ceux en voie de développement. Ces derniers recourent au soutien du capital étranger pour pouvoir entrer dans le marché mondial régi par la concurrence. Le capital étranger est considéré comme la solution du manque de capital dans ces pays. La « périphérie » désirent attirer les entreprises multinationales, effectuent des dérégulations pour libéraliser le marché et préparer les conditions nécessaires pour accueillir le capital étranger.¹⁵⁸

¹⁵⁷ Entrevue avec S. Yegin, Power FM, Département De Production, Istanbul, 25 Mars 2003.

¹⁵⁸ M. Sönmez, "Yabancı sermaye: 1980-1995 Bilançosu", Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, Istanbul, 12. Cilt, İletişim Yay., 1995, p. 334.

Dans ce contexte, la Turquie, pour pouvoir accélérer l'arrivée des investissements étrangers a effectué une série de réglementation dans les années quatre-vingt qui ont permis l'ouverture de succursales, le transfert de profit et élargit leur champ de manœuvre. Vers la fin de la décennie, la Turquie enregistrait un important accroissement de stock de capital étranger.¹⁵⁹

Toutefois ceci n'a eu pas de répercussion dans le champ de la radio. Les causes de ce manque d'investissement peuvent être énumérées ainsi :

- Les réglementations contenaient des clauses limitant les investissements étrangers à 20%
- La part de publicité dans les radios était assez maigre
- Les possesseurs de capital étranger (limité à 20%) n'avaient de droit de parole dans la direction des radios
- Les licences de radios et de télévisions n'étaient pas encore distribuées
- Mis à part les problèmes de réglementation, les problèmes techniques n'étaient pas résolus (distribution de fréquences)

Toutes ces conditions rendaient le marché de la radio plutôt risqué pour le capital étranger. Néanmoins la création de CNN Türk est un exemple important d'investissement étranger. Il est utile de préciser qu'en fait, c'est l'accord de partenariat signé à propos de la chaîne de télévision qui s'est étendu à la radio. Mais, en réalité CNN, plutôt que de faire un investissement, a donné le droit d'utiliser son nom et un soutien en information. En dehors de celle-ci, il existe aussi Radio Contact, qui est associé à une entreprise Belge. Beaucoup d'autres radios nationales portent des noms étrangers (Power FM, Kiss FM, Radio Sport...) mais aucun n'est en association avec une firme étrangère.¹⁶⁰

En 1996, le groupe français Hachette, avait réalisé des travaux pour créer un réseau de radio en Turquie. Ce qui forma un grand groupe d'associés turcs. Il y avait dans ce groupe une radio nationale, une dizaine de radios régionales établies dans des centres comme Istanbul, Ankara, Izmir, Ordu, Trabzon, Gaziantep et diverses radios

¹⁵⁹ Ibid., p. 335.

¹⁶⁰ Entrevue avec D. Gülleryüz, Le président de RATEM, Istanbul, Avril 2004.

locales. En dehors de celles-ci, il y avait aussi des radios divisées selon deux types de musique (*hit* et *pop*). Le nombre de celles-ci atteignait un total de 180 radios. Cet énorme investissement ne pu être réalisé en raison de la dégradation des relations entre la Turquie et la France, du comportement des associés turcs allant à l'encontre de l'accord de partenariat et certains obstacles liés à la réglementation.¹⁶¹

Il est possible de voir que les politiciens encourageant les investissements étrangers dans plusieurs sphères, ne semblent pas les soutenir dans la sphère médiatique.

F) Le Marché De Consommateurs

Dans le secteur de la communication, les consommateurs sont constitués des auditeurs-télespectateurs potentiels des mass-médias. Pour les radios commerciales, les demandes des auditeurs furent toujours importantes. Les types d'émissions, les contenus de la diffusion sont souvent configurés en fonction de données obtenues par des enquêtes faites auprès des auditeurs. Ces enquêtes qui débutèrent après l'apparition des radios privées sont réalisées par un certain nombre de fondation comme Papay Medya Grup, CRC, Akademetre, Yöntem (Méthode) et Veri (Donnée). Les résultats obtenus par ces fondations sont vendus aux radios et aux agences de publicité. Tandis que Yöntem et Veri travaillent plutôt sur la demande des radios/télévisions et agences, les trois autres effectuent sans arrêt des sondages. Même si la crédibilité des résultats est parfois mise en doute, les publicitaires et directeurs de radios/télévisions n'ayant pas d'autres sources de données, ont recours à celles-ci.

Vers la fin de l'année 2003 l'Association des Donneurs de Publicité, l'Association des Publicitaires et RATEM (Union Professionnelle des Diffuseurs de Radio et de Télévision) fondèrent une nouvelle organisation nommée RIAK (Radyo İzleme Araştırma Kurulu-Conseil de Recherche d'Ecoute de Radio) pour pouvoir accéder à des données plus crédibles sur les radios. L'adjudication fut attribuée à la fondation

¹⁶¹ Entrevue avec D. Güleriyüz, Le président de RATEM, Istanbul, Avril 2004.

HTP. RIAK est constitué de sept personnes dont deux entreprises représentant les donateurs de publicité, deux agences de publicité et trois représentants de radios.¹⁶²

1) L'étude de Radio d'Akademedyia En 2000

En dehors des fondations commerciales réalisant des études sur les auditeurs, il existe aussi des groupes de recherche des universités. Le Groupe de Recherche Akademedyia fondé au sein de l'Université d'Istanbul effectue des études d'audimat dont « Radyo 2000 » qui se focalise sur ces sujets :

- Qui écoute les radios ;
- Quels sont les moyens de communication de masse qui sont suivit (lus, regardés, écoutés) ;
- Quand, où et en quelle quantité (durée) et pourquoi sont-ils suivit;
- Quels sont leurs effets/influences ;
- Quels sont les meilleurs, les plus honnêtes, les plus influents, les plus distrayants, les plus éducatifs et les plus crédibles,
- Les supériorités quantitatives et qualitatives de chacun ;
- La monopolisation des moyens de communication de masse ;
- Quels sont ceux qui reçoivent le plus de demande et de participation.

Cette étude fut effectuée dans 25 sous-préfectures d'Istanbul, sur 5 000 personnes qui furent désignés par l'Institut de Statistique d'Etat, avec un pourcentage de 48.9 % de femmes et 51.1 % d'hommes.

Tels sont les résultats obtenus :

« Les raisons d'écouter la radio » sont passer le temps (29.8 %) ; se distraire (26.3%) ; s'informer (24.3%). Un pourcentage de 24.3 % des auditeurs satisfont leur besoin d'information par la radio.

¹⁶² Entrevue avec D. Güleriyüz, Le président de RATEM, Istanbul, Avril 2004.

Parmi « les moyens de communication suivis pour obtenir des informations régionales », 68.6 % préfèrent la télévision et 6.5 % la radio qui se trouve en troisième place après les journaux. La principale raison de ceci est que les télévisions nationales se trouvent à Istanbul et diffusent dans leurs bulletins en priorité des informations concernant Istanbul (où l'étude a été faite). Ce résultat différerait probablement dans les autres villes.

« Le moyen de communication de masse le plus recouru pour les informations du matin » est la radio avec 30.7 %. C'est pourquoi presque toutes les stations diffusent des bulletins le matin, même si elles ne le font pas dans la journée. Mais le contenu de ces bulletins est souvent constitué d'informations pratiques sur les routes, la météo...etc. et la lecture des journaux.

Parmi « les types d'émissions les plus écoutées », la musique occupe la première place avec 68.5%. Les émissions de divertissement arrivent en deuxième avec 13.7 %, suivies des émissions culturelles (6.3 %) et des informations (4.4%).

La préférence de moyen de communication des questionnés, selon les « critères d'information » va en premier à la télévision (avec 59.7%) qui se sert pour informer de la force technologique qu'elle détient et de la visualité qui lui est immanente. La radio est au deuxième plan avec 19.4 % dans les situations où la télévision n'est pas suffisante (en voiture, diffusion de match sur des chaînes payantes, absence d'image...) et la presse vient en troisième avec les détails et les commentaires qu'elle contient.

Dans « les moyens de communication préférés selon leur honnêteté et leur crédibilité » la radio occupe la première place avec 47.3 %. Alors que les tendances politiques des télévisions et de la presse sont connues par les spectateurs et lecteurs, les radios sont considérées comme plus objectives.

Les résultats de la question sur « les moyens de communication les plus libre » vont dans le même sens, avec la préférence de la radio (47.3).¹⁶³

Les résultats évoqués ici ne sont qu'une petite partie de cette étude. Nous n'avons cité que celles en rapport avec le contexte de notre travail, et relevant donc de la relation des auditeurs avec la radiodiffusion d'information. La conclusion générale à laquelle nous pouvons parvenir est que même si la radio n'est le moyen d'information privilégié, elle possède une certaine crédibilité.

G) Organisation Professionnelle

1) Organisation Des Dirigeants De Radios

Les principales organisations de professionnels sont RATEM (cité plus haut), ÖRTYD (Association des Dirigeants de Diffusion de Radio et de Télévision Privées) et RTGD (Association de Journalistes de Radio et de Télévision). Le nom de ces organisations montre bien que la diffusion audio et audiovisuelle est comprise comme un tout. Les professionnels de radios n'ont pas d'association indépendante. Celles citées dévoilent bien que ce ne sont que les propriétaires et les dirigeants qui s'organisent. Par exemple, parmi les activités de RATEM, la fermeture des radios privées en 1994 et la réclamation du paiement des droits d'auteurs (dépassant les revenus des radios) furent les principales préoccupations.¹⁶⁴ Il est aussi nécessaire d'ajouter qu'aucun journaliste de radio ne figure parmi les membres de Association de Journalistes de Radio et de Télévision. Ce qui empêche de prendre à l'ordre du jour les problèmes des employés de radio.

Même s'il y eut certaines initiatives d'organiser ces employés, elles ne purent aboutir pour des raisons relevant surtout du fait que ces derniers étaient généralement jeunes et sans expérience. A ceci s'ajoutaient aussi les problèmes économiques

¹⁶³ L'université Istanbul, Akademedya Groupe, Recherche 'Radio 2000' Istanbul, 2000.

¹⁶⁴ Entrevue avec D. Güleriyüz, Le président de RATEM, Istanbul, 10 Avril 2003.

traversant le secteur et les politiques de personnel inconséquent des entreprises médiatiques.

2) Tentative D'organisation Des Employés De Radio Et Une Initiative Sur Internet

Ersoy Dede, directeur de rédaction de Radio Kozmos jusqu'à une période récente, a lancé une initiative d'organisation des travailleurs de radio. Ces derniers se mettaient ainsi au courant et débattaient de leurs problèmes et de leurs revendications à l'aide d'un e-groupe. Cependant cette initiative ne se situe pas encore dans cadre légal.

Dede décrit ainsi les causes se trouvant à l'origine de cette initiative :

« Il existe plusieurs associations mais aucune d'entre elles ne se préoccupe des droits sociaux et des conditions de travail, des employés de radio. Elles ne font que décerner des prix avec l'argent collecté. L'initiative dont il est question était à l'origine un groupe d'information par e-mail. J'ai engagé une discussion avec les collègues sur l'absence et le besoin d'une organisation professionnelle et leur ai proposé d'en jeter les bases ensemble. L'initiative a vite pris de l'ampleur. Beaucoup de personnes s'y sont inscrites et se réclament solidaires de cette initiative, mais c'est tout. Ça n'aboutit pas. »¹⁶⁵

Les conditions ne paraissent pas favorables à la transformation de l'initiative en un mouvement syndical dans un cadre réglementaire. Dede en dévoile les causes :

« Lorsque nous avons entrepris cette initiative, les employés de TRT ont aussi voulu y adhérer. Il est possible bien sûr qu'ils y participent, mais leurs positions diffèrent des nôtres, leurs salaires sont payés et ils disposent de protection sociale. Ceux qui travaillent dans les radios privées n'ont aucune protection sociale ce qui est un obstacle majeur devant la constitution d'un syndicat. Donc nous avons renoncé au syndicat, mais nous nous sommes

¹⁶⁵ Entrevue avec Ersoy Dede, Istanbul, 30 Mai 2003.

dit qu'il fallait montrer que nous sommes une force. Nous avons pensé donner un signal revendicatif coordonné, synchronisé par les radios où nous travaillions. Par exemple, un jour ne diffuser aucune publicité sur aucune radio pour que les entreprises et autres donneurs de publicité appellent nos patrons et demandent ce qu'il se passe. Si tout le monde agit ensemble, les patrons ne pourront licencier personne. Mais Osman Ataman, la personne qui avait organisé les protestations à cordon noir (attaché aux antennes de voitures) lors de la fermeture des radios privées, m'a prévenu que ça ne marcherait pas, qu'il ne fallait pas commencer par là, car aujourd'hui les conditions sont telles que les gens sont prêt à travailler même gratuitement. Ils ne sont pas en condition de lutter pour leurs droits. Mais il faut bien que certains fassent le premier pas. C'est un nouveau secteur, nous sommes obligés de nous sacrifier. »¹⁶⁶

Comme en témoigne les paroles de Dede, la plupart des employés de radio ne possèdent pas de protection sociale. Seulement ceux qui travaillent depuis longtemps dans de grandes entreprises médiatiques en disposent. Ceux qui travaillent dans des radios locales, en province n'obtiennent au mieux que de quoi se nourrir. De plus, les employés de radio n'ont pas de syndicat, comme d'ailleurs dans presque tout le secteur médiatique. La complicité anti-syndicale des patrons de médias, empêche les travailleurs de s'organiser et de lutter pour acquérir des droits. Ce secteur possède une structure double où les journalistes (télévision et presse) et présentateurs « étoiles » obtiennent des sommes astronomiques alors que les travailleurs « communs » reçoivent de très bas salaires.¹⁶⁷

Ceci est valable aussi pour les radios nationales où les présentateurs et DJ connus sont transférés pour de grosses sommes, alors que les autres employés sont totalement démunis de protection sociale et payés relativement bas. L'article 38 de la Loi 3984 sur la Fondation et les Diffusions de Radios et de Télévisions affirme que « les personnes travaillant dans les unités d'information de radios et de télévision

¹⁶⁶ Entrevue avec Ersoy Dede, Istanbul, 30 Mai 2003.

¹⁶⁷ Mustafa Söylemez, "Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Sonuçları", Istanbul, Birikim, Décembre, 1996.

sont soumis à la Loi 5953 sur la Réglementation des Relation entre les Employés et les Employeurs de la Profession de la Presse ». ¹⁶⁸ Cet article a été ajouté à la Loi 3984 lorsqu'elle fut décrétée, à l'initiative du Syndicat de Journaliste de Turquie possède une importance capitale pour la défense des droits des journalistes de radio et de télévision. ¹⁶⁹ Toutefois, l'article 38, comme d'ailleurs les autres articles de cette loi ne sont toujours pas exercés.

H) Observation Général

Ce chapitre traitant de la situation des radios nationales turques au début du XXI. Siècle expose le fait que les causes de la concentration, l'évacuation du contenu, la négligence envers la langue, du parti prise dans le journalisme résident dans les conditions politiques, économiques et réglementaires qui configurent le secteur médiatique. Alors que les radios privées détenues par les investisseurs sont un moyen de faire du profit, aux mains de grands groupes financiers et de communautés, elles deviennent un instrument visant à soutenir leurs intérêts ou à propager leurs idées.

La radio n'a pas encore perdu le combat de survie qu'elle mène face à la télévision, néanmoins elle a été obligée de faire des concessions. Le cours de la diffusion et le contenu des émissions furent remodelé selon les heures d'écoute préférées par les auditeurs. Chaque changement n'ayant pas forcément des conséquences positives, dans l'exemple de la radio ces modifications s'expriment par un appauvrissement qualitatif. Nous avons observé lors de l'analyse de la structure de propriété, que les stations de radios appartenant à de grands groupes constituaient la majorité. Ceci engendre la généralisation du recours des rédactions à de grandes piscines collectives d'information appartenant à leur groupe. Du point de vue du journalisme, la dépendance vis-à-vis de ces réservoirs communs, donc la formation d'une sorte de monopole d'information, constitue pour les auditeurs, un obstacle à l'accès à aux

¹⁶⁸ Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Ankara, 2002.

¹⁶⁹ "Gazeteciler Sendikası Başkanı Ziya Sonay'la Söyleşi", <http://www.tgs.org.tr/documents/medya/med2000-01.html>, (Mai 2003).

informations, opinions et interprétations différentes. De plus, le fait que dans le classement du marché de publicité la radio vienne après les panneaux publicitaires extérieurs, sape l'intérêt que les investisseurs peuvent porter à celle-ci.

Concernant la technologie de diffusion, les radios nationales, importent les nouveautés et s'y adapte rapidement. Mais plus que les employés, ce sont les patrons qui profitent des bienfaits de la technologie. Le système d'automation permet à ces derniers de contrôler plus facilement le cours de la diffusion et les passages de publicité ainsi que de réduire au minimum le nombre d'employés. Ce besoin décroissant de travailleur devient un obstacle devant la syndicalisation et la revendication de droits. L'absence de syndicat rend les travailleurs plus vulnérables aux exigences et influences des employeurs. Ce qui est d'autant plus dangereux pour le journalisme, comme en témoigne le manque d'objectivité et l'abondance de désinformations voire même de calomnies diffusées par les médias.

Dans le chapitre suivant, en partant d'entrevues effectuées parmi les employés de rédaction de certaines radios nationales et de nos propres observations, nous analyserons l'influence de la commercialisation et les effets du développement technologique sur les pratiques de production d'information et le rôle et la fonction des employés dans ce processus.

QUATRIEME PARTIE

LES REDACTIONS DES RADIOS NATIONALES

Dans la première et la deuxième partie de notre travail, nous avons analysé les étapes qu'a traversé la production d'information radiophonique dans le monde et en Turquie dans leur contexte historique. Après avoir recherché les conditions de diffusion des radios nationales dans une perspective plus large dans la troisième chapitre, nous tenterons dans ce dernier chapitre, dans le cadre de la problématique de notre travail d'étudier comment et par qui sont produites les informations dans les radios nationales commerciales et à quel niveau et dans quel but les moyens techniques sont utilisés dans le processus de production. Nous présenterons donc, une synthèse des entrevues et des observations effectuées au mois de juin 2003 dans les radios nationales Radio Foreks, Radio 7, TGRT FM, NTV Radio, Power FM et Best FM. Les entrevues ont été réalisées avec six dirigeants, seize employés de rédaction et cinq techniciens.¹⁷⁰ Les dirigeants sont composés de coordinateur général, de rédacteur en chef, de coordinateur de rédaction, de directeur général de diffusion et de chef de diffusion. Les employés des rédactions interviewés sont des éditeurs-présentateurs d'information (donc qui rédigent et présentent les informations), des producteurs-présentateurs (d'émissions) et des reporters. Il est cependant utile de préciser que parmi ces seize personnes une seule travaille comme reporter. Comme nous allons le voir plus tard, les rédactions des radios sont tellement restreintes que chaque employé occupe deux fonctions voire même plus. Il n'existe aucun employé qui travaille seulement comme présentateur.

¹⁷⁰ Lors des entrevues trois sortes de questions divisées selon les fonctions réalisées (dirigeants, employé de rédaction et techniciens) ont été posées. Pour ces questions voir annexe 2.

A) Structure de Propriété

Quatre parmi les six radios, que nous avons analysées (TGRT FM, Radio Foreks, NTV Radio, Radio 7) font parti de grands groupes médiatiques. Les deux autres stations sont des radios investissement personnelles (Power FM et Best FM).

1) Radio Foreks

A l'intérieur du groupe Doğan Media, Radio D, Radio Foreks et CNN Radio, ont chacune été fondé comme entreprise différente. La rédaction commune de Radio Foreks et de Radio D (CNN Radio n'en possède pas) se trouve à l'intérieur du bâtiment de Kanal D. Malgré le fait que les radios appartiennent au même groupe chacune possède sa direction et ses employés. La raison de la fondation de Radio Foreks comme radio d'information est due à la volonté de combler l'insuffisance des bulletins d'information des premières radios privées à l'époque.¹⁷¹

2) Radio 7

Radio 7 fait parti du Groupe Medya, auquel appartient aussi la chaîne Kanal 7 et l'agence d'information Yeni Dünya. Radio 7 commença sa diffusion plus tard que les autres radios privées. Fondée en 1999, son but était de diffuser des genres musicaux négligés par les autres radios comme les musiques folkloriques et la musique classique turque.¹⁷² Radio 7 se trouve à l'intérieur du bâtiment de Kanal 7.

3) TGRT FM

TGRT FM appartient avec la chaîne TGRT à l'entreprise Huzur Radio TV A.Ş.¹⁷³ Le centre de TGRT FM se trouve dans le bâtiment de Ihlas Holding duquel fait parti Huzur Radio TV A.Ş.

¹⁷¹ Entrevue avec Ö. Yaşarlar, Sous Coordinatrice Général Des Radios De Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

¹⁷² Entrevue avec F. Karaçam, Directeur Général de Diffusion De Radio 7, Istanbul, 15 Juillet 2003.

¹⁷³ Entrevue avec B. Apak, Chef de Diffusion De TGRT FM, Istanbul, 11 Juin 2003.

4) NTV Radio

Fondé en 2000 cette radio appartient au même groupe que Radio Eksen qui commença à diffuser la même année. Auparavant, ces radios étaient une radio nationale et une locale portant d'autres noms. Avec le changement de direction survenu au sein du groupe, la nationale devint une radio d'information, NTV Radio, et la locale (Radio Eksen) une station de musique étrangère.¹⁷⁴

5) Power FM

Il existe au sein du groupe Power trois radios (Power FM, Power Türk, Power XL) et une chaîne (Power TV). Le groupe a aussi l'intention de publier une revue. L'investisseur de la radio est l'homme d'affaire Cem Hakko.¹⁷⁵

6) Best FM

Best FM appartient au même groupe que la station locale Radio Hot dont le propriétaire est Emrah Hattat.¹⁷⁶

B) Division Du Travail

1) Radio Foreks

La rédaction de la radio est la même que celle de Radio D, mais les autres départements sont différents, ainsi que leurs employés. La diffusion de CNN Radio étant en fait la rediffusion des bulletins et émissions de la chaîne du même nom, elle ne possède pas d'employé à part les techniciens. Mais il est prévu de former un groupe de producteur-présentateur. Parmi la vingtaine de personne travaillant à la rédaction commune de Radio Foreks et de Radio D, seulement six ont une position

¹⁷⁴ Entrevue avec B. Devecioğlu, Directeur Général de Diffusion de Radio NTV, Istanbul, 25 Juin 2003.

¹⁷⁵ Entrevue avec D. Güteryüz, Coordinateur Général de Groupe Power, Istanbul, 24 Juin 2003.

¹⁷⁶ Entrevue avec G. Mete, Directeur De Diffusion de Best FM, Istanbul, 10 Juin 2003

d'éditeur-présentateur. Telles sont les différents postes et départements des radios appartenant au groupe D : Coordinateur Général, Directeur Général de Diffusion, Production d'émission, Rédaction, Départements technique, de comptabilité, de relations publiques, de promotion.¹⁷⁷

2) Radio 7

Une vingtaine de personne travaille à la radio. Le travail est partagé entre les départements de diffusion, d'émission, d'information, d'archive, de relations publiques, de musique et le département technique. Trois ou quatre personnes en moyenne, travaillent dans chaque département. Trois personnes travaillent de façon permanente à la rédaction et deux employés à temps partiel leur viennent en aide si nécessaire.¹⁷⁸

3) TGRT FM

TGRT FM a été formé selon une division de travail ressemblant à celle de TRT. Il existe un responsable à la tête de chaque département (rédacteur en chef, directeur des émissions, directeur de la diffusion, directeur technique) et des employés qui sont sous sa responsabilité. Selon le directeur de diffusion, c'est en quelque sorte la version privée de TRT. Vingt-sept personnes travaillent de façon permanente. Il y a une quarantaine de producteur d'émission à temps partiel, huit techniciens, trois réalisateurs de diffusion et cinq- six employés à la rédaction. Le reste des employés à plein temps fait parti du département d'émission.¹⁷⁹

4) NTV Radio

L'équipe de la rédaction est composée de cinq personnes y compris les techniciens. Il y a deux éditeurs-présentateurs à la rédaction mais aucun reporter. L'équipe de

¹⁷⁷ Entrevue avec Ö. Yaşarlar, Radios de Groupe D, Istanbul, 10 Juin 2003.

¹⁷⁸ Entrevue avec F. Karaçam, Radio 7, Istanbul, 15 Juillet 2003.

¹⁷⁹ Entrevue avec B. Apak, TGRT FM, Istanbul, 11 Juin 2003.

direction est composée du directeur général de diffusion, du coordinateur de publicité, et du directeur de diffusion de Radio Eksen.¹⁸⁰

5) Power FM

Sept personnes travaillent à la rédaction dont les présentateurs d'information, les présentateurs, éditeur-présentateur et les traducteurs. En dehors de ces sept personnes, il y a aussi les correspondants à l'étranger. La radio a des correspondants permanents aux Etats-Unis, en Angleterre, en France et à Ankara, mais aussi, des correspondants occasionnels en Italie et en Allemagne. Dans les radios appartenant à ce groupe, il y a une quarantaine d'employés, y compris l'équipe technique et les producteurs d'émissions. La structure de direction est composée du département d'information, du département technique, et du département de diffusion.¹⁸¹

6) Best FM

L'équipe de rédaction est composée de quatre personnes, le rédacteur en chef, un reporter, un présentateur de nuit et un éditeur-présentateur. Il y a aussi deux correspondants en dehors d'Istanbul. Le total des employés de Best FM et des radios liées au même investisseur est de cent personnes. Il y a vingt producteurs d'émissions, sept-huit employés à la rédaction, six-sept personnes à la production et cinq personnes au département technique. Il existe aussi un département qui s'occupe des informations concernant la province et un département de publicité.¹⁸²

C) Propriétés Des Bulletins D'Information

1) Radio Foreks

Comme nous l'avons déjà signalé la rédaction des radios appartenant au Groupe D est commune. Les bulletins d'information de Radio Foreks sont diffusés toutes les demi-heures en direct. Sur Radio D, le premier bulletin est à 8 h 00, le deuxième à 12 h 00, puis de courts bulletins sont diffusés en début de chaque heure, avec un long

¹⁸⁰ Entrevue avec B. Devecioğlu, NTV Radio, Istanbul, 25 Juin 2003.

¹⁸¹ Entrevue avec D. Güleriyüz, Power Groupe, Istanbul, 24 Juin 2003.

¹⁸² Entrevue avec M. Ayan, Rédacteur En Chef de Best FM, Istanbul, 10 Juin 2003.

bulletin à 18 h 00.¹⁸³ Cependant, le langage utilisé par les deux radios diverge malgré la rédaction commune. Un des éditeurs-présentateurs souligne ces divergences :

« Nous avons une vision plus universelle sur Radio Foreks. Par exemple sur Radio D nous disons 'le terroriste Abdullah Öcalan', alors que sur Foreks nous utilisons le terme 'Leader du PKK'. De même nous utilisons 'militant' sur Foreks et 'terroriste' sur D, 'soldat tué' sur Foreks et 'martyr' sur D. Nous préparons les mêmes informations pour Foreks et pour D, mais nous mettons entre parenthèse ce qui doit être dit sur D. Parfois l'ordre des informations diverge aussi. Celles de D sont plus 'soft', et celles de Foreks plus politiques. »¹⁸⁴

Il y a quelques temps la diffusion de Foreks et de BBC étaient commun. Mais en raison de l'interdiction de « re-diffusion », cette diffusion a été coupée et Foreks fut sanctionné par une interdiction de diffusion de trente jours. Actuellement, nous nous diffusons les bulletins de Deutsche Welle.¹⁸⁵

2) Radio 7

Les bulletins sont diffusés en début d'heure. Un des présentateurs d'information et responsable de préparation d'émission de Radio 7 expose les propriétés des bulletins de Radio 7 :

« Avec les traducteurs nous sommes cinq à la rédaction. Pour les cas de congé il y a des remplaçants. Nous faisons en sorte que les bulletins ne dépassent pas les quatre minutes, sauf quand il y a des conditions exceptionnelles. Nous ne donnons que ce qui est essentiel dans les informations sans rentrer dans les détails, pour ne pas être ennuyant. En général il y a au maximum dix informations dans un bulletin. Parfois ce nombre atteint les dix selon l'actualité et la vitesse de lecture du présentateur. »¹⁸⁶

¹⁸³ Entrevue avec E. Erman, Editeur-Présentateur de Radios de Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

¹⁸⁴ Entrevue avec E. Odabaşı, Editeur-Présentateur de Radios de Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003

¹⁸⁵ Entrevue avec Ö. Yaşarlar, Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

¹⁸⁶ Entrevue avec S. Orhanlı, Editeur-Présentateur de Radio 7, Istanbul, 15 Juillet, 2003.

Un autre employé à la rédaction explique ainsi le langage d'information utilisé et les facteurs rendent nécessaire ce langage :

« Il y a un certain public auquel nous nous adressons. Tout doit être conforme à la position de la radio et aux messages. Nous ne diffusons pas d'information concernant la vie privée des personnes connues. Nous ne diffusons pas non plus les informations de l'Agence Anatolienne traités avec un parti pris, ou bien nous leur faisons faire 'une galipette' comme on dit, c'est-à-dire que nous changeons la façon dont c'est rédigé. »¹⁸⁷

3) TGRT FM

Les bulletins en début d'heure dont le premier est diffusé à 8h00 durent cinq minutes, ceux de 13h00, 17h00 et de 20h00 environ une quinzaine de minutes. Selon un des éditeurs-présentateur et producteur d'émission de la radio les bulletins sont courts, rapides et rendent compte de l'essentiel des événements :

« Nous rendons les informations prises à l'agence plus simple et plus compréhensible, ainsi que les auditeurs de radio le veulent. Nous ne traitons pas l'information de façon profonde. Nous transmettons l'essentiel, le plus vite possible. »¹⁸⁸

La rédaction de TGRT FM fait surtout attention au langage, aux mots utilisés. Les mots d'origine Ottoman ou venant de l'ancien turc sont préférés. Les employés de la rédaction rédigent et présentent à la fois les informations. Chaque bulletin comporte environ dix informations.¹⁸⁹

4) NTV Radio

NTV Radio est une station d'information dont la diffusion est commune à celle de la chaîne d'information NTV. Pour cette raison 50 % de la diffusion est constituée des émissions télévisées. Les bulletins sont diffusés tous les quart d'heures. En dehors de la diffusion des émissions télévisées, la station possède ses propres émissions d'art et

¹⁸⁷ Entrevue avec K. Tazeoğlu, Présentateur-Producteur, Radio 7, 15 Juillet, 2003.

¹⁸⁸ Entrevue avec M. Toköz, Editeur-Présentateur de TGRT FM, Istanbul, 11 Juin 2003.

¹⁸⁹ Entrevue avec N. Güçer, Editeur-Présentateur de TGRT FM, Istanbul, 11 Juin 2003.

de culture, de musique, et de littérature.¹⁹⁰ NTV Radio a actuellement un accord de co-diffusion avec BBC Radio. Le nombre d'employé à la rédaction est le plus bas parmi les stations analysées. Un nombre si réduit dans une radio comme NTV, qui est l'une des deux radios d'information nationales existantes, n'est explicable que par la diffusion des bulletins de la chaîne du même nom. Ce qui réduit fortement la production d'information. Il est possible d'affirmer que la rédaction d'une des radios la plus respectable n'est pas en mesure de produire des informations.

5) Power FM

Toutes les stations appartenant au groupe Power diffusent aussi des informations. Cependant les bulletins possèdent certaines propriétés dues à leur caractère de station de musique.

« Depuis mars 2001 nous agissons avec la conscience de publier des informations dans une station de musique. Ceci est très important car si une personne une station de musique c'est parce qu'elle veut écouter de la musique. Si elle veut des informations elle peut aller sur NTV, CNN ou bien Foreks. Si elle ne les préfère pas c'est parce qu'elle ne veut pas s'étouffer dans l'info. Elle veut écouter de la musique. Mais bien sûr elle ne voudrait pas non plus vivre à l'écart de ce qui se passe dans le monde. Ce qui veut dire que si je veux l'informer je dois l'éloigner le minimum de la musique, pour qu'il ne zappe pas et qu'il puisse s'informer sans se fatiguer. Telle a été notre politique d'information. Lorsque j'avais commencé à travailler ici nous lissions de longues informations comme ceux des journaux, maintenant notre système est différent. »¹⁹¹.

Les heures de diffusion d'information sont différentes sur les radios du groupe Power. Elles commencent à 6h00 sur Power FM, à 6h30 sur Power Türk et à 7h00 sur Power XL. Un des éditeurs-présentateurs, E. Orhun, explique les particularités des bulletins ainsi :

« La durée de nos bulletins est très court. Sur Power le bulletin dure une minute quinze secondes. A part

¹⁹⁰ Entrevue avec, B. Devocioğlu, NTV Radio, Istanbul, 25 Juin 2003.

¹⁹¹ Entrevue avec A. Karakoç, Coordinateur de rédaction de Groupe Power, Istanbul, 24 Juin 2003.

le sport. Sur Power Türk elle est dure une minute vingt secondes. Mais c'est le journalisme de radio qui veut ça. Nous réduisons les informations de l'Agence Anatolienne d'une demi page à deux lignes. Nous ne donnons que les titres. Nous faisons le choix des informations à présenter entre nous. Il faut donner l'essentiel en deux-trois phrases. La courte durée des informations nous avons beaucoup dérangé au début, lorsque nous avons commencé à travailler ici. »¹⁹²

Une des particularités fondamentales est l'importance accordée aux informations étrangères. Il y a toujours des informations traduites de sources étrangères dans les bulletins. C'est une sorte de politique d'entreprise. Mais ceci n'est pas toujours apprécié par les auditeurs.

« Parfois il y a des réactions de la part des auditeurs à l'importance que nous donnons aux événements survenus dans le monde. Les gens préfèrent s'informer d'abord de ce qui se passe en Turquie. Bien sûr nous ne transmettons que les événements majeurs. Il arrive parfois que nous diffusions des infos sur des pays dont le nom est inconnu aux auditeurs et ça suscite aussi des réactions. »¹⁹³

6) Best FM

L'équipe de la rédaction composée de quatre personnes comporte aussi un reporter, ce qui n'existe dans aucune des radios prises en compte dans notre travail. Ceci révèle les difficultés financières des radios. Les journalistes de radios ne sont perçus que comme des « transmetteurs » qui transforment les textes déjà prêts en « langage radio ». Ainsi que le montre l'exemple de Best FM, les stations qui ne possèdent pas le soutien de rédactions de chaînes télévisées, doivent embaucher des reporters. Ce qui n'est pas toujours possible. Sur Best FM, les bulletins de brèves sont diffusés durant la journée avec un bulletin de vingt minutes à 18h00.¹⁹⁴

¹⁹² Entrevue avec E. Orhun, Rédacteur-Présentateur de Groupe Power, Istanbul, 24 Juin 2003.

¹⁹³ Entrevue avec E. Orhun, Power Groupe, Istanbul, 24 Juin 2003.

¹⁹⁴ Entrevue avec, M. Ayan, Best FM, Istanbul, 10 Juin 2003.

D) Les Processus de Production d'Information

1) Radio Foreks

La station est connecté de façon on-line à toutes les agences d'information (Agence Anatolienne, Reuters...). La station utilise aussi les informations produites par les reporters de l'Agence Doğan et les journalistes des quotidiens appartenant au groupe. La rédaction de Foreks compare aussi ses informations avec celles publié sur divers sites internet. Lors de la rédaction des informations, les éditeurs se connectent sur les agences par les ordinateurs se trouvant sur leurs bureaux et effectuent un partage des tâches. Mais il n'y a pas de partage selon les thèmes des informations, tout le monde peut s'occuper de tout sort d'information. Les textes pris sur les agences sont d'abord re-rédigé. Le langage utilisé par l'agence n'est jamais repris. S'ils en ont la possibilité ils se connectent à un journaliste qui est ou a été sur les lieux de l'événement en question. Ses connections sont parfois enregistrés pour se débarrasser des bruits de fond. Mais sont souvent elles sont diffusées en direct.¹⁹⁵ L'ordre à suivre lors de la présentation des informations sont décidé communément par les éditeurs-présentateurs. L'avis général est qu'il est préférable que l'information soit présentée par celui qui l'a rédigée.

« C'est une bonne chose que les journalistes présentent aussi les informations. Car pour pouvoir bien transmettre une info, il est nécessaire de l'avoir bien compris. Si vous ne comprenez pas de quoi il s'agit l'auditeur ne le comprendra pas non plus. »¹⁹⁶

Les informations rédigées à la rédaction ne sont pas contrôlées ni corrigées par de plus hauts responsables. Mais les éditeurs ont formé un système d'autocontrôle, chacun lis et corrige les textes rédigés par d'autres. Mais parfois, en raison de du manque de temps entre les bulletins et du nombre restreint d'employé, il arrive que certains textes ne passent pas par une deuxième lecture.

Les opinions des éditeurs-présentateurs à ce propos sont assez proches :

« Dans tous les médias de masse, les informations passent par un contrôle. Il m'est arrivé, lorsque je travaillais dans des médias appartenant aux

¹⁹⁵ Entrevue avec Ö. Yaşarlar, Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

¹⁹⁶ Entrevue avec S.Dağıstanlı, Editeur-Présentateur de Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

holdings, que l'on me dise 'nous ne passerons pas telle information'. Mais pas ici. Cependant nous ne passons pas, par exemple, toutes les infos d'attentat. Dans une perspective de diffusion publique, nous essayons de ne pas faire le jeu des organisations terroristes. Mais nos infos ne sont pas contrôlées par d'autres personnes. »¹⁹⁷

« Il m'est arrivé de me faire censurer à TGRT, mais pas ici. »¹⁹⁸

« Nous effectuons ici une autocensure. Ça m'est déjà arrivé de me faire censurer à NTV. Le supermarché Tansaş qui appartient au même groupe (Doğuş Holding) que NTV, vendait de la viande de cheval. Nous n'avons pas pu diffuser cette information. Le journalisme libre n'existe pas. Tous les médias possèdent une responsabilité envers certaines entreprises. Une telle liberté n'est possible qu'à travers différentes chaînes ou stations. Mais pas à l'intérieur d'une seule chaîne. »¹⁹⁹

2) Radio 7

Les informations sont sélectionnées dans une piscine d'information. La rédaction puise dans les informations diffusées par l'Agence Anatolienne, la chaîne NTV et divers sites web (turcs et étrangers) et journaux. Comme dans chaque rédaction de radio, deux télévisions sont toujours allumées. Les chaînes de télévision dont ils se servent le plus sont CNN et NTV, parfois Kanal 7. Trois personnes travaillent à la rédaction en temps qu'éditeur-présentateur, mais ils sont assistés dans la production par une personne supplémentaire. Les textes sont préparés sur ordinateur. L'ordre dans laquelle les informations sont présentées est déterminé par les éditeurs. Les informations sont toujours contrôlées :

« Le contrôle était plus rigoureux avant. Ce n'est plus le cas maintenant car les présentateurs ont autant d'expérience que la personne qui est censée faire le contrôle. Les émissions aussi passent par un contrôle. En général c'est le rédacteur en chef qui

¹⁹⁷ Entrevue avec E. Erman, Editeur-Présentateur de Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

¹⁹⁸ Entrevue avec E. Odabaşı, Editeur-Présentateur de Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

¹⁹⁹ Entrevue avec M. Karlıdağ, Editeur-Présentateur de Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

contrôle. En général c'est le rédacteur en chef qui contrôle, mais en son absence, ça peut aussi être le réalisateur de diffusion, le directeur de diffusion ou bien le directeur général. »²⁰⁰

K. Tazeoğlu est présentateur d'information et producteur d'émission à la fois. Il souligne les difficultés de remplir les deux tâches à la fois :

« Je suis obligé de présenter les informations en raison du nombre restreint d'employé à la rédaction. Dans notre métier, ce n'est pas une bonne chose qu'un producteur et présentateur d'émission, présente aussi des informations. C'est difficile de passer du mode journalistique à celui de l'émission. »²⁰¹

3) TGRT FM

La rédaction a recours à l'agence d'information Ihlas (IHA), l'Agence Anatolienne (AA) et certains sites d'information. Les éditeurs se servent aussi des chaînes d'information comme NTV et CNN et des reporters de l'agence Ihlas et de la chaîne TGRT appartenant au même groupe que la radio. Lors d'événements importants ils se connectent par téléphone à ses reporters. Les déclarations et discours de hauts responsables politiques sont enregistrés sur TGRT et diffusés ensuite à la radio. Le rédacteur en chef indique que la source principale d'information est l'agence Ihlas. Ici aussi les informations sont rédigées et lues par les mêmes personnes. Les informations distribuées par les agences par ordinateurs sont réécrites et transformées en information de radio. L'ordre à suivre pour chaque bulletin est décidé par le rédacteur en chef.²⁰² Les informations sportives ont une place privilégiée sur TGRT FM car elles sont financées par une entreprise et constituent ainsi la part des informations qui rapporte un certain revenu²⁰³. Le bulletin d'information principal (« le vingt heures ») est la diffusion en direct des informations de la chaîne TGRT. Comme nous l'avons déjà vu, c'est le cas pour toutes les stations possédant le soutien d'une chaîne de télévision comme Radio Foreks, Radio 7, NTV Radio. Sur TGRT FM toute la diffusion passe par le contrôle du directeur de diffusion. Ce dernier

²⁰⁰ Entrevue avec S. Orhanlı, Editeur-Présentateur, Radio 7, Istanbul, 15 Juillet 2003.

²⁰¹ Entrevue avec K. Tazeoğlu, Radio 7, 15 Juillet 2003.

²⁰² Entrevue avec A. Arvas, Rédacteur en Chef de TGRT FM, Istanbul, 11 Juin 2003.

²⁰³ Entrevue avec M. Toköz, TGRT FM, Istanbul, 11 Juin 2003.

affirme qu'il ne permet pas les diffusions qui ne conviennent pas aux principes de RTÜK et de TGRT.²⁰⁴

4) NTV Radio

La station n'emploie aucun reporter et se sert des ressources de la chaîne du même nom. Le Réalisateur général de diffusion explique ainsi le processus de production de l'information :

« Nous nous puisons dans les mêmes agences que la chaîne comme par exemple l'Agence Anatolienne IHA ou bien CIHA, et nous utilisons aussi les informations produites par la rédaction de la chaîne. En fait, nous avons une sorte de piscine d'information. Nous utilisons aussi les reporter de NTV. Nous connectons à eux par téléphone si nécessaire. Nous enregistrons les déclarations faite à la chaîne et les diffusons sur la radio. Pour ce qui est des infos, nous n'utilisons pas les mêmes textes, on les puise dans la piscine de la rédaction et on les rédige en langage d'information radio. »²⁰⁵

5) Power FM

Les sources d'informations principales utilisées par la radio sont AA et IHA. Mais les agences et médias internationaux comme Reuters, AFP ou CNN sont aussi consulté ainsi que des sites internet. Les bulletins de Power FM ne sont pas diffusés en direct, ce qui empêche les erreurs. L'enregistrement est fait cinq minutes avant le passage à l'antenne, mais en cas d'événement majeur, la diffusion est coupée et l'information est transmise en direct²⁰⁶. Les informations arrivent à la rédaction de Power par satellite et sont reçues sur ordinateur. Power attache beaucoup d'importance à la diffusion d'informations internationales qui sont traduite par des sources étrangères. Trois personnes travaillent le matin et quatre l'après-midi. A la

²⁰⁴ Entrevue avec B. Apak, TGRT FM, Istanbul, 11 Juin 2003.

²⁰⁵ Entrevue avec B. Devocioğlu, NTV Radio, 25 Juin 2003.

²⁰⁶ Entrevue avec A. Karakoç, Power Groupe, Istanbul, 24 Juin 2003.

différence des autres radios, il existe une spécialisation sur certains sujets et une division du travail.²⁰⁷

6) Best FM

Les sources d'information de Best FM, en dehors de son unique reporter, sont AA et les fax envoyés à la rédaction. Les informations diffusées par la source commune de toutes les radios, AA, sont réécrites par les éditeurs de Best FM. Les interviewés expriment qu'il n'y a pas de contrôle ou de pression, "si les informations sont conformes à la politique de la radio". L'ordre des informations est déterminé par l'actualité.²⁰⁸

Selon le rédacteur en chef de la station, le téléphone portable a une importance capitale pour recueillir les informations.

« Le portable est l'appareil le plus important du journalisme radio. J'ai commencé à travailler ici comme stagiaire en 1995. Le développement de l'utilisation du téléphone portable, nous faisait penser qu'il pourrait être utilisé pour transmettre les informations à la radio. C'est différent en Occident. Là-bas, il y avait des engins d'enregistrement plus lourd dès les années soixante-soixante-dix. Le portable me permet de transmettre des infos en très peu de temps. C'est possible aussi pour la télévision, mais il n'y a pas la chaleur de la radio. »²⁰⁹

« Je communique avec un téléphone portable. Il est possible avec le portable de suivre la diffusion et d'entrer dans la diffusion. C'est formidable! C'est très facile de transmettre des informations à la radio par portable. »²¹⁰

Il est certain que le téléphone portable est un moyen très important en ce qui concerne la rapidité à l'accès et à la transmission de l'information. Mais le fait que

²⁰⁷ Entrevue avec E. Orhun, Power Groupe, Istanbul, 24 Juin 2003.

²⁰⁸ Entrevue avec A. Altıntaş, Rédacteur-Présentateur, Best FM, Istanbul, 10 Juin 2003.

²⁰⁹ Entrevue avec M. Ayan, Best FM, Istanbul, 10 Juin 2003.

²¹⁰ Entrevue avec S. T. Toça, Reporter-Présentateur de Best FM, Istanbul, 10 Juin 2003.

très peu de radios possèdent leur propre reporter que ces reporters travaillent aussi pour la télévision empêche la radio de devenir un moyen d'information rapide.

E) Technologie Et Commercialisation

Toutes les rédactions de radio visité utilisent l'ordinateur. Les informations sont transmises par les agences par voie de satellite aux ordinateurs et les éditeurs reformulent les informations choisies selon les principes de leur radio. En dehors des bulletins diffusés par les agences, les rédactions consultent aussi les sites d'information turcs et étrangers. Mais les étapes de préparation, de rédaction (ou re-rédaction) et de correction- contrôle sont souvent réalisées par les mêmes personnes.

Le développement de l'usage de téléphone portable a été comme nous l'avons vue, un facteur important facilitant l'accès à l'information. Les innovations technologiques les plus importants pour la radio diffusion, apparues en Turquie dans les dernières années sont les systèmes d'automations dirigeants les diffusions à partir d'un seul ordinateur et les diffusions numériques. Toutes les sorties des diffusions des radios nationales sont numériques. Tous les techniciens et directeurs interviewés sont d'accord pour dire que la diffusion numérique augmente la qualité du son mais le fait que les récepteurs numériques ne soient pas très répandus diminue le nombre d'auditeur. Certains radios ne préfèrent pas utiliser le système d'automation :

« Nous utilisons un réseau d'ordinateur commun qui se trouve dans l'immeuble et non pas le RCS. De plus ce système n'est pas très convenable aux radios d'informations. Personnellement je préfère le système manuel qui réduit les erreurs. Les systèmes comme RCS sont chers, vous devez faire un paiement mensuel. Dans les systèmes informatisés vous pouvez vivre diverses difficultés comme par exemple les virus. Ici aussi nous avons un système informatisé. Lors que les disques durs est en panne la diffusion s'arrête. Pour cette raison Radio Eksen, il y a deux disques durs ou se trouve l'archive de musique. Lors que l'ordinateur est en panne, on ne peut pas accéder à l'archive, il faut alors intervenir manuellement. »²¹¹

²¹¹ Entrevue avec B. Devecioğlu, NTV Radio, Istanbul, 25 Juin 2003.

Les systèmes d'automations utilisés par les radios peuvent différer. Alors que certaines utilisent les programmes prêts achetés à l'étranger, d'autres se servent de systèmes de demi-automation préparée par leur propre équipe technique :

« Nous ne sommes passé à l'automation cela ne nous a pas paru nécessaire mais nous suivons de près la technologie de radio. Nous réalisons notre diffusion par ordinateur, nos archives se trouvent dans le disque dur. C'est une sorte de demi-automation. Nos DJ prennent un autre goût à jouer des morceaux sur CD. C'est comme le goût que l'on prend à lire une lettre plutôt qu'un e-mail. »²¹²

Le directeur technique de radio de groupe D explique ainsi le fonctionnement du système d'automation :

« C'est enregistré sur ordinateur et diffusé les CD et les publicités que normalement nous diffusons manuellement. Ainsi l'ordinateur fait le travail de trois ou cinq personnes. Nous employons ainsi moins de personnes et ceci empêche aussi les erreurs dues aux oublis. La qualité de la diffusion augmente. Avec ce système, et avec un personnel qualifié vous pouvez réduire de cinquante pour cent le nombre d'employé. »²¹³

La réduction de personnel dont il est question vise surtout les employés techniques. Ni l'utilisation d'ordinateur ni le système d'automation ni la diffusion numérique n'a cause de réduction de personnel dans la rédaction. Le fait que la rédaction soit limitée à trois-quatre personnes quel n'est pas de reporter est qu'ils utilisent les ressources de télévision de leur groupe et surtout due aux maigres revenus de publicités et donc à l'insuffisance des conditions matérielles et économiques. Les radios d'information n'ont plus ne possèdent pas de reporter et d'éditeur présentateurs en nombre suffisant. Certains des employés de rédaction interviewés ont affirmé les difficultés causées par ces conditions.

« Le nombre d'employés n'est pas suffisant. Il devrait y avoir cinq-six présentateurs de façon permanente. Le matin il y a un laps de temps ou

²¹² Entrevue avec C. Aksungur, Chef de Techniciens de TGRT FM, Istanbul, 11 Juin 2003.

²¹³ Entrevue avec G. Erata, Chef de Techniciens de Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

nous sommes que deux et nous devons même temps nous préparé à trois émissions et nous n'avons pas asses de temps.»²¹⁴

« Le nombre de personnel peut être suffisant pour que la situation continue ainsi... Mais nous étions plus nombreux. Le fait qu'il y a deux radios et que l'une d'entre elles soit une radio d'information nous cause pas mal de difficultés. Mais comme tous les employés ici ont des expériences, mais nous sommes fatigues, rien ne sera omit. Parfois il faut faire des interviews dans la rue mais si quelqu'un de la rédaction y va il y a un manque de personnel ici. »²¹⁵.

« S'il y avait un tremblement de terre maintenant le nombre de personnel ne sera pas suffisant. Ça l'était à une époque, ça ne l'est plus. »²¹⁶.

« Le personnel n'est pas suffisant. Il y a eu plusieurs licenciements, mais une fois que l'organisation est faite, ça marche. »²¹⁷.

« Nous travaillons avec une équipe très restreinte. Si ce n'était pas le cas un producteur d'émission ne présentera pas d'information. Je présente aussi les informations de l'insuffisance d'employé à la rédaction. ».²¹⁸

« Plus il y en a mieux c'est. Nous sommes six. Le besoin d'employés change par rapport à la place de la rédaction dans la radio. Ça aurait été préférable de travailler avec le reporter. »²¹⁹

« Je pense que six personnes serait suffisantes. Le présentateur au bout de quatre-cinq bulletins se fatigue mais s'il y avait deux personnes de plus ça sera mieux. Mais maintenant aussi nous y arrivons. »²²⁰

« Le nombre de personne n'est jamais suffisante. Les stations d'information, le plus souvent, utilisent les possibilités des chaînes de télé. J'ai vu

²¹⁴ Entrevue avec E. Erman, Editeur-Présentateur, Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

²¹⁵ Entrevue avec S. Dağistanlı, Editeur-Présentateur, Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

²¹⁶ Entrevue avec F. Yıldırım, Editeur-Présentateur, Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

²¹⁷ Entrevue avec E. Odabaşı, Editeur-Présentateur, Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

²¹⁸ Entrevue avec K. Tazeoğlu, Producteur-Présentateur, Radio 7, Istanbul, 15 Juillet 2003.

²¹⁹ Entrevue avec M. Toköz, Editeur-Présentateur, TGRT FM, Istanbul, 11 Juin 2003.

²²⁰ Entrevue avec N. Güçer, Editeur-Présentateur, TGRT FM, Istanbul, 11 Juin 2003.

aujourd'hui une enquête diffusée sur internet où ils demandaient quels seraient les médias de l'avenir. La radio obtenait 5% des voix. La radio ne connaîtra pas de développement, c'est en relation avec la structure de la société. Lorsque je dis que je travaille à la radio, les gens ne me prennent pas au sérieux jusqu'à ce que je sorte ma carte de presse, alors là tout le monde me regarde autrement. Les employés de la radio ne savent pas qu'ils peuvent obtenir une carte de presse et la société ne voit pas la radio comme une sorte de presse ». ²²¹

« Pour le moment ça marche. Nous avons encore besoin d'un présentateur. Je vois les journalistes de radios comme de vrais travailleurs. La fatigue se reflète sur leur voix et leur perception. C'est difficile de trouver des gens qualifiés. Ça fait deux mois que nous cherchons un éditeur- présentateur mais nous n'avons pas pu trouver une personne comme on veut. ». ²²²

La totalité des journalistes de radios que nous avons interviewés considèrent que le développement technologique est favorable pour le journalisme. Des développements tels qu'utiliser un ordinateur à la place de la machine à écrire, accéder aux textes des agences par satellite et non par fax, communiquer rapidement avec les téléphones portables, obtenir un son de meilleure qualité grâce à la diffusions digitale sont jugés important pour la pratique du métier. Mais nous avons aussi constaté que les développements techniques ne sont pas suivis par les journalistes de radio. Ceci est réellement en dehors du champ d'intérêt de la plupart des employés de rédaction. Dans aucune des radios visitées la table de diffusion n'est utilisée par les éditeurs ou présentateurs contrairement aux DJ. Mais la plupart pensent que les directions de leur radio prêtent de l'importance aux informations et investissent suffisamment du point de vue technologique, malgré le peu de temps accordé aux bulletins d'information, ce qui est parfois jugé naturel selon le type de radio.

« Ils donnent réellement de l'importance aux informations. Ils font très attention aux présentateurs et à l'exactitude de l'information ». ²²³

²²¹ Entrevue avec M. Ayan, Best FM, Istanbul, 10 Juin 2003.

²²² Entrevue avec A. Altıntaş, Best FM, Istanbul, 10 Juin 2003.

²²³ Entrevue avec S. Orhanlı, Radio 7, Istanbul, 15 Juillet 2003.

« Les informations sont très importantes pour TGRT FM. C'est devenu l'honneur de la radio. Nos bulletins sont réellement écoutés. Nous ne soutenons aucun parti et nos informations sont neutres. Nous n'avons qu'un seul parti pris, celui de nos valeurs nationales et morales ». ²²⁴

« Les informations ont vraiment de l'importance. Lorsque nous avons un besoin de ressource technique ou humaine, Cem Hakko, nous viens en aide ». ²²⁵

« Cela dépend des situations. Parfois je pense qu'il ne prêtent aucune importance à l'information et privilégient les émissions et le show. Mais par exemple, vous ne verrez ce moniteur dans aucune autre radio. Techniquement ils nous soutiennent beaucoup. Donc on ne peut pas dire qu'ils ne s'y intéressent pas du tout. Mais en fin de compte ce sont les émissions qui rapportent de l'argent ». ²²⁶

« Lorsque nous avons un besoin, il est couvert. Il y a quand même des bulletins d'info sur les trois radios. Sur Power Türk, le matin, il y a un bulletin toutes les trente minutes. Le slogan de cette station c'est « La musique d'abord ». Il aurait pu ne pas y avoir d'information. » ²²⁷

Une autre propriété importante des radios que nous avons analysées, est la diffusion des bulletins d'information principaux (le « 20 heure ») des chaînes de télévision auxquelles elles sont liées. Ceci existe depuis les deux-trois dernières années dans les radios nationales dont parmi celles que nous avons visité NTV, TGRT, Radio 7, Radio Foreks. La plupart des employés des rédactions ne semblent pas favorable à cette pratique.

« Ça ne me paraît pas très raisonnable étant donné la divergence de style entre Kanal D et Foreks. Mais en fin de compte il peut y avoir des gens qui veulent écouter, sur la route les bulletins télévisés. C'est peut-être une alternative, du genre « nous avons aussi ceci. » ²²⁸

²²⁴ Entrevue avec M. Toköz, TGRT FM, Istanbul, 11 Juin 2003.

²²⁵ Entrevue avec A. Karakoç, Groupe Power, Istanbul, 24 Juin 2003.

²²⁶ Entrevue avec T. Arslanalp, Groupe Power, Istanbul, 24 Juin 2003.

²²⁷ Entrevue avec E. Orhun, Groupe Power, Istanbul, 24 Juin 2003.

²²⁸ Entrevue avec F. Yıldırım, Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

« La diffusion des infos de Kanal D sur Foreks a suscité beaucoup de réactions. Ils disaient 'nous écoutons les informations de 19 heure et à cette heure-là nous ne voulons pas écouter des infos à propos des cirques ou des mannequins'. Nous sommes contre, mais nous ne pouvons rien dire parce que c'est la direction qui veut ça. Notre style est très différent. Sur Radio Foreks nous avons un regard plus universaliste. »²²⁹

« Le journalisme de radio est très différent parce qu'il est fait pour être écouté. La radio a un langage différent. Avant les informations étaient plus détaillées. Avec l'apparition des stations d'information et la concurrence entre celles-ci, le souci de passer des informations avant les autres chaînes a fait que la profondeur a disparue. La qualité a régressé. Il y a une concurrence entre les radios et les chaînes. Puis les chaînes d'informations sont entrées sur le terrain de la radio. NTV Radio a commencé à diffuser les infos de la chaîne NTV. Ce qui veut dire que les gens pouvaient suivre les diffusions de la chaîne NTV sans regarder la télé. Donc ils sont intervenus sur notre champ. C'est la même chose pour CNN Türk. Il y a une intervention à notre métier. En fait ce n'est pas de la radio qu'ils font. Ils disent 'chers téléspectateurs'. C'est pareil pour les émissions sportives. Ça pose beaucoup de problème. »²³⁰

« Les infos télévisées sont très ouvertes à la manipulation. Les images peuvent être trompeurs. Les infos sur les radios sont brèves mais on choisit des mots frappants. Notre façon de préparer les informations est très importante. Pas trop dans le style pompeux de l'Agence Anatolienne. Le journalisme de radio va gagner de l'importance dans les années à venir. Mais ceci demande du temps. Le journalisme de radio n'a pas encore réussi à bien fonctionner en Turquie. Les gens écoutent encore les informations télévisées par la radio. Je peux donner un exemple de nous même. L'heure où le niveau d'écoute de Radio 7 est le plus haut, c'est l'heure où nous nous connectons aux informations de Kanal 7. Pourquoi ? Parce que les gens sont trop liés à la télévision. Nous sommes une société dépendante de la télé et notre culture d'information a été formée avec la télévision. C'est-

²²⁹ Entrevue avec E. Odabaşı, Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

²³⁰ Entrevue avec M. Karlıdağ, Groupe D, Istanbul, 3 Juin 2003.

à-dire que nous ne prêtons pas vraiment d'attention aux autres sources d'informations que la télé. Il y a une guerre de concurrence pour obtenir le plus de téléspectateur de 18h 00 à 21h 00, à partir du moment où les informations commencent. Parce qu'ils savent que tout le monde sera devant son poste à ces heures-là. Certains transforment leur bulletin en spectacle. D'autres pour être frappant afin d'attirer les téléspectateurs diffusent des infos trompeuses. La société turque, lorsque l'on parle d'information, pense que la télé est la seule source et qu'il faut absolument suivre les infos par la télé. Les infos de radios leur paraissent trop sèches car il n'y a pas d'image. Nous sommes devenus une société dépendante de l'image. »²³¹

« Je ne pense pas que la diffusion des informations télévisées à la radio soit du journalisme de radio. Ça a des avantages. Si je suis un téléspectateur qui suit NTV, je voudrai aussi l'écouter par la radio. Mais je pense que ça ne va convient pas à la radio. Un auditeur d'information de radio voudra écouter des infos courtes et qui aient de l'effet. Je ne voudrai pas écouter les sons d'un studio que je ne vois pas. »²³²

Comme il est possible de le constater, l'accent est souvent mis sur le fait que les bulletins télévisés ne correspondent pas au langage de la radio. Cependant, un autre point qu'il faudrait souligner, plus que la divergence de langage des deux moyens de communication, c'est l'hégémonie de la télévision sur la radio. De sorte que, les radios, incapables de produire des informations sans les possibilités matérielles des chaînes de télévisions, furent à la fin obligée de se soumettre à la diffusion directe des informations télévisées. Si la cause de cette pratique peut être attribuée aux buts économiques des investisseurs, comment expliquer qu'une station comme Radio Foreks qui diffuse vingt quatre sur vingt quatre des informations et qui possède son propre style, insiste sur le fait de diffuser un bulletin télévisé « populaire » ? Ceci peut constituer le sujet d'une autre recherche prenant en compte les politiques internes des entreprises.

Le développement de la technologie utilisée dans les radios, permet aux investisseurs de réduire la force de travail. Mais le journalisme radio nécessite quand même un

²³¹ Entrevue avec K. Tazeoğlu, Radio 7, Istanbul, 15 Juillet 2003.

²³² Entrevue avec A. Altıntaş, Best FM, Istanbul, 10 Juin 2003.

minimum de force de travail. Alors que dans les radios de musique, le système d'automatisation permet d'effectuer une diffusion sans erreur sans avoir besoin d'employé. Les stations que nous avons choisies d'analyser dans le cadre de notre recherche, en tant que radios nationales, possèdent les moyens de financer une équipe de rédaction, même restreinte. Cependant avec crise économique qu'a connu la Turquie ces dernières années, la plupart des radios nationales ont dû réduire leurs dépenses. Par exemple NTV Radio et Radio Foreks ont réduit le nombre d'employé. Ce qui montre que en Turquie même si ce sont des stations d'information les radios nationales n'ont pas les moyens d'employer de larges équipes de rédaction. Et elles n'auraient sûrement pas les possibilités de diffuser d'information, si elles ne possédaient pas le soutien des médias appartenant aux mêmes groupes avec leurs piscines d'informations et leurs reporters.

Les employés de radio soulignent que la radio comme moyen d'information a encore un avenir et que la radio *ne mourra* jamais. Il serait peut-être possible d'affirmer que la radio n'a pas encore perdu la guerre qu'elle mène contre la télévision et les autres médias, mais qu'elle a pris des coups non négligeables. Il est vrai que la radio perd de plus en plus sa vocation à produire et à transmettre des informations. Comme nous l'avons souligné tout au long de notre recherche, ce processus a été principalement engendré par le fonctionnement à but lucratif de la diffusion commerciale et les facilités qu'ont apporté les nouvelles technologies et donc la possibilité de réduction de personnel. Certes, en dehors des ces facteurs que nous avons mis en relief, les pratiques de production et de consommation de la radio et des autres médias peuvent changer selon la structure sociale, le niveau de développement, les facteurs économiques et culturels. Dans ce travail nous avons surtout essayé de comprendre et d'éclairer la question avec des éléments plus matériels. Dans ce sens là nous pouvons donc affirmer en nous appuyant aux entretiens et au fonctionnement du processus de production et rédaction d'information, que malgré le fait que leur diffusion soit nationale, qu'elles appartiennent à de grands groupes de médias et qu'elles obtiennent la plus grande part des revenus de publicité distribués aux radios, l'information est d'une part une composante de la radio dont on ne peut se passer, mais d'autre part celle la plus négligée.

CONCLUSION

Durant l'histoire du XX. Siècle la radio a connu deux périodes distinctes. Dans la première moitié du siècle elle a vécu ses heures de gloire, d'une part en raison de la popularité dont elle bénéficiait comme moyen de communication tout récent, mais surtout grâce au rôle qu'elle joua dans la transmission d'information lors des premières et deuxièmes guerres mondiales. A partir des années cinquante, la découverte et le développement d'un nouveau médium, capable de projeter des images accompagnées de son jusque dans les foyers lui fit perdre l'importance qu'elle possédait auparavant et amorça son déclin.

L'intérêt que lui portaient les auditeurs s'affaiblit au fur et à mesure que le nombre de téléviseur augmentait et les émissions qu'il diffusait se diversifiaient. Après la conquête de l'Europe par la diffusion commerciale dans les années soixante-dix, en raison de la décroissance du nombre d'auditeur, et donc de *consommateur*, les investissements se réduisirent et les stations de radio furent contraintes à poursuivre leur diffusion en limitant au minimum leurs dépenses. Avec l'adoption de la logique de diffusion commerciale, les *informations*, ne pouvant être produites sans force de travail et ne rapportant guère de profit, occupaient de moins en moins de place dans les radios privées.

L'information ne peut être produite sans qu'il y ait des personnes qui la remarquent, qui fassent un constat sur les lieux de l'événement, qui l'enregistre, qui effectuent les recherches nécessaires, qui la rédigent et la présentent. Employer un nombre suffisant (au moins deux ou trois) de personne pour parvenir à réaliser ces tâches constitue certes, pour les radios privées, un poids financier. C'est pour cette raison que les informations

ne trouvent une certaine place que dans les stations thématiques d'information ou bien au sein des stations qui appartiennent aux groupes de média et pouvant bénéficier de leur piscine d'information.

La radio est surtout vue de nos jours comme une *boîte à musique*. Il existe, bien sûr plusieurs facteurs qui pesèrent sur la quasi-omniprésence de la musique à la radio. Cependant les investisseurs qui agissent selon des buts lucratifs y jouent un rôle primordial.

En Turquie, lorsque les radios privées commencèrent leurs diffusions, l'opinion générale était que l'idéal de la « libre diffusion » allait en fin se réaliser. Pourtant, les intellectuels qui appelèrent à protester en portant des cordons noirs contre la fermeture de ces radios quelques années plus tard, sont aujourd'hui ceux qui peuvent le moins se faire entendre sur les ondes. Dans un milieu médiatique régit par la logique commerciale, nous pouvons constater que les stations surtout nationales sont partagées entre quelques groupes de média et hommes d'affaire. De plus, à la place de faire entendre les voix des différents secteurs de la population, et de contribuer ainsi à la démocratie, ces radios, tel qu'il est possible de l'observer par les contenus de leurs émissions et de bulletins d'information, tendent à produire un effet uniformisateur.

Comme nous l'avons souligné tout au long de notre travail, le facteur déterminant le caractère principal des bulletins d'informations des radios est la *commercialisation*. Cette logique commerciale, prenant à ses côtés la technologie, intervient dans les pratiques de production d'information, les conditions de travail des rédactions, la place et la durée accordées aux bulletins d'information. La réduction des sources d'information due au non emploi de reporters intensifie la dépendance aux agences et aux chaînes de télévision et conduisent à une standardisation.

Sur ce sujet-là deux concepts importants ont surgit durant les dernières années : convergence et diversité. L'utilisation d'un même contenu par la télévision, la radio et internet, rendu possible par le développement technologique, à pour effet de réduire la diversité des diffusions, comme par exemple la diffusion des bulletins télévisés par radio puis aux quatre coins du monde par internet.

Lors des entretiens et des observations que nous avons effectués dans six stations de radio nationales nous avons essayé de comprendre quelles sont les conditions qui déterminent la production d'information et quelles sont les étapes par lesquelles passe cette production. Tels sont les principaux résultats auxquels nous sommes parvenus à la suite de nos recherches :

- La plupart des radios nationales se trouvent au sein de grands groupes de média. Même si elles ont été fondées comme entreprises distinctes, ces stations appartiennent à des groupes possédant aussi des chaînes de télévision et des quotidiens. Les sources d'informations utilisées sont principalement les bulletins télévisés et les reporters de ces chaînes. Alors que les journalistes de radio se montrent défavorables aux diffusions des bulletins télévisés, les directions insistent sur la nécessité de cette pratique.
- Les personnes travaillant dans les rédactions des radios et que l'on nomme « journaliste » sont en fait appelés « éditeur-présentateur ». Leur tâche est de réédiger les textes qu'ils sélectionnent parmi ceux diffusés par les agences selon les critères de leur radio et de les lire lors des bulletins. Dans certaines radios, ces personnes sont en même temps responsables d'émissions.
- Il n'existe aucune spécialisation autour de thèmes précis. Les informations concernant des domaines comme la politique, le sport, l'économie sont réparties au hasard. L'obstacle principal à la spécialisation est l'insuffisance du nombre d'employé de rédaction. Alors que les radios tendent de plus en plus à une thématisation dans leur diffusion, les journalistes de radio sont contraints à maîtriser divers domaines et à assumer plusieurs tâches à la fois.
- Mis à part les radios d'information comme Radio Foreks et NTV Radio, les autres stations nationales consacrent un certain temps aux bulletins d'information. La diffusion d'information sur une radio de musique comme Power FM montre bien qu'on ne peut y renoncer facilement. L'importance de la radio comme moyen d'information fut redécouverte dans les journées d'août

1999, à la suite du tremblement de terre d'Izmit, qui s'était fait sentir dans un large périmètre de l'ouest de la Turquie.

- Nous avons aussi constaté que toutes les stations utilisaient comme source d'information, en dehors de l'Agence Anatolienne, les chaînes NTV et CNN Türk. Ces chaînes de télévisions, tout le temps allumées, constituent une sorte d'agence d'information où les rédactions peuvent prendre les informations de dernière minute.
- Les systèmes d'automation utilisés dans les radios, ont des effets jugés négatifs par les éditeurs-présentateurs. La durée de temps accordée aux bulletins d'information étant fixée à l'avance, les présentateurs sont contraints à ne strictement pas dépasser cette durée.
- Cependant, les développements technologiques sont en général bien reçus par les éditeurs-présentateurs. Ces innovations permettent de transmettre les informations le plus rapidement possible et sans problème de diffusion, ce qui constitue pour eux le principal. Pour eux, ces développements ne sont et ne seront pas un obstacle pour l'avenir de la profession.

Cette recherche sur les pratiques de production d'information que nous avons effectuées dans les rédactions des radios nationales a pour objectif d'exposer les conditions de cette production dans un système régi par la loi du profit et le rôle du développement technologique dans ce contexte. Les résultats que nous avons obtenus ne permettent pas d'être très optimiste. Ayant perdu la capacité de produire ses propres informations, la radio est désormais une composante du mécanisme de production d'information uniforme et reste en cela sous l'ombre de la télévision et d'internet.

ANNEXE 1

TABLEAU (3)

Tableau Comparatif des Principales Propriétés Des Radios Etudiées

Les Radios	N.P.R.	N.P.A.	N.P.T.	Les Horaires de Bulletin	Durée De Bulletin	Diffusion Commune avec TV	Les Sources D'Information
Power FM	7	33	40	Chaque Heure	1 Minute 15 s.	Il n y a pas	Anadolu A., IHA, Reuters, CNN, AFP, Internet
Radio Foreks	6	14	20	Chaque Demi Heure	15-30 minute	Le vingt heures	Anadolu A., Reuters, Doğan H.A., NTV et CNN Türk TV
NTV Radio	2	5	8	Chaque Quart Heure	5-30 minute	Moitie d'émission	Anadolu A., IHA, CIHA, NTV Info Piscine
TGRT FM	4	96	100	Chaque Heure	5-15 minute	Le vingt heures	Ihlas A., Anadolu A., CNN Türk et NTV TV, Internet, Reporter de TGRT
Radio 7	3	17	20	Chaque Heure	4 minute	Le vingt heures	Anadolu A., Kanal 7 NTV et CNN Türk TV, La Presse, Internet
Best FM	6	19	25	Chaque Heure	5-20 minute	Il n y a pas	Anadolu A., Reporter, Fax

N.P.R: Nombre du personnel de la rédaction

N.P.A: Nombre du personnel des autres départements.

N.P.T: Nombre du personnel total.

ANNEXE (2)

A) Questions Posées Aux Membres des Directions de Radio

1) Questions Générales

- Quel est votre nom ?
- Quelle est votre position dans la radio ?
- Depuis combien de temps êtes-vous dans la radio ?
- Selon vous, quels sont les principaux changements qui ont eu lieu dans les radios privées ?
- Pensez-vous que les radios privées ont pu apporter une nouvelle conception de journalisme par rapport à TRT ?
- Pensez-vous que les investissements fait dans les rédactions sont suffisants ?

2) Question Sur Les Structures de Propriété et Les Situations Financières des Radios ?

- A qui appartient la radio ?
- Est-que la radio (en général) rapportent du profit ?
- Est-que les informations sont une source de profit pour les radios ?

3) Question Concernant Le Personnel de Radio

- Combien de personnes travaillent dans votre radio ?
- Quels sont les différentes postes de direction et de rédaction ?
- Combien de personnes sont employées à la rédaction ?
- Pensez-vous que ce nombre est suffisant ?

4) Genre de Diffusion et Types d'émission

- Quel est le genre de diffusion de votre radio ?
- Quels sont les raisons de ce choix ?
- Pensez-vous opérer un changement concernant ce sujet ?
- Est-ce que les exigences et demandes des auditeurs ont une influence sur ce choix ?
- Quels sont les types d'émissions préférés ?
- Est-ce que les niveaux des revenus de publicité ont une influence dans les choix des émissions ?
- Les bulletins d'information font-ils parties des émissions les plus écoutées ?

B) Questions Posées Aux Journalistes

1) Questions Générales

- Quel est votre nom ?
- Quelle est votre position dans la radio ?
- Depuis combien de temps êtes-vous dans la radio ?
- Selon vous, quels sont les principaux changements qui ont eu lieu dans les radios privées ?
- Pensez-vous que les radios privées ont pu apporter une nouvelle conception de journalisme par rapport à TRT ?
- Pensez-vous que les investissements fait dans les rédactions sont suffisants ?

2) Fonctionnement de La Rédaction

- Quelle sont les fréquences de diffusion de bulletins d'information et combien de temps durent -ils ?
- Combien de personnes travaillent à la rédaction ?
- Quelles sont vos sources d'information ?

- Comment et par qui sont préparés les bulletins d'informations ? Par qui sont-ils présentés ?
- Employez-vous des reporters ?
- Les informations sont-elles contrôlées après leur rédaction ?

3) Usage de Technologie

- Quels sont les avantages et désavantages de l'usage de l'ordinateur dans la préparation des bulletins ?

4) Niveau d'importance Accordée Aux Informations

- Pensez-vous que dans la radio où vous travaillez, les bulletins d'information bénéficient d'une importance suffisante ?
- Quelles sont les insuffisances et leurs causes ?
- Pensez-vous que l'équipe de rédaction est suffisante qualitativement et quantitativement ?
- Que pourrez-vous dire à propos de vos conditions de travail ? (heures de travail, salaire, sécurité sociale...)

5) Avenir du Journalisme de Radio

- Certaines stations diffusent directement les bulletins télévisés, qu'en pensez-vous ?
- Bénéficiez-vous de l'importance et du respect que vous méritez étant journaliste de radio ?
- Il est prévu que dans l'avenir tous les médias seront rassemblés dans un seul ordinateur. Selon vous, Quel en seront les effets sur le journalisme de radio ?

C) Questions Posées Aux Techniciens

- Utilisez-vous le système d'automatisation à la radio ?
- Comment fonctionne ce système ?
- Quels sont les avantages ?
- Que pouvez-vous dire à propos de la diffusion numérique ?
- Quel est le champ de diffusion de votre radio ?
- Combien possède-t-elle d'émetteurs ?
- Combien y a-t-il des studios ?
- La technologie utilisée à la radio est-elle chère ?
- Les technologies utilisées à la radio sont-elles chères?
- Pensez-vous que la développement technologique réduit le besoin de force de travail?



ANNEXE (3)

FREQUENCES ET ADRESSES INTERNET DES RADIOS ETUDIEES

A) Radio Foreks: 95.3

www.kanald.com.tr

B) Radio 7: 104.6

www.radyo7.com.tr

C) TGRT FM: 93.1

www.tgrt-fm.com

D) Best FM: 98.4

www.bestfm.com.tr

E) Power FM: 100.0

www.powerfm.com.tr

F) NTV Radio: 102.8*

www.ntvmsnbc.com

* Les fréquences citées sont valables pour Istanbul. Elles peuvent changer pour les autres villes.

BIBLIOGRAPHIE**A) OUVRAGES GENERAUX**

AKIN Mustafa, *Altın Makas RTÜK*, Istanbul, Kitabevi Yay., 2002.

ALBERT Pierre, Tudesq André -Jean, *Histoire de la Radio-Télévision*, Vendome, QSJ?, 1995.

ALTUNBAŞ Hüseyin, *Radyo Reklamcılığı*, Konya, Tablet Yay., 2003.

AZİZ Aysel, *Radyo ve Televizyona Giriş*, Ankara, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yay., no: 393, 1976

-----*Radyo Yayıncılığı*, Ankara, Nobel Yay., 2002.

-----*Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı*, Ankara, TRT Yay., 1999.

BAMBERGER Manuel, *La Radio en France et en Europe*, Paris, QSJ?, 1997.

BARBIER Frédéric, LAVENİR Catherine, *Histoire des Médias de Diderot à Internet*, Paris, Armand Colin, 1996.

BARNARD Stephen *Studying Radio*, London, Arnold, 2000.

BORATAV Korkut, *Türkiye İktisat Tarihi*, Istanbul, Gerçek Yay., 1993.

BRETON Philippe, PROULX Serge, *L'Explosion de la Communication*, Paris, La Découverte/Poche, 1996.

- CANKAYA Özden, *Dünden Bugüne Radyo Televizyon*, İstanbul, Beta Yay., 1997.
 -----TRT, *Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi*, İstanbul, Yapı Kredi Yay., 2003.
- CAROL Raymond, *Les Médias*, Paris, Presses Universitaires de France, 1991.
- CAZENEUVE Jean, *Sociologie de la Radio-Télévision*, Paris, QSI?, 1986.
- CHARDON Jean-Marc, SAMAIN Olivier, *Le Journaliste de Radio*, Paris, Economica, 1995.
- CRESSON Yves, RIBOREAU Guy, *Radyo Teknikleri*, İstanbul, İ.Ü. İletişim Fak. Yay., 1998.
- CROOK Tim, *International Radio Journalism*, London, Routledge, 1998.
- ERTUĞ Hasan Refik, *Radyo İşletmeciliği ve Meseleleri*, İstanbul, Güven Basımevi, 1951.
- El, Dil, Göz, Kulak: İletişim İşim*, İstanbul, Yapı Kredi Yay., 1995.
- FANG Irving, *A History Of Mass Communication*, USA, Focal Press, 1997.
- İNCEOĞLU Yasemin, *Uluslararası Medya*, İstanbul, Der Yay., 1997.
- KAPTAN Ali, 1927'den *Günümüze Anılarla Radyo Televizyon*, İstanbul, T.C. Maltepe Üniversitesi Yay., no:14, 2002.
- KOCABAŞOĞLU Uygur, *Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna*, Ankara, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Yay., no: 442, 1980.
- KOLOĞLU Orhan, *Osmanlı'dan Günümüze Türk Basını*, İstanbul, İletişim Yay., 1992.

LAVENİR Catherine Bertho, *La Démocratie et Les Médias au 20. Siècle*, Paris, Armand Colin, 2000.

LAX Stephen, *Beyond The Horizon*, UK, University Luton Press, 1997.

Legal guide to Audiovisual Media in Europe ed. by European Audiovisuel Observatory, Strasbourg, 1999.

LEWIS Peter M., BOOTH Jerry, *The Invisible Medium, Public, Commercial and Community Radio*, China, Macmillan, 1989.

MARTIN M., GELBER L., *Dictionary of American History*, USA, Littlefield Adams&Co, 1956.

MATHE Michel, *La Radio*, Toulouse, Edition Milan, 1995.

MUTLU Erol, *Televizyon ve Toplum*, Ankara, TRT Yay.,1999.

OSKAY Ünsal, *Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon*, Ankara, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yay., 1971.

PEKMAN Cem, *Televizyonda Özelleşme*, Istanbul, Beta Yay.,1997.

Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Ankara, 2002.

SABBAGH Antoine, *La Radio-Rendez-Vous Sur les Ondes*, Evreux, Découvertes-Gallimard,1995.

SÖYLEMEZ Alev, *Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği*, Istanbul, Haberal Eğitim Vakfi Yay., 1998.

STEPHENS Mitchell, *A History of News*, USA, Harcourt Brace & Company, 1997.

THOVERON Gabriel, *Histoire des Médias*, Paris, Edition du Seuil, 1997.

TEKİNALP Şermin, *Elektronik Kitle İletim ve Değişim*, İstanbul, Beta Yay., 1990.

TOUSSAINT Eric, *Ya Paramı Ya Canını*, Trans. By. Maral Berberyan, İstanbul, Yazın Yay., 1999.

TİMİSİ Nilüfer, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Ankara, Dost Yay., 2003.

VIVIAN John, *The Media of Mass Communication*, USA, Allyn and Bacon, 1998.

YAZICI Ali Nihat, *Kamu Yayın Kurumları ve Yeniden Yapılanma*, TRT Yay., Ankara, 1999.

Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, İstanbul, Der: Sevda Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yay., 2003.

ZÜRCHER Eric Jean, *Modernleşen Türkiye'nin Tarihi*, İstanbul, Trans. By. Yasemin Saner Gönen, İletişim Yay., 2000.

B) ARTICLES

ADAKLI Gülseren, "Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol", *Medya Politikaları*, Ankara, İmge Yay., 2001.

ATABEK Ümit, "Yeni iletişim Teknolojileri", *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*, İstanbul, Ed. Sevda Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yay., 2003.

BARDOEL Jo, "Beyond Journalism: A profession Between Information Society and Civil Society", *European Journal of Communication*, Vol. 11(3): 283-302, 1996

BAYDAR M.Çetin, "Türkiye Özel Radyoculuğu", Ankara, *Yeni Türkiye, Medya Özel Sayısı*, c.II, 1996.

CANKAYA Özden, "Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Yasal Gelişimi", *2000'li Yıllara Doğru Türkiye'de Televizyon*, İstanbul, Ed. Emir Turam, Altın Kitaplar Yay., 1996.

CANKAYA Özden, “Türk Radyoculuğunun Gelişimi”, İstanbul, *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, Cilt:14, İletişimYay., 1995.

CURRAN James, “Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme” *Medya Kültür Siyaset*, Ankara, Ed. Süleyman İrvan, Ark Yay., 1997.

CRISELL Andrew, “Radio: Public Service, Commercialism and the Paradox of Choice”, *The Media: An Introduction*, Ed. A. Briggs, P. Cobley, London, Longman, 1998.

CEM İpek, “E-Girişim”, *Sabah Gazetesi*, 26 Février 2000.

ÇALIŞLAR İpek, “Türkiye’de Radyo Haberciliğinin Gelişimi”, *Radyo ve Radyoculuk*, İstanbul, Ed. Sevdalankuş, IPS İletişim Vakfı Yay., 2003.

ÇATALBAŞ Dilruba, “Sayısal Gelecek ve Kamu Hizmeti Yayıncılığı: Çözumsuz bir denklem mi?”, *II. İletişim Kongresi*, 25 Mai 2001.

DEERY June, “TV. Com: Participatory wiewing on the Web”, *Journal Of Popular Culture*, Vol: 37, Iss: 2, Novembre 2003.

“Examining Convergence Methods”, *The Quill*, Chicago, 2002.

GEORGE Eric, “Radyonun Yeni Hizmeti”, *Medya Dünyası*, İstanbul, İletişim Yay., 1992.

GUIBERT, Edouard , “Telekomünikasyon Araçları, Gösteri ve Basın Kavşağında Radyo Meslekleri” *Medya Dünyası*, İstanbul, Trans by. Oya Tatlıpınar, İletişim Yay., 1992.

GUREVITCH Michael, LEVY Mark R., ROEH Itzhak, “The global newsroom: convergences and diversities in the globalization of television news”, *Communication and Citizenship*, Ed. Peter Dahlgren, Colin Sparks, London, 1997.

GÜLİZAR Jülide, “Türkiye Radyoları” , *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, Cilt: 10, İletişim Yay., İstanbul.

GÖKÇE Deniz, “Dijital Radyo Geliyor mu?”, *Akşam Gazetesi*, 18 Mars 2002.

HARDT Hanno, "Conflicts of Intrest: Newsworkers, Media and Patronage Journalism" in *Media Power, Professionals and Policies*, London, Ed. Howard Tumber, Routledge, 2000.

KOCABAŞOĞLU Uygur, "Radyo", *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, İstanbul, Cilt: 10, İletişim Yay., 1995.

MUTLU Erol, TUNCEL Hakan, "İletişim", İstanbul, *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, 13. Cilt, İletişim Yay., 1995.

SOYDAN Ersoy, "Dünya'da Alternatif Radyoculuk", *Broadcast Türkiye*, No:18, August 1998.

SÖNMEZ Mustafa, "Yabancı sermaye: 1980-1995 Bilançosu", İstanbul, *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, 12. Cilt, İletişim Yay., 1995.

SÖYLEMEZ Mustafa, "Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Sonuçları", *Birikim*, Décembre 1996.

TUNCEL S. Hakan, "Yeni İletişim Teknolojilerinde Yöndeşme ve Yerel Medya", *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*, İstanbul, Ed Sevda Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yay., 2003

C) SITES INTERNET

http://whatis.techtarget.com/definition/0,,sid9_gci211837,00.html, (Octobre 2003)

<http://www.rd.org.tr>, (Novembre 2003).

"Cevat Özel, 4756 Sayılı Kanun",
<http://hukukcu.com/bilimsel/kitaplar/4756inceleme.htm>, (Octobre 2003).

"Anayasa Mahkemesinin Yürürlüğü Durdurma Kararı",
<http://www.belgenet.com/yasa/4756-y.html>, (Octobre 2003).

“RTÜK Yasasında Değişiklik Yapan Yasa...”
http://belgenet.com/arsiv/rtuk_04.html, (Octobre 2003).

“Ömer Madra ile Söyleşi” , <http://www.dergibi.gen.tr/radyo/acik.html>. (Octobre 2003)

“Kanun no: 4676”, <http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k4676.html>, (Avril 2003).

[http:// www.rtuk.org.tr](http://www.rtuk.org.tr) (Avril 2003)

[http:// www.trt.net.tr](http://www.trt.net.tr) (Avril 2003)

<http://www.dmg.com.tr>, (Mai 2003).

<http://www.numberone.com.tr>, (Mai 2003).

<http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/geos/tu.html>., (Mai 2003).

“Gazeteciler Sendikası Başkanı ZiyaSonay’la Söyleşi”,
<http://www.tgs.org.tr/documents/medya/med2000-01.html>, (Mai 2003).

<http://www.showradyo.com.tr>, (10 Février 2004)

<http://www.marmararadyo.tv>, (10 Janvier 2004).

<http://www.radyomydonose.com.tr>, (10 Janvier 2004).

<http://www.radyoklas.com.tr>, (10 Janvier 2004).

<http://www.bestfm.com.tr>, (10 Janvier 2004).

<http://www.radyoviva.com.tr>, (10 Janvier 2004).

<http://www.akradyo.com>, (10 Janvier 2004).

<http://www.tgrt-fm.com.tr>, (10 Janvier 2004).

<http://www.ntv.msnbc.com>, (10 Janvier 2004).

<http://www.meltemradyo.com.tr>, (10 Janvier 2004).

<http://www.bddk.org.tr>. (12 Avril 2004).

D) ENTREVUES

Président de RATEM, Coordinateur Général de Power Groupe, Dursun Güteryüz, Istanbul, (Nisan 2003 et Nisan 2004).

Ingénieur de TRT, Süleyman Gündoğan, Istanbul, (1 Avril 2003).

Département de Production, Power FM, Selim Yegin, Istanbul, (25 Mars 2003).

Rédacteur En Chef, Kozmos Radio, Ersoy Dede, Istanbul, (30 Mai 2003).

Sous-Coordinateur Général, Radios de Groupe D, Özlem Yaşarlar, Istanbul, (3 Juin 2003)

Directeur Général de Diffusion, Radio 7, Ferman Karaçam, Istanbul, (15 Juillet 2003).

Directeur Général de Diffusion, TGRT FM, Bahattin Apak, Istanbul, (11 Juin 2003).

Directeur Général de Diffusion, NTV Radio, Barbaros Devocioğlu, Istanbul, (25 Juin 2003).

Directeur Général de Diffusion, Best FM, Güçlü Mete, Istanbul, (10 Juin 2003).

Coordinateur de Rédaction, Power Groupe, Arzu Karakoç, Istanbul, (24 Juin 2003).

Rédacteur en Chef, Best FM, Mehmet Ayan, Istanbul, (10 Juin 2003).

Editeur-Présentateur, Groupe D, Ece Erman, Istanbul, (3 Juin 2003).

Editeur-Présentateur, Groupe D, Ebru Odabaşı, Istanbul, (3 Juin 2003).

Editeur-Présentateur, Radio 7, Sevil Orhanlı, Istanbul, (15 Juillet 2003).

Présentateur-Producteur, Radio 7, Kahraman Tazeoğlu, Istanbul, (15 Juillet 2003).

Chef de Techniciens, Radio 7, Ferhat Karasu, Istanbul, (15 Juillet 2003).

Editeur-Présentateur, TGRT FM, Mustafa Toköz, Istanbul, (11 Juin 2003).

Editeur-Présentateur, TGRT FM, Nurdan Güçer, Istanbul, (11 Juin 2003).

Editeur-Présentateur, Power Groupe, Ersen Orhun, Istanbul, (24 Juin 2003).

Editeur-Présentateur, Power Groupe, Tunç Arslanalp, Istanbul, (24 Juin 2003).

Editeur-Présentateur, D Groupe, Sorel Dağistanlı, Istanbul, (3 Juin 2003).

Editeur-Présentateur, D Groupe, Ferda Yıldırım, Istanbul, (3 Juin 2003).

Editeur-Présentateur, D Groupe, Mahmut Karlıdağ, Istanbul, (4 Juin 2003).

Rédacteur en Chef, TGRT FM, Ata Arvas, Istanbul, (11 Juin 2003).

Reporter-Présentateur, Best FM, Salih Tuncer Toça, Istanbul, (10 Juin 2003).

Editeur-Présentateur, Best FM, Aynur Altıntaş, Istanbul, (10 Juin 2003).

Chef de Techniciens, TFRT FM, Cüneyt Aksungur, Istanbul, (4 Juin 2003).

D Grubu Radyolar Teknik Müdürü Gökhan Erata (4 Juin 2003).



Prof. Dr. Merih Zellioglu

M. Zellioglu

Prof. Dr. Özden Cankaya

O. Cankaya

Doç. Dr. Cengiz Pekalan

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