

UNIVERSITE GALATASARAY
Institut des Sciences Sociales
Département de Communication

**LA NOUVELLE STRUCTURE DES MEDIAS ET LE METIER DE
REPORTER EN TURQUIE : UNE ETUDE SOCIOLOGIQUE SUR LES
PRATIQUES PROFESSIONNELLES DES REPORTERS EN TURQUIE**

145976

Hamdi Serhat GÜNEY

Directrice de recherche: Doç. Dr. Hülya Uğur TANRIÖVER

Memoire pour l'obtention du DEA
Journalisme de Radio et de Télévision

Juin, 2004

TABLES DE MATIERES

INTRODUCTION

PREMIERE PARTIE – LE JOURNALISME ET LA PRODUCTION DE L'INFORMATION

Chapitre I. L'information : la 'réalité' ou sa représentation ?

Chapitre II. Le journal télévisé

Chapitre III. Les responsabilités journalistiques et les normes professionnelles

Section I - L'objectivité

Section II - La véracité

Section III - L'exhaustivité

Chapitre IV. Les standards de la pratique de reportage

DEUXIEME PARTIE – LA PRESENTATION DES ETUDES SOCIOLOGIQUES SUR LES JOURNALISTES

Chapitre I. La Sphère Subjective

Section I - L'influence des effets temporels et culturels

Section II - L'influence des critères personnels

Chapitre II. La Sphère Organisationnelle

Section I - L'approche « organisation sociale »

Section II - L'approche « compréhensive »

Section III - L'approche « objectiviste »

Chapitre III. La Sphère Extérieure

TROISIEME PARTIE - L'ANALYSE STRUCTURELLE DES MÉDIAS EN TURQUIE

Chapitre I. Transformation et commercialisation des médias

Chapitre II. Les transformations structurelles dans les médias en Turquie

Section I - Les spécificités de l'ancienne structure de propriété dans le média

Section II - La nouvelle structure de propriété dans les médias turcs

Chapitre III. Les conséquences de la concentration dans les médias turcs

**QUATRIEME PARTIE - L'ANALYSE DES PRATIQUES
PROFESSIONNELLES DES REPORTERS DE TÉLÉVISION EN TURQUIE**

Chapitre I. L'analyse de la sphère subjective

Section I – Une profession ou une mission ?

**Section II - La source de motivation : processus de production ou produit
soi-même ?**

Section III – Esprit amateur

Section IV - Impartialité ou conscience ?

Chapitre II. L'analyse de la sphère organisationnelle

Section I - La pratique de reportage est-elle en voie de disparition ?

Section II – La transformation des relations organisationnelles

Section III - Le milieu le plus exploité

Chapitre III. L'analyse de la sphère extérieure

Section I - Une relation de coopération avec les sources

Section II - Une relation occasionnelle avec le public

**CONCLUSION
ENTRETIENS RÉALISÉS
LISTE DES TABLEAUX**

INTRODUCTION

La société post-industrielle se caractérise par les profondes transformations définies par les concepts de mondialisation, de marché, de politiques monétaires, de bourse, de transferts financiers, de conjonctions des groupes industrielles, de médias, d'Internet, d'âge d'information, etc.... Tous ces concepts mettent spécifiquement l'accent sur l'essor d'une manière de pensée économique et technique. Dans ce sens, le début des années soixante-dix est marqué dans la plupart des pays occidentaux par une forte concentration industrielle. Etant donné que l'évolution technologique impose une production en série, et donc une augmentation très importante du capital fixe, on est passé d'un marché assez largement concurrentiel à un marché oligopolistique où les grands groupes financiers, en contrôlant largement la production et la distribution, ont occupé une position nettement dominante. De plus, la concentration est plus forte dans les industries culturelles que dans le restant de l'économie.¹ Dans ce cas de figure, on peut parler de la transformation des entreprises de presse en groupes multimédias et multinationaux et de nombreux rachats et fusions parmi les sociétés de médias. Donc, on peut expliquer la mondialisation, phénomène majeur et déterminant de notre époque, en fonction de deux paradigmes qui structurent notre manière de penser : la communication et le marché.² Le paradigme de communication peut se définir par la substitution des médias de masse au contrôle public, depuis l'école jusqu'à l'entreprise, du gouvernement à la justice, dans tous les domaines et pour toutes les institutions. Quant au paradigme de marché, on peut dire que tous les secteurs d'activité agissent en fonction des « lois » du marché qui se caractérisent par : le profit, les bénéfices, la rentabilité, la concurrence, la compétitivité, etc. Dans ce sens, on peut dire que les médias de masse ont de plus en plus un rôle déterminant sur les relations et institutions sociales. Les médias de masse représentent aussi les « lois » du marché et ils imposent le paradigme de marché à toutes les institutions et relations sociales et à tous les secteurs d'activité.

La Turquie n'a pas été épargnée par la restructuration du marché culturel. La structure du système médiatique a subi de profondes modifications notamment

¹ Patrice Flichy, *Les industries de l'imaginaire*, Grenoble, Pug, 1991, p.149.

² Ignacio Ramonet, *Nouveaux Pouvoirs, Nouveaux Maîtres du Monde*, Québec, Éditions Galilée, 1997, p.9.

depuis les années quatre-vingts. On peut dire que la structure de propriété de l'après 80 se caractérise par le processus de déréglementation du système monopolistique et la naissance des chaînes de TV et de radios commerciales. Ce processus marquait un nouveau système économique où l'Etat a cédé le contrôle du marché au capital. Du côté des médias, ce mouvement de restructuration est plus visible dans le domaine audiovisuel, même si les transformations structurelles commencent en fait par les changements de la structure de propriété de la presse écrite. Dans ce sens, on voit à que les grands groupes industriels, en utilisant les nouvelles possibilités économiques, qui découlent tout naturellement des politiques néo-libérales en vigueur depuis les années 80³, ont trouvé l'occasion d'infiltrer le secteur de presse et ont liquidé de plus en plus l'ancienne structure de propriété qui était, depuis longtemps, sous l'emprise des familles de journalistes. Les nouveaux propriétaires des journaux ont transformé les entreprises organisées autour du journal en grands groupes de média intégrés verticalement et horizontalement, c'est-à-dire une transformation inéluctable des entreprises de presse en groupes multimédias et en oligopoles⁴.

Ce que cette recherche se propose de faire, en portant spécifiquement l'attention sur l'exercice récente du journalisme, c'est d'observer comment les changements de pouvoirs, de ceux qui contrôlent la production et la distribution de la culture, affectent le processus de production des informations et leurs contenus. En d'autres termes, dans le contexte d'économie politique de la production culturelle, on cherche à découvrir les nouvelles fonctions et situations des reporters de télévision et à analyser les changements survenus dans la pratique de reportage face aux transformations structurelles des médias turcs. Cette étude se situe par conséquent dans le domaine de la sociologie des médias d'autant qu'il s'agit des pratiques professionnelles des reporters. Dans ce sens, il nous semble nécessaire d'appuyer sur une approche sociologique pour bien saisir les normes professionnelles en vigueur, la conception de rôle, les valeurs partagés, les relations de travail au sein de l'entreprise et les rapports avec les sources et avec le public, etc., parce que l'analyse du système médiatique du point de vue de la structure économique reste en peu courte et

³ On va passer en revue les caractéristiques de la structure de propriété des médias des années avant et après 80 dans les pages suivants.

⁴ Gülseren Adaklı, « Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol », in Beybin kejanlıoğlu et alii, *Medya Politikaları*, Ankara, İmge Kitabevi, 2001, p. 165.

simplificatrice si elle n'est pas soutenue par l'analyse des actions pratiques des acteurs qui s'exercent dans une période sociale donnée. Nous allons nous concentrer sur les conditions pratique journalistique, sans négliger pour autant, cette pratique elle-même⁵, suivant le modèle proposé par Golding et Murdock. Donc on peut dire que l'approche économie politique concerne la question d' « action » à mesure qu'elle s'intéresse à la question de structure. Bien que quelques études se confinent elles-mêmes dans le niveau d'analyse structurelle, c'est seulement une partie du contexte que l'économie politique veut analyser.

A partir du terme de « champ⁶ journalistique », on s'appuie sur la méthode de celle de l'approche objectiviste de la réalité. On peut ainsi non seulement observer, et analyser les actions pratiques des reporters, c'est-à-dire les lois propres d'une profession en tant que 'milieu autonome', mais aussi les liens d'interdépendance entre ce « champ journalistique » et les autres mondes sociaux (champ politique, champ économique, etc.), et les rapports de force qui sont aujourd'hui fondés, en grande partie, sur la logique commerciale. En d'autres termes, on a pour but de ressortir la logique dominante qui, au sens large, forme les actions et les choix des reporters, et qui détermine le mode de structuration des organisations médiatiques, aussi bien que l'influence de cette logique sur la transformation des standards professionnels et de la conception journalistique. Dans ce sens, nous avons préféré analyser les pratiques professionnelles de reporters à partir de trois niveaux différents pour saisir l'ensemble des interdépendances internes et externes : celui d'abord de la *sphère subjective* des reporters, en d'autres termes la connaissance de leurs motivations, de leur perception de rôle ; celui ensuite de la *sphère organisationnelle*, c'est-à-dire l'analyse des routines professionnelles des reporters en ce qui concerne la construction de l'information, et celui enfin de la *sphère extérieure* qui porte sur les relations des reporters avec leurs sources et avec le public⁷. En suivant les questions relevées à chacun de ces trois niveaux, nous avons adopté la méthode qualitative et la technique d'entretiens semi-directifs. Nous avons réalisé vingt entretiens semi-directifs avec des reporters (dix reportes de la NTV, dix

⁵ Peter Golding & Graham Murdock, « Culture, Communications, and Political Economy », James Curran & Michael Gurevitch, *Mass Media and Society*, p.17.

⁶ Une notion proposée par Pierre Bourdieu. La notion de « champ » qualifie un milieu autonome qui a ses lois propres et qui est défini par sa position dans la société. Voir Pierre Bourdieu, *Questions de Sociologie*, Paris, Les éditions de minuit, 1957.

⁷ On va passer en revue les caractéristiques de ces sphères dans les pages suivants.

reporters de l'ATV). Dans le cadre de ces entretiens qui portent sur la sphère subjective, la sphère organisationnelle et la sphère extérieure, a été double : d'une part observer les motivations et les attentes des journalistes eux-mêmes à l'égard de leur métier, voir leurs valeurs communes et l'influence des critères personnels sur les pratiques professionnelles, et d'autre part constater l'influence des relations organisationnelles et les lois propres du journalisme sur les pratiques professionnelles et les choix personnels, et voir l'influence des rapports de force qui sont façonnés, en grande partie, par la logique commerciale.

En fonction de cette problématique, nous allons premièrement diriger nos regards vers la relation entre l'information et la réalité. Dans ce sens, à partir des caractéristiques du langage télévisuel et de la pratique de reportage standardisée, le premier chapitre se concentre sur la fabrication et la diffusion de l'information en tant que représentation des « faits » et des débats qui y sont relatifs. Nous discutons ici, la perspective de celle du courant principal qui considère l'information comme la réflexion de la position du public sur les événements. Selon cette vue, les valeurs communes de la société, comme pluralisme, démocratie et droits humains, déterminent naturellement la construction idéale des informations, c'est-à-dire la construction des informations en tant qu'objective et impartiale. Dans ce cadre nous examinons les caractéristiques essentielles des informations : l'objectivité, la véracité et l'exhaustivité, et l'évolution de celles-ci.

Dans le deuxième chapitre nous nous passerons en revue les études sociologiques sur les journalistes et les approches théoriques diverses sur l'analyse des pratiques journalistiques, notamment dans une perspective historico-culturelle.

Le troisième chapitre se concentre sur l'analyse structurelle des médias en Turquie. Comme nous l'avons déjà précisé, partant d'une approche théorique basée sur l'économie politique, nous avons pour but d'observer les pratiques professionnelles des reporters sous le rapport des profondes modifications structurelles concernant les médias. L'approche d'économie politique focalise l'attention sur les relations de propriété dans les médias et la question de contrôle sur le marché, pour expliquer les différents rapports que l'on peut observer dans le processus de communication. Nous suivons ici les quatre processus historiques

proposés par cette approche en ce qui concerne les changements des pouvoirs intervenant dans la production et la distribution culturelle : celui d'abord du développement des médias, celui de l'évolution des organisations en tant que grandes entreprises, celui ensuite de la transformation des produits culturels en marchandises, celui enfin de la modification de l'intervention étatique. Partant de l'analyse du mode de contrôle, de la structure de propriété et de la manière d'intervention étatique, les transformations structurelles survenues dans les médias turcs constituera le cœur de ce chapitre.

Enfin le dernier chapitre sera consacré à l'analyse des pratiques professionnelles des reporters interrogés à partir de leurs choix, leurs actions, leurs conceptions de rôle, leurs places et fonctions dans l'organisation et leur marge de manœuvre face aux contraintes internes et externes.



PREMIERE PARTIE

LE JOURNALISME ET LA PRODUCTION DE L'INFORMATION

Chapitre I. L'information : la 'réalité' ou sa représentation ?

Concernant l'information, le courant principal se situe dans un discours pluraliste qui provient de ce que les médias reflètent un consensus de base, qui prévaut tacitement dans notre société. Les valeurs communes de la société, comme le pluralisme, la démocratie et les droits de l'homme, déterminent la construction idéale des informations, c'est-à-dire la construction des informations d'une manière objective et impartiale. Selon les tenants de l'approche libérale, les journalistes peuvent, comme un 'miroir', transmettre objectivement les connaissances en ce qui concerne les événements et les faits⁸. De même, dans la mesure où les journalistes exercent leur métier en fonction des responsabilités journalistiques, l'audience est en position de contrôler toutes les dépêches diffusées⁹ en fonction de leurs attentes et besoins. Dans ce sens, les tenants du courant principal ont tendance à définir l'information partant d'un point de vue pragmatique. Selon cette vue, l'information a une valeur d'échange et d'utilité dans la mesure où elle contient les connaissances utiles et pratiques pour les gens. Par exemple, une information sur les impôts peut pratiquement changer les habitudes de consommation d'un homme ou un conflit armé peut influencer les investissements d'une firme. Des prévisions météorologiques peuvent déterminer le temps de cueillette¹⁰. Voici une définition concernant la relation entre l'audience et l'information que l'approche libérale résume par une formule simple : «Différentes personnes ont besoin de différents genres de matériel dans différents moments pour différentes raisons»¹¹. Dans la mesure où la presse répond aux demandes de l'audience, elle remplit une fonction sociale.

⁸ Çiler Dursun, « Haber ve habercilik/gazetecilik üzerine düşünmek », Sevda Alankuş, *Gazetecilik ve Habercilik*, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2003, p.63

⁹ James Curran, « The New Revisionism in Mass Communication Research : A Reappraisal », *European Journal of Communication*, Sage, London, Volume 5, n° 2-3, 1990, p.137.

¹⁰ Peter Mayeaux, *Broadcast News Writing and Reporting*, Illinois, Waveland Press., 2000, p.2

¹¹ Peter mayeaux, *ibid*, p.2.

Ces interprétations optimistes ne représentent qu'une partie des approches théoriques concernant l'information. La tradition critique conteste cette perspective libérale pour différentes raisons. Avant tout, les tenants de la tradition critique nient le fait que la presse représente les valeurs communes de la société. Selon eux, il est très difficile de parler d'un consensus dans la société industrielle qui est en fait assez dynamique et complexe et, que même s'il existe, il ne peut pas se développer de lui-même¹². Deuxièmement, la tradition critique met l'accent sur le fait que l'information ne peut jamais pleinement refléter les faits et les événements. Cette vue est en rapport avec la nature de la réalité. Un fait, par définition, se consomme à l'instant de son émergence, donc il est impossible d'assurer une objectivité adéquate. On peut parler seulement de la 'représentation de la réalité, car, les faits sont reproduits sous la forme de messages codés, de telle sorte que ceux-ci puissent être vus et interprétés par l'audience¹³. Dans ce sens on peut considérer la presse comme un instrument optique ou une caméra. La caméra peut plus ou moins enregistrer l'image adéquate du monde, mais cette image ne représente jamais avec le monde lui-même. On peut voir seulement le sujet devant la caméra, pas ce qui est derrière le sujet, ni ce qui est derrière la caméra. Nous pouvons seulement voir l'image de l'instant où l'obturateur était ouvert, pas ce qui s'est produit avant ou après celui-ci. En d'autres termes, la presse attire l'attention du public sur quelques visages de la 'réalité', en les mettant en lumière, tandis que la majeure partie du reste est gardée dans l'obscurité¹⁴. Selon la tradition critique, ce phénomène provient du composant idéologique de l'information autant que de la nature problématique de la réalité. Suivant cette perspective, on a tendance à considérer l'information comme un texte qui se construit à travers les pratiques professionnelles des journalistes, et non comme un simple reflet de la 'réalité'. De même, les journalistes ne peuvent pas être considérés comme intermédiaires simples entre les événements et le public. On doit les voir comme des professionnels qui exercent leur métier sous l'influence des normes professionnelles et des contraintes organisationnelles et extérieures.

¹² Stuart Hall, « The Rediscovery of 'Ideology' : Return of the Repressed in Media Studies », M. Guevitch, T. Bennett, J. Curran, J. Woollacott, *Culture, Society and the Media*, London & New York, Methuen, 1984, p.61.

¹³ Çiler Dursun, « Haber ve habercilik/gazetecilik üzerine düşünmek », p.65.

¹⁴ Jaap Van Ginneken, *Understanding Global News*, London, Sage, 1999, p.23.

Chapitre II. Le journal télévisé

Plusieurs mettent en évidence que pour beaucoup de personnes la télévision est la source d'informations la plus importante¹⁵. De même, la télévision, en tant que source d'informations, est un moyen de communication plus crédible que les autres. Pour certains chercheurs, la 'crédibilité' de la télévision peut s'expliquer par l'empreinte du visible. Les images, en tant que témoignages, gardent la trace de ce qui a eu lieu une fois et elles sont fréquemment présentées par les journalistes comme des preuves du réel. « Cette conception trouve sa justification dans l'annulation de la médiation visuelle, toute image transformant du même coup le téléspectateur en témoin oculaire »¹⁶. En fait, la caméra est fréquemment considérée comme œil impartial, propre à refléter pleinement les faits et les événements. En d'autres termes, la camera est un moyen qui collecte simplement le matériel visuel d'un événement donné. Cependant, il est très difficile de considérer la caméra comme un moyen simple. Il est un moyen d'expression dans la mesure où les images sont utilisées en tant que matériels d'expression. En d'autres termes, l'information peut facilement se transformer en dramatisation des événements, dès lors que les matériels comme image, musique, et son, constituent le fond principal d'une information¹⁷.

Ce qui garantit la crédibilité du journal télévisé, ce sont dans une certaine mesure « les émissions en direct ». Le journal télévisé, par voie des émissions en direct, peut transmettre les événements à l'instant où ils se produisent. Dans ce sens, un téléspectateur qui regarde une émission en direct est celui qui observe directement les événements en tant que témoin oculaire. Par surcroît, la journal télévisé assure dans la mesure du possible la transmission rapide des événements par rapport à la presse écrite¹⁸. Cependant le téléspectateur a moins de temps pour saisir pleinement l'information du journal télévisé que le lecteur du journal, parce qu'à la télévision les sons et les images sont rapidement remplacés par ceux de la prochaine information,

¹⁵ Peter Mayeaux, *Broadcast News Writing and Reporting*, p.2.

¹⁶ François Jost, *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris, Ellipses, 1999, p.86.

¹⁷ Bob Dotson, *Make It Memorable ; Writing and Packaging TV News with Style*, Chicago/Illinois, Bonus Books, 2000, p.100.

¹⁸ Seyide Parsa, *Televizyon Haberciliği ve Kuramları*, İzmir, Ege Ü. İletişim Fak. Yay., 1993, p.24.

puis de celle d'après, et ainsi de suite¹⁹. Cette situation concerne la restriction de temps dans le journal télévisé : Le journalisme télévisuel implique des « deadlines » continuels. Les sons, les images, et les impressions dans une information sont remplacées rapidement par d'autres qui visent continuellement à capter l'attention des audiences. Parallèlement, les téléspectateurs du journal télévisé consomment les informations plus vite et avec moins de respect que les audiences des autres médias²⁰. De surcroît, on peut dire que la restriction de temps dans le journal télévisé donne lieu au mauvais fonctionnement de l'exhaustivité. Les informations subissent généralement les interventions éditoriales faute du temps. « Même si on dépense beaucoup d'heures, d'énergie et d'efforts pour collecter les données et préparer une information adéquate, le prochain « deadline » peut facilement délimiter le contenu de cette information »²¹. Dans ce sens, les journalistes eux-mêmes éliminent la plupart du temps certains matériels de l'information. Les journalistes ont souvent tendance à sauter les détails et présenter seulement les faits essentiels de chaque information.

La restriction de temps dans le journal télévisé exerce une grande influence sur la construction du texte de l'information. Durant l'évolution du langage télévisuel, on assiste à l'apparition d'une nouvelle manière d'expression, l'apanage du journal télévisé à cause de la restriction de temps. Dans ce sens, un mode d'écriture conversationnel est employé dans le journal télévisé pour rendre les informations faciles à comprendre et à mémoriser. En ce qui concerne la construction du texte de l'information, il y a des règles strictes qui sont prudemment pratiquées dans les émissions d'information. Par exemple, on propose aux journalistes d'employer des phrases d'environ 15 mots ou de moins et d'écrire des phrases simples dans l'ordre de sujet-verbe-objet et d'éliminer les expressions entre les parenthèses. On assiste aussi à ce que les journalistes mettent l'accent sur l'un des éléments, celui qui est considéré comme la partie la plus importante d'une information²². On peut en tirer la conclusion que les informations subissent une forte élimination durant le processus de réalisation des émissions d'information. Etant donné certaines limitations que l'on a déjà soulignées, le journal télévisé ne peut pas

¹⁹ Peter Mayeaux, *Broadcast News Writing and Reporting*, p.8.

²⁰ Peter Mayeaux, *ibid.*, p.9.

²¹ Peter Mayeaux, *ibid.*, p.9.

²² Fred Fedler, John Bender, Lucinda Davenport, Michael Drager, *Reporting for the Media*, New York/Oxford, Oxford University Press, 2001, p.459.

pleinement garantir l'objectivité et l'exhaustivité. Cependant le pouvoir des images peut être considéré comme une occasion importante, propre à garantir l'exactitude des informations.

Chapitre III. Les responsabilités journalistiques et les normes professionnelles

En ce qui concerne la collecte et la construction de l'information, il y a des normes éthiques et des réglementations officielles à respecter. Elles contiennent diverses sentences sur les cas spécifiques, c'est-à-dire la manière d'agir face à différents événements et faits spécifiques. En d'autres termes, les normes professionnelles et les responsabilités journalistiques déterminent la position de la presse en tant qu'institution qui remplit une fonction sociale dans la société moderne. Dans ce sens, toutes les organisations ont en commun un certain nombre de traits ou de principes qu'ils affirment plus ou moins nettement. Cependant ces normes ou principes ont subi quelques modifications avec le temps. Mais, en dépit de toutes ces modifications deux traditions restent centrales : « La première est l'éthique professionnelle qui demande l'exactitude et l'équité de chaque journaliste. La seconde, plus difficile à expliquer et plus facile à attaquer, est la tradition de l'objectivité »²³.

Section I - L'objectivité

Le concept d'objectivité peut s'expliquer par une formule simple : « L'objectivité est inverse de la subjectivité », c'est-à-dire, l'exemption des opinions et des sentiments du contenu de l'information. Le concept d'objectivité se situe à la croisée de la distinction entre les valeurs d'interprétation et les valeurs de diffusion, c'est pourquoi, selon les Anglo-saxons, l'application de l'objectivité est premièrement fonction de l'autodiscipline. Cependant l'objectivité est un concept discuté. Ce concept est né aux premières décennies du 20ème siècle, où la presse, pour une série de raisons historiques, était en rapport avec le criticisme. Contre la prolifération des nouvelles s'éloignant du principe d'équité, quelques journalistes pionniers, empruntant des idées au positivisme scientifique si dominant à cette

²³ The Missouri Group (Brian Brooks, George Kennedy, Daryl Moen, Don Ranly), *News Reporting and Writing*, Boston/New York, Bedford/St. Martins, 2002, p.12.

époque, ont proposé la notion de l'objectivité²⁴. L'objectivité était une garantie pour des faits observables, mais c'était également une méthodologie pour libérer la transmission effective des préjugés et des valeurs de la source, de l'auteur ou du lecteur²⁵. Partant de là, on peut dire que la notion d'objectivité part du principe que tous les faits peuvent être empiriquement démontrés grâce à l'observation impartiale²⁶.

Les règles que les journalistes liés au courant libéral suivent pour arriver à la meilleure version disponible de la réalité sont généralement récapitulées comme objectivité. L'objectivité est acceptée encore comme credo fonctionnel par la plupart des journalistes américains. Il est exalté par des vedettes de la profession en tant qu'idéal crucial²⁷. Mais on assiste à ce que ce concept soit aujourd'hui fréquemment vu comme un principe, propre à garantir l'équité et l'impartialité des informations. Nous pouvons dire que la notion s'est détachée de sa provenance avec le temps ; le journalisme impartial a tendance à être remplacé, de plus en plus, par le journalisme 'empirique'. L'équité et l'impartialité exigent l'existence de tous les points de vue en ce qui concerne telle actualité dans l'information et l'exemption des opinions et des sentiments. En d'autres termes ; quand les journalistes parlent de l'objectivité, ils veulent dire que la nouvelle est exempte d'opinions ou de sentiments du correspondant. Une information doit contenir seulement des faits collectés par les observateurs indépendants et impartiaux. Le journalisme objectif est l'exposition de l'évident, et de ce que les personnes disent et font²⁸. Dans le cas de journalisme interprétatif on peut dire que l'une des principales contradictions dont il peut s'agir est l'interférence des valeurs subjectives et des valeurs objectives. Ce qui est le plus important pour le journalisme objectif, c'est la nécessité d'exempter les faits des souhaits des journalistes ou de l'influence de leur conception du monde²⁹. Une information doit impliquer seulement les faits raisonnablement bien établis, pas l'opinion du correspondant au sujet de l'évènement³⁰.

²⁴ Bruce Evensen, *The Responsible Reporter*, Alabama, Vision Press, 1997, p.64.

²⁵ The Missouri Group, *News Reporting and Writing*, p.16.

²⁶ Bruce Evensen, *The Responsible Reporter*, p.65.

²⁷ The Missouri Group, *News Reporting and Writing*, p.16.

²⁸ Melvin Mencher, *News Reporting and Writing*, Chicago, Brown&Benchmark, 1997, p.47.

²⁹ Melvin Mencher, *ibid.*, p.49.

³⁰ Peter Mayeaux, *Broadcast News Writing and Reporting*, p.3.

Cependant, les tenants de la tradition critique considèrent le concept de l'objectivité comme un 'rituel stratégique' qui, comme l'a souligné Gaye Tuchman, cache l'hypocrisie professionnelle et la partialité inéluctable dans la nature du processus de fabrication de l'information³¹. Dans le même ordre d'idée, Michael Schudson, dans son ouvrage de 1995, « *The Power of News* », mettent l'accent sur le conflit entre la description idéale de l'objectivité journalistique et le fonctionnement du métier en pratique. Un principe que Schudson résume par une phrase frappante : « Non seulement le correspondant rapporte les faits mais aussi il les fabrique ». Cette définition renvoie premièrement au concept de la 'fabrication' et deuxièmement à l'impossibilité de l'application de l'objectivité journalistique³².

Dans une autre étude significative, « More Bad News », Le Groupe de Glasgow met l'accent sur la liaison entre les idéologies de la société prises au sens large et la construction de l'information. Selon eux, « l'idéologie qui domine la profession, reposant sur les mythes de l'impartialité et de l'objectivité, permet aux journalistes d'user et d'abuser du concept libéral de consensus de base, qui prévaut tacitement dans notre société »³³. Dans ce sens, les idéologies constituent la toile de fond de l'information en lui attribuant un devoir d'objectivité et de neutralité³⁴. Cependant, comme l'a souligné Le Groupe de Glasgow, ces notions cachent la composante idéologique de l'information ; « Nous n'attendons en aucun cas la diffusion d'informations 'neutres' et, si elle existait, elle ne nous semblerait pas idéale. Bien au contraire, nous avons montré que l'idéologie de l'information qui veut, lui faire un devoir de neutralité et d'objectivité ne conduit qu'à un 'naturalisme' stylistique qui masque sa composante idéologique »³⁵.

Section II - La véracité

Le concept de véracité part du principe que toutes les informations doivent être vérifiées avant qu'elles ne soient employées³⁶. Les journalistes américains mettent fortement l'accent sur la véracité, car la véracité garantit, pour

³¹ The Missouri Group, *News Reporting and Writing*, p.16.

³² Michael Schudson, *The Power of News*, London, Harvard University Press, 1996, p.105.

³³ Group de Glasgow, « More Bad News », *Réseaux (Dossier ; Sociologie de la télévision : Europe)*, n° 44/45, Paris, CENT, 1990, p.184.

³⁴ A. Gouldner, *The Dialectics of Ideology and Technology*, London, McMillan, 1976, p.111.

³⁵ Group de Glasgow, « More Bad News », p.184.

³⁶ Melvin Mencher, *News Reporting and Writing*, p.33.

eux, la crédibilité de la profession. Dans la mesure où les hommes ou les institutions qui sont sujets d'informations subissent des diffamations, les organisations de presse peuvent être accusées pour une raison ou pour une autre. Dans ce sens, la défense la plus forte d'un journal contre la diffamation est de pouvoir prouver que ce qu'elle publie est vrai³⁷. Il peut y avoir des arguments dans les salles de presse au sujet du modèle d'écriture, au sujet de la meilleure manière d'interviewer une source réticente, mais il n'y a aucune discussion au sujet des erreurs³⁸, c'est pourquoi, les reporters doivent dépenser du temps dans la mesure du possible pour vérifier les faits de sorte qu'ils puissent être certains en ce qui concerne l'information qu'ils collectent et rapportent. L'inattention, les faits manqués, les déformations, et l'utilisation de la spéculation et de la rumeur sont toutes causes de l'inexactitude³⁹.

On peut dire que, les discussions philosophiques sur la « vérité » rend la véracité un concept assez discuté dans le cadre du journalisme. Les philosophes et les théologiens ne peuvent toujours pas s'accorder sur ce qui est vérité. Les tenants de l'approche critique prennent appui sur l'idée que la vérité et la connaissance ne sont pas séparées des questions de pouvoir dans la société⁴⁰, c'est pour cela que, au sujet de l'information, ils s'intéressent à la construction de la vérité, c'est-à-dire la reproduction de la vérité par voie du discours médiatique. Dans la mesure où la notion de la véracité est exaltée par les journalistes liés au courant libéral, elle est discutée par les tenants de la tradition critique. Selon ces derniers, même si la véracité est couverte d'une manière adéquate, les faits étant l'objet des informations sont seulement la représentation de la vérité.

Section III - L'exhaustivité

La notion d'exhaustivité part du principe que tous les reporters doivent informer sur l'ensemble de l'actualité. C'est ce que traduit une formule courte sur les lèvres de tous les journalistes : « pour être tout à fait complet... »⁴¹ On doit souligner à cet égard que le non-respect de l'exhaustivité est dû à l'omission d'un ou de

³⁷ Kelly Leiter, Julian Harriss, Stanley Johnson, *The Complete Reporter*, Boston, Allyn&Bacon, p.78.

³⁸ Melvin Mencher, *News Reporting and Writing*, p.34.

³⁹ Peter Mayeaux, *Broadcast News Writing and Reporting*, p.3.

⁴⁰ Matthew Kieran, « News Reporting and the Ideological Presumption », *Journal of Communication*, Oxford, Oxford University Press, Volume 47, n° 1, 1997, p.88.

⁴¹ François Jost, *Introduction à l'analyse de la télévision*, p.75.

plusieurs éléments en ce qui concerne l'information. L'exhaustivité concerne, en même temps, l'équilibre de l'information. Le correspondant doit dépenser un effort raisonnable pour obtenir le commentaire de quelqu'un qui est l'objet de l'information que le correspondant rapporte⁴². Par exemple il doit accorder la parole à tous les côtés d'une polémique. Si le reporter n'est pas en mesure de présenter tous les faits, cela doit être explicitement noté. L'exhaustivité vise aussi à garantir les droits des hommes accusés partant d'un principe que tous les journalistes « devraient respecter les droits des personnes impliquées dans les nouvelles et observer les normes communes de la décence », c'est pourquoi on doit donner aux personnes publiquement accusées plus d'occasions de répondre⁴³. Le correspondant doit poser deux questions importantes pour détecter l'exhaustivité de l'information : La ressource présente-t-elle l'ensemble du sujet ? Y-a-t-il des aspects du sujet non traités ?

Dans le cas des responsabilités journalistiques et des normes professionnelles, on voit que les tenants du courant libéral attribuent un rôle déterminant aux actions pratiques des professionnels. Cette tendance provient de ce que les médias sont regardés par les optimistes libéraux comme un instrument des missions publiques, propre à répondre aux demandes des consommateurs, fonctionner en fonction des choix et des préoccupations des professionnels, se nourrir des réseaux de sources pluralistes et se situer aux valeurs collectives de la société⁴⁴. Dans ce sens, l'ethnographie libérale accorde spécifiquement de l'importance aux choix et préoccupations des professionnelles. « On s'attache donc à saisir, d'un côté, les attentes et les motivations des journalistes ; de l'autre, leur perception de rôle, voire leurs valeurs partagées, les principes déontologiques allégués, les normes professionnelles en vigueur, ce que les anglo-saxons appellent 'standards of « reporting practise' »⁴⁵

⁴² Melvin Mencher, *News Reporting and Writing*, p.47.

⁴³ Kelly Leiter, Julian Harriss, Stanley Johnson, *The Complete Reporter*, p.71.

⁴⁴ James Curran, « Newspapers and the press », Adam Briggs & Paul Cobley, *The Media : an Introduction*, p.82.

⁴⁵ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, Paris, Ellipses, 2001, p.96.

Chapitre IV. Les standards de la pratique de reportage

Les tenants du courant libéral ont tendance à mettre l'accent sur les qualités individuelles des reporters en ce qui concerne les pratiques professionnelles. Selon eux le bon fonctionnement du métier est dû aux actions des correspondants responsables ayant les qualités personnelles idéales. Voici une des définitions : « Les meilleures qualifications pour un reporter sont la curiosité insatiable, une personnalité flexible et sociale, une nature qui se délecte d'une variété d'expériences, un tempérament à travailler sous la pression des 'deadlines' et une tolérance permettant des observations objectives des personnes et des événements »⁴⁶. Dans une autre définition on parle plutôt des qualités personnelles en insistant sur les exigences de la profession : ce qui est la qualité la plus importante pour un correspondant, c'est la curiosité. Le journaliste ne peut pas accepter les versions de seconde main des événements, un bon correspondant cherche toujours à découvrir les faits en ne se contentant pas d'obtenir un seul aspect d'une information. Une autre qualité déterminant pour le correspondant est la persistance. Cette qualité part du principe que le correspondant ne voit pas l'information comme accomplie avant qu'il obtienne tous les détails au sujet de l'événement. La troisième qualité concerne plutôt la situation du correspondant devant les pouvoirs politiques. Un journaliste a besoin de courage pour refuser la version officielle d'une information et d'interroger l'autorité⁴⁷.

En ce qui concerne les caractéristiques et les rôles d'un bon reporter, certains spécialistes mettent l'accent sur les valeurs intellectuelles. Dans le cas des valeurs intellectuelles, on peut dire que l'une des qualités principales est l'habitude de la lecture. Un bon reporter doit attacher particulièrement de l'importance à la lecture des affaires courantes et de l'actualité, sans négliger, bien sûr, les autres genres. Il existe aussi d'une autre qualité intellectuelle en rapport avec l'habitude de lecture : *la manière de penser critique*. « Le lecteur établit une 'base de données' cérébrale toujours convenable à exercer toutes les manières de pensée, qui peuvent être décrites comme des exercices cérébraux : la mémoire, l'imagination, la réflexion, l'interprétation, la justification, l'analyse, la synthèse et la vérification »⁴⁸.

⁴⁶ Kelly Leiter, Julian Harriss, Stanley Johnson, *The Complete Reporter*, p.9.

⁴⁷ Melvin Mencher, *News Reporting and Writing*, p.20.

⁴⁸ Bruce Evensen, *The Responsible Reporter*, p.43.

Pour la formation intellectuelle d'un reporter, l'observation et l'entretien sont aussi très importants. Un bon reporter est aussi interviewer un tenace et observateur soigné.

A ces valeurs intellectuelles, nous devons rajouter une autre : un bon reporter doit être aussi un conteur parfait. Un reporter instruit, qui lit, qui pense et qui dit quelque chose des événements petits et grands avec exactitude, se caractérise aussi par un profil apte à raconter les histoires. Cette caractéristique concerne la construction de l'information avec fluidité, clarté, crédibilité et plénitude dans le but de mettre pleinement l'audience au courant des faits⁴⁹. Dans le même sens, un bon reporter doit attacher de l'importance à l'utilisation du langage, c'est-à-dire, le choix des mots convenables, l'accoutumance aux verbes, la connaissance de l'étymologie, rester maître de la grammaire, de l'orthographe et de la ponctuation. Par ailleurs, un bon reporter doit avoir des affinités avec l'histoire. Un reporter consciencieux et méticuleux exerce son métier de façon dont les historiens interprètent les événements, c'est-à-dire, en mettant à l'épreuve toutes les sources pour la crédibilité et l'examen de toutes les formulations et les faits pour leurs significations contextuelles. On peut en tirer la conclusion qu'un reporter doit exercer son métier comme un scientifique. Le reporter, celui qui voit la manière de pensée critique comme une valeur cruciale, se nourrit de la neutralité scientifique et, exempté moralement lui-même de ses préjugés⁵⁰.

Dans le cas du fonctionnement de la profession, on peut dire que les valeurs individuelles, professionnelles et intellectuelles des reporters dont on parle sont des éléments importants de leur comportement professionnel qui se répercutent à degrés divers sur le contenu de l'information produite et diffusée⁵¹. Cependant, il ne suffit pas des normes professionnelles en vigueur pour saisir pleinement les pratiques professionnelles, on doit aussi s'intéresser aux relations structurelles faisant l'objet de la sociologie des médias et de la sociologie du travail. On ne peut pas évaluer les normes professionnelles 'idéales' indépendamment des relations sociales au sens large et du système médiatique dans lequel elles sont en pratique⁵². En

⁴⁹ Bruce Evensen, *ibid.*, p.44.

⁵⁰ Bruce Evensen, *ibid.*, p.45.

⁵¹ *Programme et Professionnelles*, p. 550.

⁵² Ragıp Duran, « Muhabirin Ölümü », www.bianet.com, 11.12.2002.

d'autres termes, non seulement le bon fonctionnement de la profession est en rapport avec les actions pratiques des acteurs, mais il concerne également la structure des médias et les contraintes organisationnelles et extérieures, c'est-à-dire, « la marge de manœuvre dont dispose chaque journaliste par rapport à l'organisation interne et par rapport aux contraintes externes »⁵³. Suivant cette perspective on va s'interroger dans le chapitre suivant sur les études sociologiques sur les journalistes et l'on va constater une catégorisation précise pour pouvoir discerner les pratiques professionnelles des reporters de télévision.

⁵³ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.98.

DEUXIEME PARTIE

LA PRESENTATION DES ETUDES SOCIOLOGIQUES SUR LES JOURNALISTES

Nous allons étudier dans cette partie les recherches sociologiques sur les journalistes et passer en revue différentes approches théoriques sur l'analyse des pratiques journalistiques.

On peut dire que les études sociologiques sur les pratiques professionnelles qui se situent dans le domaine de la sociologie des médias, ont été rares jusqu'à la fin des années 60. La rareté des études en ce qui concerne les identités sociales et les pratiques professionnelles des journalistes est due à la primauté à d'autres sujets, comme par exemple la question des effets des médias. Au vu du débat soulevé à partir des années 30 par l'importance grandissante des médias de masse, et de la télévision dans l'Après-guerre, la question des conditions sociales de la production des messages paraît secondaire face à d'autres problèmes plus cruciaux comme le rôle des médias sur les décisions de vote ou l'influence de la violence médiatisée sur les enfants⁵⁴. Concernant cette époque, on peut seulement parler de quelques études pionnières sur les professionnels : celles de Leo Rosten⁵⁵ qui porte sur les reporters de presse et les producteurs de films ; celle de Hortense Powdermarker⁵⁶, sur Hollywood ; celle enfin de Dawid White, une étude de 1950 sur la sélection de l'information⁵⁷. Il n'existe pas d'autres travaux significatifs sur les professionnels.

Chapitre I. La Sphère Subjective

Le nombre des études sociologiques sur les journalistes augmente de plus en plus après le début des années 60. On peut dire que ces études ne sont pas

⁵⁴ Patrice Flichy, Dominique Pasquier, « Programme et Professionnelles », in Paul Beaud, Patrice Flichy, Dominique Pasquier, Louise Quéré, *Sociologie de la Communication*, Paris, Reseaux, 1997, p.549.

⁵⁵ Voir Leo Rosten, *The Washington Correspondents*, New York, Harcourt, 1937. & *Hollywood, the Movie Colony. The Movie Makers*, New York, Harcourt Brace, 1941.

⁵⁶ Voir Hortense Powdermarker, *Hollywood, The Dream Factory*, Boston, Little Brown, 1950.

⁵⁷ Voir David White, « The Gate keeper : a Case study in the Selection of News », *Journalisme Quarterly*, Volume 27.

simplement limitées aux les caractéristiques sociales des journalistes, elles se situent aussi à plusieurs niveaux proposés par l'approche sociologique, car il ne suffit pas de décrire ces propriétés pour saisir les spécificités de cette profession⁵⁸. Un de ces niveaux, qu'on pourrait appeler la *sphère subjective*, met l'accent sur la question de l'identité sociale des journalistes. En d'autres termes, l'analyse de la *sphère subjective* s'intéresse spécifiquement à la question de l'effet des images du rôle sur les pratiques journalistiques⁵⁹.

Section I - L'influence des effets temporels et culturels

La façon dont les journalistes perçoivent leur métier est un élément important de leur comportement professionnel qui rejaille à des degrés divers sur le contenu de l'information produite et diffusée⁶⁰, c'est-à-dire le travail journalistique est en rapport avec la perception subjective du métier. L'étude de Herbert Ganz⁶¹, désormais classique, est une référence importante de cette optique. Dans son étude ethnographique de 1950 sur les journalistes américains, Ganz prétend que l'autonomie journalistique existe non seulement au niveau organisationnel mais aussi subjective. Il met premièrement l'accent sur la répartition de l'autorité au sein des organisations qui permet aux journalistes de devenir autonomes en limitant les pressions externes⁶². Il s'intéresse deuxièmement à la sphère subjective des journalistes américains en ce qui concerne leurs pratiques professionnelles. Selon Ganz, les journalistes américains insistent généralement sur l'autonomie individuelle. La pression sur les journalistes est rare, et ils y résistent. En d'autres termes, les journalistes américains ont une tradition de méfiance à l'égard du pouvoir, car ils ont du respect à leur profession⁶³. Plusieurs études qui suivent celle de Ganz, tentent de mettre en relation cette sphère subjective avec les spécificités culturelles nationales. Selon ce type d'études, il existe des différences culturelles liées au contexte, au pays dans lequel on exerce le métier, qui expliquent certaines disparités de conception de rôles. Par exemple, les journalistes allemands se conçoivent comme des « missionnaires », des professionnels souvent engagés et partisans, tandis que les

⁵⁸ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, Paris, Ellipses, 2001, p.96.

⁵⁹ Rémy Rieffel, *ibid.*, p. 96.

⁶⁰ *Programme et Professionnelles*, p. 550.

⁶¹ Voir Herbert Ganz, *Deciding what's news*, 1979, New York, Vintage Books, 1980.

⁶² James Curran, « Newspapers and the press », Adam Brigs&Paul Copley, *The media : an Introduction*, London, Longman, 2002, p. 81.

⁶³ James Curran, *ibid.*, p.82.

journalistes anglais se perçoivent comme « détectives », des « chasseurs d'information », désireux de pratiquer le reportage neutre et objectif⁶⁴.

Les études comparatives réalisées par les chercheurs américains qui portent sur la *sphère subjective* cherchent à découvrir le poids de ces spécificités culturelles nationales en ce qui concerne la perception de rôle par les journalistes. Une étude comparative sur les journalistes français et américains constate que les comportements des journalistes français concernant les diverses catégories du métier (valeurs d'antagonisme, de diffusion, d'interprétation) ne sont pas semblables à ceux des américains. Analyn McMane, l'auteur de cette étude, souligne que les journalistes français mettent davantage l'accent sur les valeurs de diffusion que les journalistes américains et qu'ils soutiennent moins que ces derniers les valeurs d'interprétation⁶⁵. Dans une étude significative de 1989, Polumbaum focalise l'attention sur cette question centrale en analysant les comportements des journalistes soviétiques. Selon Polumbaum, la modalité de travail des journalistes soviétiques se caractérise par sa fonction de relations publiques qui pousse les journalistes à mettre le public au courant des sujets demandés par les pouvoirs politiques. Une autre étude de 1983 de Nasser porte sur les journalistes qui travaillent dans les pays du tiers-monde. Selon cette étude les journalistes de ces pays exercent leur métier comme des enseignants qui ont pour but de créer une nouvelle nation. Nasser montre de même que les pratiques journalistiques sont, en ce qui concerne la perception de rôle, en rapport avec les spécificités culturelles nationales⁶⁶. Dans le même ordre d'idée, ont été réalisées des études historiques pour montrer l'existence de variations significatives dans les perceptions du métier et les modalités de travail des journalistes selon les époques. La recherche de William Rivers en 1965, qui s'intéresse aux reporters vivant à Washington est significative du point de vue de la constatation des effets temporels à travers la *sphère subjective*.⁶⁷

Une étude sociologique sur les journalistes français, qui a été menée par La Commission de la carte d'identité des journalistes professionnelles (CCIJP), en collaboration avec le Service juridique et technique de l'information (SJTI), souligne

⁶⁴ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.97.

⁶⁵ Rémy Rieffel, *ibid.*, p.97.

⁶⁶ Doğan Tılıç, *Utanyorum Ama Gazeteciylim*, İstanbul, İletişim Yayınları, 1998, p.61.

⁶⁷ « Programmes et Professionnels », p. 550.

des changements en ce qui concerne l'identité réelle du milieu depuis 30 ans. En observant les résultats de cette enquête, on constate que les changements du milieu journalistique ne sont pas seulement quantitatifs, mais aussi qualitatifs. En d'autres termes, les motivations et les attentes des journalistes subissent de profondes modifications. L'objectif de cette enquête, sur l'année 1990, est donc double : d'une part observer le développement de la profession, d'autre part cerner l'identité sociale de la profession⁶⁸. Cette étude sociologique qui tente de mettre en relation l'analyse de la sphère subjective et les changements temporels dans la profession a pour but de présenter d'une radiographie actualisée du journalisme en France. En supplément, on peut aussi citer deux autres études sur les journalistes français qui ont pour objectif de constater la morphologie de la population, l'une réalisée par l'Institut français de presse et le CRAP (IEP de Rennes), *Journalistes au Pluriel, Sociologie d'un groupe professionnel à l'aube de l'an 2000*, l'autre par Christine Leteinturier, *Les titulaires de la carte de presse, 1999 : Etude sociologique*⁶⁹.

Toutes ces études offrent des données précises sur les nouveaux profils des journalistes face aux profondes transformations survenues dans le milieu journalistique. Cependant, il ne suffit pas de décrire les propriétés et les identités sociales des journalistes pour saisir les spécificités de cette profession. On doit aussi observer, comment la perception de rôle ou les identités sociales des journalistes influencent leurs pratiques professionnelles.

Section II - L'influence des critères personnels

Même si plusieurs études tentent de mettre en relation la sphère subjective avec les effets temporels et culturels, le premier objectif de l'analyse de la *sphère subjective* est de mettre en lumière l'influence des critères personnels dans le travail de sélection de l'information. C'est ce que fait le travail classique de David White (*The 'gate-keeper' le sélectionneur : étude sur la sélection des nouvelles*) qui, à partir de la notion de « gate-keeper » de Lewin, cherche à découvrir l'importance des critères personnels dans le processus de fabrication de l'information. Le 'gate-

⁶⁸ La Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP) & Le Service juridique et technique de l'information (SJTI), *Les journalistes français en 1990 (Radiographie d'une profession)*, Paris, La Documentation française, 1991, p.9.

⁶⁹ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.93.

keeper' permet le passage de quelques-unes des dépêches en en empêchant d'autres. Ils occupent donc une position clé dans le processus de communication. La notion est aussi à la racine d'une théorie que l'on pourrait appeler l'*agenda-setting*. Selon cette théorie les médias n'imposent pas des idées, ils déterminent seulement les sujets à propos desquelles le public discutera⁷⁰.

Dans son analyse suscitée, David White étudie le cas d'un *wire editor* en observant minutieusement quelles sont les dépêches qu'il gardait ou rejetait, et en analysant les critères de ses choix. Selon cette étude, « Mr. Gates » agissait en fonction de ses conceptions personnelles sur ce qui fait la qualité d'une nouvelle⁷¹. Dans cette étude qui fournit un espace de travail aux autres chercheurs, David White a souligné le rôle déterminant de la conception subjective en ce qui concerne la sélection des nouvelles. C'est à dire, « la sélection des nouvelles est en réalité subjective ne reposant que sur des jugements de valeur, fondés sur les propres expériences, attitudes et attentes du sélectionneur. »⁷² On doit ajouter une autre étude importante, qui est en effet une reproduction de celle de White. Dix-sept ans plus tard, Paul B. Snider a renouvelé l'étude de White avec le même « *wire editor* »⁷³ et a observé les attitudes presque similaires dans le choix des nouvelles⁷⁴.

Cependant la question de sélection ne peut être expliquée seulement par l'influence de critères subjectifs. Après l'étude de David White, plusieurs chercheurs se sont intéressés à la sélection des nouvelles, mais cette fois-ci en prenant le niveau institutionnel comme base d'analyse. L'une de ces études est celle de Gieber (1964). Gieber a développé l'étude précédente et cette fois observé les attitudes de seize *wire editors* différents en ce qui concerne la sélection des nouvelles. Cette étude a ainsi dévoilé l'importance de la sphère organisationnelle en constatant un fort consensus dans les dépêches sélectionnés par ces éditeurs. « C'est l'institution qui devient le *gate keeper*, et ce qui pouvait paraître arbitraire au niveau individuel semble suivre une logique rationnelle au niveau de l'organisation⁷⁵. Ainsi fut ouverte une nouvelle ère des recherches sociologiques concernant la sélection de nouvelles. Même si les

⁷⁰ Denis McQuail & Sven Windahl, *Kitle İletişim Modelleri*, İstanbul, İmge, 1997, p.44.

⁷¹ « Programmes et Professionnels », p.551.

⁷² David White, « The 'gate-keeper' le sélectionneur : étude sur la sélection des nouvelles », Francis Balle & Jean-Gustave Padioleau, *Sociologie de l'information*, Paris, Larousse, 1973, p.204.

⁷³ Chef de la rédaction.

⁷⁴ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.98.

⁷⁵ « Programmes et Professionnels », p.551.

propres expériences, attitudes et attentes du sélectionneur sont déterminantes dans la sélection de dépêches, il y a également une logique organisationnelle derrière les jugements personnels.

Chapitre II. La Sphère Organisationnelle

La sphère organisationnelle, à laquelle l'approche sociologique s'intéresse à côté d'autres niveaux de recherches, se concentre généralement sur les routines professionnelles qui président à la fabrication de l'information. « L'analyse de la sphère organisationnelle se situe à la croisée de la sociologie des médias et de la sociologie du travail. Elle consiste à comprendre comment se nouent les relations de travail au sein de l'entreprise de presse ou de l'entreprise audiovisuelle, à saisir la marge de manœuvre dont dispose chaque journaliste par rapport à l'organisation interne et par rapport aux contraintes externes (pressions des annonceurs, influence des sources d'information, etc.), à évoluer le poids de la concurrence et au final à appréhender les effets des routines professionnelles sur la confection de l'information. »⁷⁶.

Section I - L'approche de l'« organisation sociale »

La question des effets des routines professionnelles sur la confection de l'information a déclenché un important courant de recherche anglo-saxonne qui travaille sur la construction sociale de la réalité. Selon les études relevant de ce courant, la fabrication de l'information est un aspect de la construction sociale de la réalité. En voici quelques titres : *The Manufacture of news* (Cohen et Young, en 1973), *Newsmaking* (Roscho, en 1975), *Manufacturing the news* (Fishman, en 1980). Comme nous pouvons le voir d'après ces recherches, les recherches anglo-saxonnes sur les journalistes exposent leurs points de vues en mettant l'accent sur la notion de 'fabrication'. Toutes ces études sont arrivées à la question déterminante de l'analyse de la sphère organisationnelle : les routines professionnelles. En d'autres termes, ce courant de recherche a pour but de voir comment les efforts des journalistes sont « contraints » par les routines organisationnelles et professionnelles.

⁷⁶ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.98.

La question de production des nouvelles excite aussi l'intérêt de deux autres courants de recherche : l'approche en termes « d'économie politique des nouvelles » et « l'approche culturaliste ». Le premier est celui de l'optique de l'économie politique qui relie les résultats du processus de fabrication de l'information à la structure économique des organisations. On peut dire que les questions des pratiques professionnelles au sein de l'organisation ne concernent pas l'approche économie politique. Cette dernière a un point de vue holistique et a tendance à prendre en compte la totalité des relations structurelles. Le lien entre l'économie politique de la société et les pratiques quotidiennes en journalisme est, selon Graham Murdock, 'oblique'. En dépit de leur autonomie, la définition de la conjoncture politique faite par les journalistes coïncide en grande partie avec la définition fournie par ceux qui possèdent la puissance légitimée⁷⁷. Quant à l'approche culturaliste, elle insiste sur le poids du système symbolique et de la culture en ce qui concerne la fabrication de l'information. Selon Tuchman (*Making News : A Study in the Construction of Reality*, 1978), le fait que l'information soit quelque chose de construite suggère qu'elle soit socialement construite⁷⁸. Mais, pour l'approche culturaliste, l'emphase sur la construction humaine de nouvelles peut être prise en main dans une autre direction. Un anthropologue, Marshall Sahlins (*Islands of History*, 1985) écrit dans un contexte différent qu'un événement n'est pas seulement un cas (*happennig*) dans le monde, il est en vérité une relation entre un cas précis et un système symbolique donné⁷⁹. Donc, on peut dire que, selon l'approche culturaliste, à la différence de celle de l'approche de l'« organisation sociale », les données culturelles ne peuvent pas être supposées à partir des propriétés de l'organisation sociale. Ces sont les parties de la culture en tant que système symbolique donné.

En reprenant les études sur l'organisation sociale, on doit commencer par les analyses de Jeremy Tunstall qui portent sur la distinction entre les *gatherers* et les *processors* en ce qui concerne la fabrication de l'information⁸⁰. Les *processors* transforment et présentent l'information, alors que les *gatherers* la collectent. Selon cette étude pionnière, qui s'intéresse particulièrement sur les reporters anglais, ces

⁷⁷ Michael Schudson, « The Sociology of News ; Production Revisited », James Curran & Michael Gurevitch, *Mass Media and Society*, London, Edward Arnold, 1992, p.144.

⁷⁸ Michael Schudson, *ibid.*, p.151.

⁷⁹ *idem.*

⁸⁰ Jeremy Tunstall, *Journalistes at Work*, London, Constable, 1971.

deux tendances s'opposent au sein d'une entreprise médiatique. Les *gatherers* (reporters, rédacteurs, enquêteurs, éditorialistes etc.) exercent généralement leur métier à l'extérieur en contactant les sources. Ils ont donc une tâche peu monotone et sont engagés dans un processus non routinier qui leur procure la liberté de sélection et de commentaire. Les seconds (secrétaires de rédaction, éditeurs en chefs, présentateurs, etc.) exercent cependant une tâche quelque peu répétitive qui leur incombe, celle de mettre en forme l'information et réécrire les articles. Même si Tunstall attribue de l'autonomie aux reporters, son étude souligne aussi le déséquilibre entre les journalistes dits « debouts » et ceux dits « assis ». Selon lui, les reporters ont moins d'effets sur la prise de décision qu'ils ne le croient⁸¹. De plus, une autre étude de Tunstall (1996) montre que le déséquilibre entre les *gatherers* et les *processors* s'accroît de plus en plus au profit des secrétaires de rédaction. Les *processors* (les journalistes de la rédaction), qui travaillent, depuis lors, au moyen du téléphone, d'Internet, ou utilisent majoritairement les dépêches, en viennent souvent à cumuler des positions avantageuses. « L'essor des radios et des chaînes d'information en continu encourage en effet cette sédentarité des journalistes tout comme, en presse écrite, la réalisation des magazines à partir d'une documentation fouillée. »⁸²

Ce qui est fondamental dans l'approche de l'« organisation sociale », c'est qu'elle met l'accent sur des contraintes imposées par les organisations face aux intentions privées des professionnels, et sur l'inévitabilité de la construction sociale dans un système social. A partir de cette perspective, on doit citer l'étude comparative de Jean-Gustave Padioleu (*Le Monde et Le Washington Post, Paris, PUF, 1985*)⁸³ qui a pour objectif d'analyser le fonctionnement de la rédaction du *Monde* et du *Washington Post*. Dans son ouvrage, Jean-Gustave Padioleu renforce l'importance de deux logiques à l'œuvre dans toute entreprise médiatique : d'un côté ce qu'il appelle la « rationalité utilitaire, instrumentale » ; de l'autre la « rationalité normative ».⁸⁴ Selon lui, il y a division du travail, distribution des tâches et répartition de l'autorité dans une entreprise, parce que cette dernière a pour but d'atteindre les objectifs fixés. Dans cette perspective, une entreprise est d'abord une

⁸¹ James Curran, « Newspapers and the press », Adam Briggs & Paul Copley, *The Media : an Introduction*, p.82.

⁸² Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.99.

⁸³ cité par Rémy Rieffel, *ibid.*, p.99.

⁸⁴ *Idem.*

organisation qui vise l'efficacité, la maximisation de l'audience, des revenus publicitaires. Il faut donc tenir compte des facteurs organisationnels qui, en ce qui concerne l'analyse de l'articulation entre les journalistes et l'entreprise, poussent les journalistes à se comporter selon les buts de l'entreprise. « L'entreprise est aussi une institution qui se donne des missions, qui défend souvent des valeurs, des principes, brigue l'honneur, non seulement d'informer, mais de participer au bon fonctionnement de la démocratie. Tirillée entre ces deux rationalités, entre contraintes et autonomie, elle s'adapte tant bien que mal à son environnement et maintient une ligne d'action, fruit d'ajustements successifs »⁸⁵.

La tension entre contraintes et autonomie constatée par Padioleu évoque une autre catégorisation faite par deux chercheurs américains qui travaillent sur les organisations. Blau et Scott⁸⁶ mettent l'accent sur deux tendances en ce qui concerne les pratiques professionnelles : en premier lieu, celle du *choix bureaucratique*, c'est-à-dire la prise de position des journalistes en faveur de leurs collègues, de leurs clients et de leurs supérieurs ; en deuxième lieu, celle du *choix professionnel*, c'est-à-dire la résistance des journalistes aux programmes organisationnels et procédures bureaucratiques. Selon Blau et Scott, ceux qui sont attachés à la première tendance suivent les intérêts de leur organisation alors que les tenants de la deuxième tendance exercent leur métier en s'appuyant sur les principes de la profession.

Section II - L'approche « compréhensive »

Une autre manière d'analyser la « sphère organisationnelle » est de pratiquer une *sociologie compréhensive*. Une étude récente sur les journalistes, qui a été menée par Cyril Lemieux⁸⁷ à partir d'une méthodologie compréhensive, mérite d'être mentionnée. En s'appuyant sur la sociologie de la justification de Boltanski et Thévenot⁸⁸, l'auteur cherche plutôt à comprendre les raisons pour lesquelles les journalistes sont amenés à commettre des fautes dans l'exercice de leur métier. En d'autres termes, il prend acte du caractère plus « civilisé » d'une critique « interne »

⁸⁵ Rémy Rieffel, *ibid.*, p.99.

⁸⁶ P. Blau & W.R. Scott, *Formel Organisations*, San Fransisco, Chandler, 1962.

⁸⁷ Voir Cyril Lemieux, *Mauvaise Presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Métailié, 2000.

⁸⁸ Voir Luc Boltanski & Laurent Thevenot, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991.

et « située » de l'activité professionnelle et met en œuvre une méthodologie compréhensive en décidant d'écouter la façon dont se justifient les journalistes lorsqu'on les interroge sur leurs fautes⁸⁹. Cyril Lemieux corrobore son analyse avec la notion de « grammaire » qui peut être expliquée comme l'ensemble des règles à suivre pour agir d'une façon suffisamment correcte aux yeux des autres partenaires. Un modèle général de l'action selon lequel les individus suivent le cours de leur action est catégorisé en tant que « grammaire » diverse qui sont conçues comme des variations stylistiques autour de métarègles invariantes et anthropologiques. La première est la grammaire publique qui qualifie des « représentations collectives ». La deuxième est la « grammaire naturelle » qui prescrit l'action adossée à des attractions non justifiables devant un tiers et enfin la grammaire de la « réalisation ». Lemieux tente d'analyser les raisons pour lesquelles les journalistes sont entraînés à commettre des fautes dans l'exercice de leur métier à partir de ces catégories là. « Quand peut-on accuser un journaliste d'avoir commis une faute ? Dès lors que celui-ci se trompe de grammaire et mobilise par exemple dans une situation publique la grammaire naturelle. »⁹⁰ Il généralise ce raisonnement en montrant pour chaque type de critique qui peut être faite aux journalistes.

Section III - L'approche « objectiviste »

Une autre approche sociologique, celle que l'on pourrait appeler *objectiviste* de la réalité, met l'accent sur les défauts des deux précédentes approches en s'appuyant sur la notion de « champ journalistique ». A partir des travaux de Pierre Bourdieu, les adhérents de cette approche tentent d'expliquer le « champ journalistique » comme un milieu autonome. Selon Bourdieu, « le monde de journalisme est un microcosme qui a ses lois propres et qui est défini par sa position dans le monde global, et par les attractions, les répulsions qu'il subit de la part des autres microcosmes. »⁹¹ Suivant cette perspective, on peut dire que ce qui se fait dans une organisation (ce qui se passe dans le champ journalistique) ne peut pas être expliqué par les contraintes des propriétaires des médias. On doit aussi tenir compte des liens d'interdépendance entre le champ journalistique et les autres mondes

⁸⁹ Gilles Bastin, « Note Critique », *Sociologie du Travail*, Elsevier, Paris, Volume 43, n° 3, 2000, p.178.

⁹⁰ Gilles Bastin, *ibid.* p.178.

⁹¹ Pierre Bourdieu, *Sur la télévision*, Paris, Liber, 1996, p.21.

sociaux (champ politique, champ économique, champ culturel, etc....), et des rapports de force qui sont aujourd'hui fondés, en grande partie, sur la logique commerciale. Cette logique commerciale conduit à la primauté du sensationnel, du spectaculaire et de la dramatisation dans les bulletins d'information. Les journalistes sélectionnent dans la réalité sociale des aspects très particuliers, et « le principe de sélection, c'est la recherche du sensationnel, du spectaculaire »⁹². La télévision, par voie de la dramatisation, exagère l'importance, la gravité et le caractère tragique des événements. Cette tendance nous permet de comprendre comment la télévision peut cacher en montrant et comment elle devient un instrument de création de la réalité, « *un arbitre de l'accès à l'existence sociale et politique* »⁹³.

Dans cette partie où nous parlons de l'approche sociologique, il faut également citer un travail significatif réalisé par Alain Accordo. Ce travail⁹⁴, qui a pour objectif de faire une socioanalyse des pratiques journalistiques, mérite d'être mentionné. L'ouvrage s'ouvre sur un texte théorique sur les difficultés d'analyse sociologique du métier et se termine par des témoignages des journalistes. Le désordre concernant le journalisme qui est censé s'accroître en quelques décennies est souligné par l'auteur. Accordo, au-delà du journalisme, met davantage l'accent sur quelques ordres sociologiques en ce qui concerne en même temps d'autres champs sociaux. Selon l'auteur, dans une situation regrettable ou répréhensible, tous les champs sociaux inclinent à chercher des « responsables » et cette habitude commune partage le champ considéré en deux. C'est à dire, il y a toujours quelques-uns qui ne sont pas responsables de cette situation négative. Après avoir nié cette façon systématique d'accuser les uns en excusant les autres, Accordo révèle sa position face à cette conception traditionnelle (*et toujours dominante*) de l'action : « Ce que je me propose de montrer, sur le cas exemplaire des pratiques journalistiques, c'est la nécessité de fonder plus objectivement l'idée qu'on se fait de la « responsabilité » ou de la « non-responsabilité » des agents/acteurs dans le surgissement des situations et l'évolution des processus, en ne se contentant pas

⁹² Patrice Flichy, Dominique Pasquier, « Programme et Professionnelles », in Paul Beaud, Patrice Flichy, Dominique Pasquier, Louise Quéré, *Sociologie de la Communication*, Paris, Réseaux, 1997, p.552.

⁹³ Tiré de *Sur la télévision* (Bourdieu), cité par Patrice Flichy, Dominique Pasquier, « Programme et Professionnelles », p.552.

⁹⁴ Voir Alain Accordo, *Journalistes au quotidien*, Bordeaux, Le Mascaret, 1995.

d'appréhender leurs actions, mais en examinant les tenants et aboutissants de leurs initiatives dans l'optique d'une théorie de l'action sociologiquement fondée »⁹⁵.

On peut dire que, l'approche sociologique d'Accordo, en ce qui concerne l'analyse des « responsabilités », des échecs survenus dans un certain champ social, porte sur l'interdépendance entre la réalité objective du monde et la réalité subjective. C'est à dire, il ne suffit pas, en oubliant les structures objectives, de mettre seulement l'accent sur les décisions et les comportements individuels. Dans ce cas, les postulats optimistes des théories individualistes-subjectives demeurent incomplets et nous poussent à regarder le monde social comme une immense collection des parties des échecs toutes différentes et indépendantes les unes des autres⁹⁶. Mais il ne suffit pas d'ailleurs, de poser la réalité objective du monde des échecs en négligeant la réalité subjective. Donc, on peut dire que l'analyse sociologique peut rester un peu simplificatrice si elle se concentre seulement sur la responsabilité des « acteurs », en les accusant ou en les excusant, ou au contraire, si elle dispense des « acteurs » de leurs propres actions en mettant en cause des facteurs objectifs extérieurs. Selon Accordo, « les rapports sociaux fonctionnent pour l'essentiel non pas selon des logiques intentionnelles et explicites mais selon des *logiques pratiques* que les agents mettent en œuvre spontanément ». Etant donné que ces *logiques pratiques* ont été intériorisées par les agents, les actions des acteurs, en tant que choix personnels, n'apparaissent pas indépendamment même si elles sont pratiquées consciemment. Parce qu'il ne suffit pas d'agir consciemment pour agir en toute indépendance. En d'autres termes les agents « font librement ce qu'ils sont socialement programmés à faire »⁹⁷. Dans cette condition là, l'insistance des journalistes sur une conscience libre de ses choix et de ses décisions n'est pas significative. Pour que la conscience d'un individu soit libre, il faut mettre au jour la sociogenèse de ses structures de perception, de raisonnement, de sentiment et d'action, autrement dit, les conditions sociales de construction de son habitus. La tendance d'interpréter des pratiques journalistiques selon le concept sociologique d'habitus nous permet de faire le lien entre le point de vue macrosociologique et le point de vue microsociologique. Mais ce qui est plus important concernant cette étude, c'est, grâce aux témoignages des journalistes, sa vertu de mettre en évidence

⁹⁵ Alain Accordo, *Journalistes au quotidien*, Bordeaux, Le Mascaret, 1995, p.13.

⁹⁶ Alain Accordo, *ibid.*, p.55.

⁹⁷ Alain Accordo, *ibid.*, p.57.

qu'on ne peut vouloir sérieusement changer le monde sans accepter de se changer soi-même. « Parce qu'il ne servirait à rien de dénoncer la contrainte par les structures externes si dans le même temps on restait aveugle à ce qui en conditionne le jeu et en assure la reproduction : la connivence profonde qu'elles entretiennent avec les structures internes (habitus) de la subjectivité personnelle »⁹⁸.

A l'exception du travail d'Accordo, on peut trouver des illustrations de l'approche *objectiviste* dans un travail de Serge Halimi, *Les nouveaux chiens de garde*, qui a pour but d'analyser les nouvelles positions des journalistes devant l'idéologie néolibérale dominant. Selon Halimi, les problèmes qu'on observe dans les médias, comme la désinformation, ne sont pas dûs aux choix volontaires des journalistes, mais à leur paresse et leur reddition devant l'idéologie néolibérale dominant. Des médias de plus en plus présentes, des journalistes de plus en plus dociles, une information de plus en plus médiocre... Tous proviennent d'une transformation sociale vers une société régie par les lois de la bourse et de l'argent. Les journalistes sont, dans ces conditions là, les nouveaux chiens de garde dociles et la seule forme de résistance est la lucidité.⁹⁹

Il y a aussi quelques autres études qui partent de cette approche sociologique comme celles de Patrick Champagne, de Louis Pinto et de Michael Schudson¹⁰⁰. Il n'est pas question, dans le cadre de cette approche, de se focaliser sur seulement les pratiques internes à l'entreprise, c'est pour cela que, l'objectif commun de toutes ces études est de saisir l'ensemble des interdépendances internes et externes à partir d'une conception très globale de l'activité sociale.

Chapitre III. La Sphère Extérieure

La troisième catégorie de recherche basée sur l'approche sociologique regroupe les travaux sur la *sphère extérieure*, en d'autres termes les relations des journalistes avec leurs sources et avec le public. La sociologie empirique du journalisme, en se focalisant sur le travail des professionnels eux-mêmes, a négligé

⁹⁸ Alain Accordo, *ibid.*, p.60.

⁹⁹ Serge Halimi, *Les nouveaux chiens de garde*, Paris, Raisons d'Agir, 1997, p.103.

¹⁰⁰ Voir Patrick Champagne, « La construction médiatique des malaises sociaux », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 90, 1991 ; Louis Pinto, *L'intelligence en action*, *Le Nouvel Observateur*, Paris, Métailié, 1984 ; Michael Schudson, *The power of news*, Harvard University, 1995.

trop longtemps les pressions des sources en ce qui concerne la production de l'information. Ce « médiacentrisme » a oublié de prendre en compte la manière dont certains lobbies (classe politique, entreprises, associations, syndicats, etc.) font pression sur les journalistes pour faire passer de l'information¹⁰¹. Plus précisément, la sphère extérieure a pour but de voir comment l'information est fabriquée par les sources, saisir les mécanismes d'interdépendance entre sources et journalistes et déterminer le rôle du public en ce qui concerne la production de l'information. Dans ce domaine, il y a deux études qui méritent d'être mentionnées, l'une analysant spécifiquement le rapport avec les sources d'information, l'autre focalisant l'attention sur les rapports des journalistes avec le public. L'étude de Jean-Marie Charron (*La production de l'actualité*), en utilisant l'approche systématique-stratégique de Michel Crozier et Erhard Friedberg, a pour objectif d'« analyser le système d'action formé par les journalistes de la tribune de la presse et par les membres de l'Assemblée nationale (ainsi que leurs attachés de presse) dans le but de découvrir les ressources et les contraintes des acteurs dans le système et d'expliquer leurs stratégies de négociation (et donc d'influence) ; ainsi que les règles du jeu qui orientent le comportement stratégique des acteurs »¹⁰². Pourquoi les sources officielles, les porte-parole autorisées, les experts, les leaders, les institutions reconnues exercent-ils un attrait irrésistible pour les journalistes ? Pourquoi les personnages politiques ont-ils adapté leurs discours au format médiatique ? Pourquoi la complicité entre sources politiques et journalistes est-elle inévitable ? A partir de ces questions cruciales, l'auteur tente de comprendre la logique des acteurs et de saisir la complexité des liens entre les journalistes et les sources politiques. Il prétend que les journalistes ne sont pas de simples courroies de transmission, qu'ils ne consentent pas toujours à véhiculer des significations formées par d'autres et qu'ils ne sont pas forcément dépendants des sources. En d'autres termes, les acteurs politiques veulent garantir la dépendance des journalistes alors que ces derniers cherchent à sauvegarder une certaine autonomie. Par conséquent, l'interdépendance des acteurs ne peut pas s'expliquer d'une manière linéaire, parce qu'elle « est fondée tantôt sur les stratégies de coopération, tantôt sur des conflits et ne se réduit pas à la domination de l'une des parties sur l'autre »¹⁰³.

¹⁰¹ Rémy Rieffel, *Sociologie des Médias*, p.101.

¹⁰² cité par Anne-Marie Gingras, « L'élection fédérale de 1993 », *Revue Québécoise de Science Politique*, n°27, 1995, <http://www.unites.uqam.ca/sqsp/RSCPOL/.27/recension.4.html>.

¹⁰³ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.102.

Ce que cette recherche a comme objectif d'analyser les pratiques professionnelles des reporters en portant spécifiquement l'attention sur la transformations structurelle dans les médias. En d'autres termes, nous cherchons à découvrir, partant d'une approche théorique basée sur l'économie politique, les nouvelles fonctions et situations des correspondants face aux changements en ce qui concerne la structure de propriété et de contrôle des médias en Turquie. Donc, il nous faut d'abord faire l'analyse structurelle du système médiatique dans lequel les reporters exercent leur métier pour que l'analyse des pratiques professionnelles des correspondants soit significative. Cependant il est nécessaire de nous appuyer sur une approche sociologique dans le but d'observer les normes professionnelles en vigueur, la conception de rôle, les valeurs partagés, les relations de travail au sein de l'entreprise et les rapports avec les sources et avec le public, etc., parce que l'analyse du système médiatique du point de vue de la structure économique reste un peu simplificatrice si elle n'est pas soutenue par l'analyse des actions pratiques des acteurs qui s'exercent dans une période sociale donnée. C'est à dire que l'on doit porter attention sur les conditions d'une telle pratique sans négliger, bien sûr, cette pratique elle-même¹⁰⁸. Donc on peut dire que l'approche économie politique concerne la question d' « action » à mesure qu'elle s'intéresse à la question de structure. Bien que quelques études se situent elles-mêmes au niveau de l'analyse structurelle, c'est seulement une partie du contexte que l'économie politique veut analyser. L'analyse de la production et de la reproduction de la signification par les activités concrètes des producteurs et des consommateurs est également essentielle pour la perspective que nous proposons ici. Parce que cette perspective refuse de considérer la structure comme quelque chose de solide, permanente et immuable. Les structures sont en effet des formations dynamiques qui sont constamment produites et changées par l'action pratique.

Ce que l'approche d'économie politique se propose de faire, c'est de montrer comment les structures sont produites par voie de l'action et comment l'action pratique est réciproquement formée par la structure¹⁰⁹. C'est également ce que propose le constructivisme structurel de Bourdieu. Dans ce sens, nous nous proposons de suivre sociologiquement, la méthode de l'approche objectiviste de la

¹⁰⁸ Peter Golding & Graham Murdock, « Culture, Communications, and Political Economy », James Curran & Michael Gurevitch, *Mass Media and Society*, p.17.

¹⁰⁹ Antony Giddens, *New rules of sociological method*, London, Hutchinson, 1976, p.161.

réalité. Il n'est pas question, dans cette optique, de se concentrer uniquement sur l'attention sur les pratiques internes à l'entreprise, mais de saisir au contraire l'ensemble des interdépendances internes et externes.¹¹⁰ En d'autres termes, on a pour but de révéler la logique dominante qui, au sens large, forme les actions et choix des reporters et qui détermine le mode de structuration des organisations médiatiques, aussi bien que l'influence de cette logique sur la transformation des standards professionnels et de la conception journalistique.

Suivant cette perspective, nous observerons d'abord l'interdépendance entre la structure actuelle des médias en Turquie et les pratiques professionnelles des reporters de télévision. Il faut nous faire, par conséquent faire une analyse structurelle des médias en Turquie dans lesquels les reporters exercent leur métier.



¹¹⁰ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.101.

TROISIEME PARTIE

L'ANALYSE STRUCTURELLE DU MEDIA EN TURQUIE

Chapitre I. Transformation et commercialisation des médias

La mondialisation, le marché, les politiques monétaires, la bourse, les transferts financiers, les conjonctions des groupes industrielles, les médias, l'Internet, l'âge d'information, etc. La société post-industrielle se caractérise par les profondes transformations définies par ces concepts qui mettent spécifiquement l'accent sur l'essor d'une manière de pensée économique et technique. Dans ce sens, le début des années soixante-dix est marqué dans la plupart des pays occidentaux par une forte concentration industrielle. Vu que l'évolution technologique impose une production en série, et donc une augmentation très importante du capital fixe, on est passé d'un marché assez largement concurrentiel à un marché oligopolistique où les grands groupes financiers, en contrôlant largement la production et la distribution, ont occupé une position nettement dominante. De surcroît, on peut dire que la concentration est plus forte dans les industries culturelles que dans le restant de l'économie¹¹¹. Le processus de développement des industries de l'audiovisuel a abouti à l'intervention des grands groupes aux marchandises culturelles. On a assisté à une transformation des entreprises de communication en groupes multimédias et multinationaux et à de nombreux rachats et fusions parmi les sociétés de médias¹¹². On peut en tirer la conclusion que les industriels de la culture proposent de plus en plus les mêmes programmes avec les contenus similaires, d'un média à l'autre et aussi d'un pays à l'autre en dépit de la segmentation des médias dans diverses branches.

On se trouve aujourd'hui à la croisée d'un monde « puissamment bousculé par de formidables mutations technologiques, par la persistance des désordres économiques et par la montée des périls écologiques¹¹³. Dans le contexte de transformations sociales auxquelles ces phénomènes donnent lieu, la tradition

¹¹¹ Patrice Flichy, *Les industries de l'imaginaire*, Grenoble, Pug, 1991, p.149.

¹¹² Patrice Flichy, *ibid.*, p.VIII.

¹¹³ Ignacio Ramonet, *Nouveaux Pouvoirs, Nouveaux Maitres du Monde*, Québec, Éditions Galilée, 1997, p.8.

critique se plaint de ce que les valeurs comme le bénéfice, la concurrence et l'intérêt individuel prédominent le sentiment de solidarité, l'intérêt public et la conception collective, alors que les tenants du point de vue optimiste libéral glorifient le monde unipolaire en mettant l'accent sur la fin de l'histoire et la disparition des idéologies¹¹⁴. Dans le même ordre d'idée, l'approche critique se différencie de l'approche libérale quant à l'analyse du rôle des médias dans la société post-industrielle. En effet, le point de vue libéral attribue aux évolutions technologiques un rôle déterminant dans la solution des problèmes économiques et des déséquilibres sociaux. Par exemple, en utilisant les potentiels offerts par les nouvelles technologies de la communication et de l'information, les Etats Unis mènent aujourd'hui un projet (GII : Global Information Infrastructure) qui a pour objectif de fonder une infrastructure mondiale basée sur l'information. Les architectes de ce projet prétendent que tous les pays peuvent trouver l'occasion de surmonter leurs problèmes économiques grâce à cette infrastructure. Mais, même si ce projet a, à première vue, un aspect humaniste, négligeant la question de propriété, il est en position de garder les intérêts commerciaux. Il est probable que cette infrastructure devienne un espace utile pour la distribution mondiale des produits des grands groupes financiers¹¹⁵. Donc on peut dire que, en soulignant le rôle idéologique des médias, la perspective critique s'intéresse généralement aux questions cruciales ignorées que sont le processus de déréglementation, la contradiction entre l'intérêt public et l'intérêt individuel, la relation entre le pouvoir politique et les médias, la dépendance des médias à la publicité, etc.

Partant de cette perspective, on a tendance à expliquer la mondialisation, phénomène majeur et déterminant de notre époque, par deux paradigmes qui structurent notre manière de penser : celui d'abord de la communication c'est-à-dire le remplacement de l'idéologie du progrès par celle de la communication ; et celui du marché, c'est-à-dire le remplacement de la métaphore mécanique par celle du marché¹¹⁶. Le paradigme de communication peut se définir par la substitution du contrôle public, de l'école à l'entreprise, du gouvernement à la justice, dans tous les domaines et pour toutes les institutions, par l'intermédiaire des médias de masse. En

¹¹⁴ Ragıp Duran, *Burası Dünya Polis Radyosu*, İstanbul, YKY, 1999, p.13.

¹¹⁵ Jon Stratton, « Siberalan ve Kültürün Küreselleştirilmesi », *Cogito-İnternet*, 3. Devrim ?, İstanbul, 2002, p.94

¹¹⁶ Ignacio Ramonet, *Nouveaux Pouvoirs, Nouveaux Maîtres du Monde*, p.9.

d'autres termes le pouvoir politique exerce le contrôle par voie des médias plutôt que par lui-même, c'est-à-dire qu'il adapte son discours au format médiatique. Quant au paradigme de marché, on peut dire que tous les secteurs d'activité agissent en fonction des « lois » du marché qui se caractérise par les nouvelles valeurs : le profit, la rentabilité, la concurrence, la compétitivité, etc. Dans notre cas, une entreprise de médias peut être décrite comme une organisation qui, pour atteindre seulement les buts économiques qu'elle se fixe, vise l'efficacité, la maximisation de l'audience et la recherche de revenus publicitaires. Il est clair que les organisations de médias se différencient des entreprises économiques simplement organisées par la logique capitaliste, car, comme le souligne Ignacio Ramonet, les médias de masse ont de plus en plus la haute main sur le contrôle public et ils ont un rôle déterminant sur les relations et institutions sociales. A l'exception de leur structure économique, les médias de masse représentent les « lois » du marché et ils imposent le paradigme de marché en tant que manière de pensée économique à toutes les institutions et relations sociales et à tous les secteurs d'activité.

On peut dire que l'ambition de maximiser les revenus engendrés par la logique capitaliste n'est pas toujours valable pour le secteur médiatique, parce qu'on ne doit pas négliger que les moyens de communication procurent des avantages variés à leurs propriétaires. Grâce à ces avantages (produire des messages, contrôler la distribution des messages, influencer le public, créer l'opinion publique, etc.) les médias remplacent, peu à peu, le contrôle public. Alors que les pouvoirs publics ont moins de contrôle sur les médias qu'auparavant, la relation entre les pouvoirs exécutifs et les médias devient est plus complexe¹¹⁷. En d'autres termes, les pouvoirs exécutifs cherchent à maintenir et à accroître le contrôle public par la voie des médias alors qu'on prévoit que l'intervention étatique serait moins déterminante avec le développement du marché. Donc, le paradigme de marché ne peut pas seulement se définir comme un processus de déréglementation où l'Etat cède le contrôle du marché aux acteurs économiques. Il représente aussi une manière de penser autour de laquelle toutes les relations et institutions sociales sont formées et par laquelle toutes les valeurs culturelles sont produites. Dans la mesure où les moyens de communication transforment les produits culturels en marchandises, ils produisent essentiellement une manière de pensée économique. Sur ce point-là, on doit revenir à

¹¹⁷ Mustafa Sönmez, « Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Sonuçları », *Birikim*, n° 92, 1996, p.77.

l'analyse des développements technologiques pour comprendre comment le paradigme de marché transforme les produits culturels en marchandises.

La société d'information, la société postindustrielle, la troisième vague, l'époque microélectronique, etc.... Les transformations sociales auxquelles le développement de la technologie de la communication et de l'information donne lieu conduit certains à expliquer notre époque par ces concepts. Cependant tous ces slogans glorifient la technologie en voilant les problèmes fondamentaux qui existent dans la société. En effet, la technologie elle-même n'est pas en position de déterminer ou former les relations et les institutions sociales, mais elle procure de nouveaux potentiels à ceux qui ont le pouvoir de profiter de ces avantages. On peut seulement parler des acteurs qui déterminent ou forment l'emploi de la technologie. En reprenant le capitalisme à ses fondements, on peut dire que l'économie est déterminante dans le capitalisme, car le capitalisme est un modèle d'organisation sociale qui est caractérisée par la domination d'un système abstrait de relations d'échange¹¹⁸. La source fondamentale du pouvoir dans la société capitaliste est le bénéfice de la vente des biens sur le marché. En effet, le développement perpétuel du système capitaliste est en rapport avec l'incorporation des choses et des gens dans la production des biens¹¹⁹. Dans ce sens, le pouvoir ne se caractérise pas par la technologie elle-même, mais par la production et la distribution des biens par voie de l'emploi de la technologie. Une certaine minorité occupe le contrôle des médias dans la mesure où l'évolution technologique crée une diversification dans les émissions et une segmentation dans les chaînes. Etant donné que cette concentration donne lieu à la dépendance politique, idéologique et économique, les médias se transforment en un instrument de propagande du néolibéralisme. En d'autres termes, le pouvoir politique et les groupes industriels et financiers perçoivent les médias comme un instrument crucial pour augmenter leur bénéfice et les évolutions technologiques sont en faveur de cette conception, car ils peuvent de plus en plus mesurer et contrôler nos activités d'information et le processus de communication.¹²⁰

¹¹⁸ Nicholas Garnham, « Contribution to a political economy of mass-communication », in Boyd Barret & C. Newbold, *Approaches to media. A reader*, London, Arnold, 1995. p.11.

¹¹⁹ Vincent Mosco, « Introduction : Information in the Pay-per Society », in Vincent Mosco & Janet Wasko, *The Political Economy of Information*, London, The University of Wisconsin Press, 1988, p.3.

¹²⁰ Vincent Mosco, *ibid.*, p.5.

Donc, on doit chercher à découvrir comment les relations organisationnelles et structurelles influencent le processus de fabrication de l'information et quels types d'organisations sont créés à travers les relations et institutions sociales par lesquelles l'information est conditionnée et structurée.¹²¹ Ce que nous nous proposons de montrer dans cette partie, en prenant appui sur l'approche d'économie politique, ce sont les changements concernant la propriété et le contrôle des médias en Turquie, car la structure des entreprises médiatiques a subi de profondes transformations depuis les années quatre-vingts. Autrement dit, on veut observer comment les nouveaux acteurs de la production culturelle, c'est-à-dire ceux qui contrôlent la production et la distribution de la culture, fabriquent l'information comme une marchandise qui a une valeur d'échange symbolique autant qu'économique. On peut dire qu'une manière utile de comprendre le changement social, culturel et politique est aujourd'hui d'examiner comment le pouvoir est utilisé comme un moyen de former la production, la distribution et l'utilisation de l'information en tant que marchandise.¹²²

Chapitre II. Les transformations structurelles des médias en Turquie

Nous avons déjà dit que cette recherche, partant d'une approche théorique basée sur l'économie politique, a pour but d'observer les pratiques professionnelles des reporters dans le cadre des profondes modifications structurelles concernant les médias. Comme nous l'avons souligné dans le deuxième chapitre, l'analyse critique porte sur la question d'action et la question de structure. De plus, cette approche est historique au niveau de l'analyse et de la description du capitalisme. Quant au processus de communication, l'approche économie politique focalise l'attention sur les relations de propriété dans les médias et la question de contrôle sur le marché.¹²³ C'est pour cela qu'il nous paraît nécessaire d'observer les quatre périodes historiques en ce qui concerne les changements des pouvoirs intervenant dans la production et la distribution culturelle : celle d'abord du développement des médias, celle de l'évolution des organisations en grandes entreprises, celle ensuite de la

¹²¹ Dan Schiller, « How to Think About Information », in Vincent Mosco & Janet Wasko, *The Political Economy of Information*, London, The University of Wisconsin Press, 1988, p.41.

¹²² Vincent Mosco, « Introduction : Information in the Pay-per Society », p.3.

¹²³ Peter Golding, Graham Murdock, « Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik (traduit par Beybin Kejanlıoğlu) », in Süleyman İrvan, *Medya, Kültür, Siyaset*, Ankara, Ark, 1997, p.49-76.

transformation des produits culturels en marchandises, celle enfin du mode de l'intervention étatique.¹²⁴

Nous tenterons, par conséquent de mettre en relation le changement du contrôle dans l'espace culturel avec ces processus. En portant spécifiquement l'attention sur les acteurs qui contrôlent la production et la distribution culturelles, on peut dire que les années avant 80 se différencient à certains égards des années après 80. Pour bien comprendre les transformations structurelles des médias, on doit mettre en évidence les spécificités de ces deux époques partant de l'analyse du mode de contrôle, de la structure de propriété et de la manière d'intervention étatique.

Section I - L'ancienne structure de propriété dans le média

On assiste à deux types de structure de propriété des médias avant les années 80 en Turquie : celui de la presse écrite et celui du secteur audiovisuel. On peut dire que tous les journaux turcs appartiennent à des personnes privées alors que le mode de financement du secteur audiovisuel est toujours étatique à l'exception des dix premières années de la république.¹²⁵ Cependant on peut parler d'un fort contrôle étatique dans les deux domaines. Malgré les divergences en ce qui concerne la structure de propriété, il s'agit non seulement dans le secteur audiovisuel financé par l'Etat mais aussi dans la presse, de missions imposées qui projettent de porter les valeurs de la nouvelle république à la connaissance du public. A cette époque là, L'Etat cherche à maintenir et à accroître la dépendance de la presse à son égard si bien que le milieu journalistique n'est pas en position de fonder ni ses propres valeurs journalistiques ni ses organisations professionnelles. Par conséquent, la première organisation professionnelle, « Union de Presse », a été fondée en 1938 par l'Etat lui-même.¹²⁶ Dans ces conditions où l'intervention étatique est assez nettement dominante, les recettes d'annonces publicitaires souscrites par des entreprises d'Etat et les recettes de vente étaient des objectifs secondaires pour les propriétaires des journaux. De plus les organisations de presse ne s'étaient pas encore transformé en structures industrialisées qui visent l'efficacité, la maximisation des lecteurs et la

¹²⁴ Peter Golding, Graham Murdock, « Capitalism, Communication and Class Relations », in James Curran, *Mass Communication and Society*, London, Worcester, Edward Arnold, 1977, p.12-43.

¹²⁵ Uygur Kocabaşoğlu, *Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna*, Ankara, AÜSBF Yay., 1980, p.12.

¹²⁶ Orhan Koloğlu, « Medya-devlet ve sermaye », *Birikim*, n° 117, 1999, p.71.

recherche de recettes publicitaires. Dans ces conditions, la presse a accepté les missions imposées par l'Etat et a négligé de discuter les normes journalistiques décrites par l'Etat lui-même.¹²⁷

Il nous paraît nécessaire de focaliser notre attention sur les caractéristiques de la structure de propriété des premières années de la République sans nous contenter de voir les relations entre l'Etat et les acteurs privés comme un simple processus de restriction. Il y avait durant cette période une relation plus organique qui rend la provenance du capital un facteur secondaire. Même si les journaux appartenaient aux personnes privées, ils avaient un caractère semi-officiel en raison des positions de leurs propriétaires au sein de l'Etat : presque tous les propriétaires et les écrivains des journaux d'Ankara étaient soit députés, soit des haut-fonctionnaires.

¹²⁷ *Idem.*

Tableau 1. – Le liste des députés-journalistes de la presse turque dans les premières années de la république selon les positions dont ils occupent.¹²⁸

Journal	Fondateur-Propriétaire	Rédacteur en chef	Ecriture
Cumhuriyet			Abidin Daver
Akşam	Necmettin Sadak		
Ulus	Mustafa K. Atatürk Falih Rıfkı Atay	Naşid Hakkı Uluğ	Necip Ali Küçüka Nasuhi Baydar Ahmet Şükrü Esmer
Haber	Hakkı Tarık Us		
Akın	Ahmet Ağaoğlu		
Vakit	Asım Us		Sadri Ertem
Yeni Sabah			Hüseyin Cahit Yalçın
Açık Söz	Ethem İzzet Yenice		

Etant donné que les propriétaires et écrivains des journaux étaient directement en rapport avec les pouvoirs politiques et qu'ils partageaient ce pouvoir en tant qu'acteurs politiques, les journaux d'Ankara avaient une position relativement dominante par rapport aux autres journaux turcs. Cependant aucun débat idéologique n'a eu lieu dans la presse turque, car ces journaux étaient d'accord sur les valeurs de la république, c'est pour cela que les oppositions entre les journaux restaient au niveau de polémiques individuelles et de débats politiques. En fait les journaux d'Istanbul n'avaient pas l'intention de prendre position contre le régime, ils

¹²⁸ *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, İstanbul, İletişim Yayınları, 10. Cilt, 1983, p.2683-2705.

se plaignaient généralement de la qualité de la république et se proposaient d'évaluer les instruments de la démocratie : la liberté de presse et d'expression. Cependant, cette opposition politique menée par la presse d'Istanbul a été réprimée par des lois strictes.¹²⁹ Mais dans le cas de la presse turque des premières années de la république, on doit souligner que l'une des différences cruciales entre les journaux d'Ankara et les journaux d'Istanbul était leur contenu. On peut dire que les journaux d'Ankara étaient assez officiels alors que le reste de la presse était relativement en position de tâter le pouls de la vie quotidienne. Cette différence était si marquante qu'Atatürk et ses collègues (députés, haut-fonctionnaires, les propriétaires des journaux, les écrivains, etc.) préféraient lire les journaux d'Istanbul avant qu'ils lisent ceux d'Ankara.¹³⁰

Vers les années 50, un système relativement démocratique s'instaure. Quant aux pays occidentaux, on assiste à l'essor d'une idéologie de progrès dans les années suivant la deuxième guerre mondiale et la Turquie n'a pas été épargnée par ces mouvements de restructuration. Avec les évolutions économiques et politiques, la structure de la presse turque s'est relativement transformée faisant naître un mode pluraliste. L'« Union de Presse » a été dissouté en 1946 par l'Etat-même et les journalistes ont trouvé l'occasion de fonder leur propre organisation professionnelle.¹³¹ Dans le cas de la presse turque des années 50, on peut avancer l'hypothèse que les transformations structurelles dans les médias se caractérisent essentiellement par les développements économiques et technologiques qui procurent aux entreprises de presse l'occasion d'augmenter leurs recettes. Les stratégies de développement sur le marché intérieur ont donné lieu à l'augmentation des recettes publicitaires. De même, concernant les recettes de vente, on a assisté à une augmentation précise grâce aux innovations technologiques dans les systèmes d'impression et aux développements dans l'infrastructure de communication et de transport.¹³²

¹²⁹ Hıfzı Topuz, *II. Mahmut'tan Holdinglere-Türk Basın Tarihi*, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003, p.146-158.

¹³⁰ Avni Özgürel, « Dersaadette Seçim Günleri », <http://www.radikal.com.tr/1990/04/17/yorum/ders.html>

¹³¹ Orhan Koloğlu, « Medya-devlet ve sermaye », p.71.

¹³² Mustafa Sönmez, « Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Sonuçları », p.77.

Pour toutes ces raisons, les journaux turcs se sont transformés de plus en plus en entreprises qui, pour atteindre leurs buts, visent l'efficacité et l'augmentation des recettes. La commercialisation a donné lieu à l'émergence de nouvelles relations d'intérêt entre l'Etat et la presse. Cependant, il est très difficile de prétendre que la logique de l'intervention étatique ait subi de profondes modifications. Au cours des années après 1950, on a assisté aux restrictions strictes pratiquées cette fois par des instruments économiques supplémentaires. L'Etat exerçait le contrôle économique par diverses méthodes : celui par exemple de l'ajustement du prix du papier journal, celui de la distribution d'annonces publicitaires souscrites par des entreprises d'Etat, celui de l'intervention aux subventions, etc.¹³³

Quant aux acteurs ayant de l'emprise sur la presse turque, on doit premièrement parler des frères « Simavi » qui sont fréquemment considérés comme les pionniers du « journalisme commercial ». En tant que propriétaires de deux grands groupes, « Hürriyet » et « Günaydın », les frères Simavi contrôlaient un grand capital dans le domaine des médias. A part celle-ci, trois autres familles avaient aussi de l'emprise sur la presse : les « Nadi », les « Karacan » et les « Ilıcak ». ¹³⁴ Tous ces grands groupes familiaux étaient fortement actifs dans les diverses branches des médias à l'exception de la presse audiovisuelle. Ils possédaient tous, les groupes de publication de périodiques organisés autour des journaux et ils avaient aussi des circuits de distribution avec des filiales d'imprimerie. Mais ces groupes n'investissaient pas dans d'autres secteurs, toutes leurs activités commerciales avaient lieu dans le secteur médiatique. On peut seulement parler d'une entreprise qui était active dans le secteur de l'élevage, mais le capital de cette entreprise se nourrissait des investissements qui se concentraient sur le secteur de presse. Il est sûr que cette entreprise, qui appartient au groupe Hürriyet, fait exception à la structure des médias des années avant 80. ¹³⁵

On peut dire que, du côté de la structure de propriété, la presse turque s'organise généralement sous forme d'entreprises de famille, fondées par des journalistes 'vedettes'. La presse écrite s'est transformée dans les mains des familles de ces journalistes en entreprises qui occupent de plus en plus une place dominante

¹³³ Asu Aksoy, « Türk Medyasını Anlamak », Birikim, n° 61, 1994, p.17.

¹³⁴ Hakan Tuncel, « Bab-ı Ali'den İkitelli'ye », Birikim, n° 64, 1994, p.34.

¹³⁵ *Idem.*

dans le secteur de presse. Le rôle déterminant de ces quatre groupes a eu comme conséquence une forte concentration sur le marché si bien que cette structure a toujours empêché le capital hors média d'accéder au secteur. Les quatre journaux (Hürriyet, Tercuman, Günaydın et Cumhuriyet) avaient la haute main sur le secteur de presse et la structure de propriété dans les médias turcs n'a pas subi de profondes modifications jusqu'aux années 80.

Quant à la structure de propriété dans le secteur audiovisuel des années avant 1961 –l'année où la TRT (Radio Télévision de Turquie) a été fondée-, on assiste à deux types de mode de financement. Alors que la radiodiffusion est, entre les années 1926 et 1937, sous la tutelle d'une entreprise qui est fondée par des institutions et personnes privées. En dépit de la diversification dans le mode de financement, nous ne pouvons pas prétendre que la radiodiffusion ait une certaine autonomie par rapport à l'Etat durant ces dix années. Quand nous focalisons notre attention sur la structure de l'entreprise, on constate facilement que l'Etat exerce indirectement son autorité sur la radiodiffusion. La répartition du capital de l'entreprise est le suivant :

- İş Bankası (40 %)
- Anadolu Ajansı (30 %)
- Falih Rıfkı Atay (15 %)
- Cemal Hüsnü, Sedat Nuri (15 %)¹³⁶

Parmi les acteurs qui ont exercé une influence considérable sur la radiodiffusion, nous pouvons citer Celal Bayar et Mahmut Soydan, respectivement le directeur général de Banque d'İŞ et le président d'Agence Anadolu. Ils étaient tous les deux députés élus à cette époque-là comme Falih Rıfkı Atay et Cemal Hüsnü. En cédant l'organisation de la radio-téléphonie à une entreprise fondée par des acteurs organiquement liés au pouvoir politique, non seulement l'Etat s'est dégagé des responsabilités économiques de la radiodiffusion, mais il a aussi trouvé l'occasion de contrôler le secteur.¹³⁷

L'Etat a aboli le contrat d'émission de cette entreprise en 1936 et a pris la radiodiffusion en charge. En conséquence, on est passé d'un système de radio

¹³⁶ Uygur Kocabaşoğlu, *Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna*, p.13.

¹³⁷ Uygur Kocabaşoğlu, *ibid.*, p.23.

diffusion privée à un système monopolistique qui fonctionne sous le contrôle de l'Etat. En tant qu'institution officielle, la radio a été contrôlée par l'Etat du point de vue de l'administration, du financement et du contenu jusqu'à l'époque de son autonomie. La radiodiffusion a été fréquemment regardée comme un outil puissant, propre à influencer profondément sur la société visée, à la former par les nouvelles valeurs de la république. Les contenus des programmes étaient préparés par le Ministère de l'Education Nationale et le Ministère de l'Intérieur, toujours en fonction de la politique d'Etat. De même, la seule source d'information était «Anadolu Ajansı », une agence de presse officielle fondée par l'Etat même.¹³⁸

Vers les années 50, la vie politique a subi de profondes transformations ; les premières élections législatives sous le multipartisme ont eu lieu en 1946 et le pouvoir politique est passé dans d'autres mains. Dans le cas de la radiodiffusion, les nouveaux acteurs politiques ont évité de changer la structure formée par les anciens gouvernements, or ils se plaignaient de ce que la radio fonctionne sous l'emprise de l'Etat. En conséquence, le système de radiodiffusion a continué à rester prisonnier d'une forme tributaire des pouvoirs politiques au cours des années 50, mais cette fois-ci en donnant lieu à des débats politiques rigoureux. On peut avancer l'hypothèse que l'une des principales causes de ces débats est la nécessité d'un moyen de communication assez autonome dans un système qui évolue vers une démocratie relative. Mais le mode de diffusion n'a pas coïncidé avec le discours démocratique du gouvernement Menderes. Durant les années 50, le système de radiodiffusion n'a jamais pu atteindre une identité pluraliste que la démocratie exige, bien plus, aux termes des changements du Code électoral. (no : 5545), le gouvernement a trouvé l'occasion d'empêcher l'opposition de parler à la radio pour exprimer

ses idées. Cette loi interdisait à l'opposition de faire de la propagande électorale par voie de la radio ; le droit de faire de la propagande était réservé au gouvernement¹³⁹. Etant donné ces oppressions et restrictions, la radio a été considérée par l'opposition comme un symbole de la lutte de liberté d'expression. Mais l'intervention du pouvoir politique sur la presse n'était pas seulement l'apanage de l'audiovisuel, parallèlement, les nouvelles réglementations pour la presse écrite

¹³⁸ Özden Cankaya, *Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi : TRT, 1927-2000*, İstanbul, YKY, 2003, p.27.

¹³⁹ Özden Cankaya, *ibid*, p.51.

étaient en préparation. Elles prévoyaient mettre fin à une période relativement libre qui a été ouverte par la loi de 21 juillet 1950. Ce processus a débouché sur la loi du 7 juin 1956 qui modifie celle du 21 juillet 1950 réglementant le milieu journalistique. On a assisté aux manifestations organisées par le syndicat de journalistes contre les conséquences dramatiques de cette loi restrictive, comme par exemple les arrestations, les jugements, etc. des journalistes. En fin de compte, le gouvernement a supprimé le syndicat¹⁴⁰. Tous ces débats en ce qui concerne la liberté d'expression étaient seulement une partie d'une crise sociale et politique qui grandissait, peu à peu, depuis dix ans. Finalement, ce goulot d'étranglement a débouché sur un coup d'état militaire le 27 mai 1960. Le matin de 27 mai, comme toutes les institutions officielles, la radio a été prise par les militaires. Elle a été organisée cette fois-ci en fonction du point de vue du gouvernement militaire¹⁴¹. Bien plus, le jugement de Menderes, le Premier Ministre du gouvernement renversé par le coup d'état, a été diffusé en direct par la radio qui était jadis accusée d'être la voix du gouvernement par les tenants du coup d'état.

Le système de radio diffusion a transformé, conformément à l'esprit démocratique de la nouvelle constitution, en structure autonome en 1961. La nouvelle constitution avait décrit l'autonomie en référence aux notions d'impartialité, d'indépendance politique et d'indépendance financière. Cependant, on doit souligner que le système de radio diffusion n'a pas été pleinement libéré. Compte tenu des valeurs cruciales de la république, la loi de TRT (no : 359) avait délimité constitutionnellement la liberté d'expression ; d'après la loi, la TRT devait être partielle s'agissant des valeurs de la république. De plus, au sujet de l'indépendance politique, on peut dire que la loi avait des lacunes qui donnaient aux pouvoirs politiques la possibilité d'intervenir dans les émissions à certains égards. Quant à l'indépendance financière, la TRT avait la compétence de faire son budget et son programme d'investissement en vertu de la loi. Cependant le budget et le plan d'investissement de la TRT entraient en vigueur après avoir été ratifié par Ministère de Tourisme.¹⁴² A cause de ces contradictions, certains avaient tendance à voir cette nouvelle structure comme une simulation de l'autonomie. Selon eux, il était très difficile de mettre l'autonomie en application dès lors que les pouvoirs politiques

¹⁴⁰ Hıfzı Topuz, *II. Mahmut'tan Holdinglere-Türk Basın Tarihi*, p.204.

¹⁴¹ Özden Cankaya, *ibid.*, p.56.

¹⁴² Özden Cankaya, *ibid.*, p.63.

avaient la possibilité d'intervenir sur les contenus des programmes et le budget. Mais, vers les années 70, le débat a changé : on discutait désormais l'autonomie elle-même au lieu de sa forme. En fin de compte, l'autonomie a été abolie aux termes d'un changement fait dans la constitution en 1972. Entre 1974 et 1980, les émissions de radio et de télévision ont subi des interventions grandissantes des pouvoirs politiques successifs, dont la plupart étaient nationalistes et conservateurs.

Section II - La nouvelle structure de propriété dans les médias turcs

On peut dire que l'apparition d'une nouvelle structure de propriété dans les médias turcs se situe à la croisée d'une profonde modification due à un phénomène historique. Le 12 septembre 1980, les forces armées, sous la direction du général Kenan Evren, ont pris le pouvoir. Ce coup d'état, qui débouche en 1982 sur une nouvelle Constitution assez restrictive a, en grande partie, déterminé les circonstances du climat politique des années après 80. Tous les partis politiques ont été dissouts et les anciennes figures politiques, comme par exemple Süleyman Demirel et Bülent Ecevit, ont été arrêtées. Dans ces conditions-là, la figure politique la plus importante des années 80 est apparue. En 1983, malgré la pression du gouvernement militaire qui soutenait un autre partie, les électeurs ont voté massivement pour le parti Anavatan et Turgut Özal, le président de ce parti, a été nommé Premier Ministère de la république. Avec ces élections, une nouvelle étape s'est amorcée. Özal avait tendance à exercer une nouvelle politique économique libérale qui se caractérise par la déréglementation, l'ouverture au monde, le contrôle du marché par des groupes industriels au niveau macro, etc. Dans ce sens, la caractéristique de cette époque-là peut s'expliquer par le libéralisme économique, mais pas encore politique. Cette manière de pensée libérale hybride a déterminé les conditions de la déréglementation dans le secteur audiovisuel. Les chaînes privées sont apparues en grand partie sous forme commerciale et ont ignoré la potentielle démocratique des changements survenus dans la structure du secteur¹⁴³.

Il est sûr que la structure de propriété des années après 1980 se caractérise par le processus de déréglementation et la naissance des chaînes privées. Ce processus marquait un nouveau système économique où l'Etat a cédé le contrôle du

¹⁴³ Özden Cankaya, *Dünden Bugüne Radyo Televizyon*, İstanbul, Beta, 1997, p. 76.

marché au capital. Le remplacement du contrôle de l'Etat par celui du marché entraîne des bouleversements de tout ordre et brouille la mission même du pouvoir politique. Du côté des médias, ces bouleversements sont certes plus visibles dans le domaine audiovisuel, mais en fait, les transformations structurelles commencent par les changements de la structure de propriété dans le secteur de presse écrite. Comme il a déjà été souligné, la presse turque avait une structure fermée qui empêchait le capital hors média d'accéder à ce secteur. On peut dire que cette structure subit de profondes modifications avec les nouvelles réglementations économiques qui entrent en vigueur à partir du 24 janvier 1980. Ces nouvelles réglementations, qui marquent les politiques néo-libérales à venir, ont eu pour conséquence une grande augmentation sur le prix du papier journal (de 13.000 TL à 41.000 TL par kilogramme).¹⁴⁴ Dans la mesure où le prix du papier journal a augmenté, les journaux se sont orientés vers de nouvelles stratégies de publicité. Grâce à ces nouvelles stratégies qui visaient le marché libre, les recettes des journaux ont fléchi et cela a conduit les grands groupes industriels à investir dans le secteur de presse sur lequel les entreprises familiales avaient la haute main depuis longtemps. De plus, les médias étaient encore perçus comme un outil puissant, propre à influencer sur les pouvoirs politiques, alors qu'on peut penser que l'interdépendance entre l'Etat et les médias serait moins déterminante avec le processus de déréglementation. En conséquence les grands groupes industriels, en utilisant les nouvelles possibilités économiques et politiques, ont trouvé l'occasion d'infiltrer le secteur de presse et ont liquidé de plus en plus l'ancienne structure de propriété qui était, depuis longtemps, sous l'emprise des familles journalistes. Les nouveaux propriétaires des journaux ont transformé les entreprises organisées autour du journal en grands groupes de média intégrés verticalement et horizontalement.*¹⁴⁵ On a assisté à une transformation inéluctable des entreprises de communication en groupes multimédias et en oligopoles. En 1998, les cinq groupes multimédias, qui articulent plusieurs processus de production distincts, sont devenus dominants dans le secteur : Les sociétés de Doğan, de Sabah, d'Ihlas et d'Aksoy contrôlaient environ 80 % du marché.

¹⁴⁴ Gülseren Adaklı, « Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol », in Beybin Kejanlıoğlu et alii, *Medya Politikaları*, Ankara, İmge Kitabevi, 2001, p.157.

* L'intégration horizontale signifie de la fusion des firmes étant actives dans le même secteur. L'intégration verticale se marque par les investissements divers d'un group dans divers secteurs. Voir, Alev Söylemez, *Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği*, Ankara, Haberal Eğitim Vakfı, 1998, p. 13.

¹⁴⁵ Gülseren Adaklı, *ibid.*, p.156.

A partir de 1979, on a assisté à de nombreux rachats et fusions parmi les journaux turcs. Au début des années 80, Milliyet, un journal qui appartenait aux Karacan, a changé de propriétaire et a été acheté par Aydın Doğan¹⁴⁶. Les Simavi, une autre famille de journalistes, ont aussi reculé devant la concurrence survenue dans le secteur et ont préféré le quitter. En conséquence, Günaydın est passé dans d'autres mains ; le nouveau propriétaire de Günaydın était désormais Asil Nadir¹⁴⁷. Tercüman et Cumhuriyet n'ont pas été épargnés par ces mouvements de restructuration. Ils n'ont pas pu s'adapter aux transformations économiques et politiques du point de vue de l'exploitation et des relations avec les pouvoirs politiques. En conséquence, Tercüman a changé de main, mais il n'a pas pu retrouver sa position dominante d'antan.¹⁴⁸ Quant à Cumhuriyet, il a aussi subi une transformation à cause des changements structurels survenus au sein de l'entreprise. Les mouvements de restructuration ont aussi exercé une grande influence sur Hürriyet. Ce journal a attiré deux nouveaux investisseurs¹⁴⁹ : Erol Aksoy¹⁵⁰ et Aydın Doğan.

On peut dire que les années 80 se caractérisent par une transformation inéluctable des entreprises de famille en groupes multimédias. Dans le domaine médiatique, on est passé d'une situation où les investissements étaient l'apanage du secteur de presse à une nouvelle donne où les entreprises extérieures aux médias se sont intégrées dans la presse. Cette nouvelle structure a imposé une conception économique aux anciens acteurs de média. Dans la mesure où ces acteurs ne peuvent pas achever d'organiser autour d'un complexe industriel, ils devraient quitter le secteur.¹⁵¹ Le remplacement des entreprises de famille par les entreprises extérieures aux médias a donné lieu à la disparition de l'ancienne structure de propriété et a astreint les anciens propriétaires des journaux à quitter Bab-ı Ali¹⁵². Cependant il est

¹⁴⁶ Avant les années 80, Aydın Doğan possède une filiale de transportation, puis il édifie une usine grâce à l'aide du Group Koç. Il entre au secteur de presse en achetant 75 % d'Hürriyet en 1979. Voir, <http://www.biyografi.net>

¹⁴⁷ L'homme d'affaire d'origine cypriste, fortement investit dans le secteur de presse après les années 80. Il achète d'abord, en suivant les conseils de Turgut Özal, le Premier ministre de cette époque-là, le quotidien Günaydın en 1988. Puis il possède le quotidien Güneş en 1989. En 1992, il est accusé de l'illégitimité et retourne au Chypre. Voir, <http://www.biyografi.net>

¹⁴⁸ Hakan Tuncel, « Bab-ı Ali'den İkitelli'ye », p.35.

¹⁴⁹ Hakan Tuncel, *ibid.*, p.35.

¹⁵⁰ Banquier, travaille comme directeur dans quelques banques avant les années 80. En 1981, il possède İktisat Bankası. Il entre au secteur audiovisuel en achetant Show TV. Il est accusé de blanchir et il en suit la confiscation d'İktisat Bankası le 15 mars 2001. Voir, <http://www.biyografi.net>

¹⁵¹ Mustafa Sönmez, « Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Sonuçları », p.77.

¹⁵² Centre de presse où tous les journaux d'Istanbul se rassemblent jusqu'aux années 90.

très difficile de parler désormais de Bab-ı Ali ; les journaux sont préparés aujourd'hui par les grands groupes multimédias qui investissent aussi dans divers secteurs, comme par exemple le secteur de finance, d'énergie, de tourisme, de commerce, etc. Ces groupes possèdent également des sociétés dans les secteurs qui nourrissent les médias : celle de la publicité, du marketing, de la distribution et celle de l'édition.

Un autre facteur déterminant concernant la concentration du capital dans les médias était l'apparition des chaînes privées de TV au début des années 90. La première chaîne privée, Star, s'est lancée dans le secteur audiovisuel le 1 mars 1990 et on est passé d'une époque où le service public était en position de monopole à une nouvelle époque où il ne représente plus qu'une partie de l'offre télévisuelle.¹⁵³ Du reste, il était très difficile de protéger le service public par des lois à « l'âge de satellite », d'ailleurs le gouvernement n'a pas tenté de prendre position contre cette privatisation illégale. La première chaîne privée, Star 1, appartenait en partie au fils de Turgut Özal qui était Président de la République à cette époque-là et qui était favorable à la privatisation du système de radiodiffusion sonore et de la télédiffusion et à la naissance des chaînes privées. Selon lui, les émissions diffusées par satellite n'étaient pas incompatibles avec la législation en ce qui concerne la radiodiffusion et la télédiffusion.¹⁵⁴ Les lacunes législatives indiquées par le Président lui-même ont accéléré de facto le processus de privatisation¹⁵⁵ ; en conséquence, le secteur audiovisuel a attiré de nouveaux investisseurs. De cette manière, « plusieurs chaînes locales appartenant aux hommes d'affaires locaux et les autorités municipales ont ouvert la voie à la localisation et à la décentralisation de la radiodiffusion et de la télédiffusion. »¹⁵⁶

Quatre années après l'apparition de la première chaîne privée, la loi du 20 avril 1994 est entrée en vigueur dans le but de réguler la communication

¹⁵³ Dilruba Çatalbaş, « Broadcasting Deregulation in Turkey », in James Curran, *Media Organisations in Society*, London, Arnold, 2000, p.127.

¹⁵⁴ Dilruba Çatalbaş, *ibid.*, p.127.

¹⁵⁵ Avant de l'abolition du monopole d'État aux termes d'un changement fait dans la constitution de 1982 (no : 133), il y'avait plus de 1000 de radios privées et plus de 200 de télévisions privées dans le pays. Le 31 mars 1993, sous prétexte de la lacune constitutionnelle, toutes les chaînes privées (50 télévisions et 250 radios privées) sont supprimées à l'exception des stations diffusant leurs émissions par satellite. Cette décision contradictoire donne lieu aux nouveaux débats et aux manifestations qui se marquent par un slogan réputé : « Je veux ma radio ». Voir Özden Cankaya, *Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi : TRT, 1927-2000*, İstanbul, YKY, 2003, p. 256-268.

¹⁵⁶ Dilruba Çatalbaş, *ibid.*, p.127.

audiovisuelle. Cette loi est en fait un texte qui vise à mettre la Turquie en conformité avec une décision prise par les Etats membres du Conseil de l'Europe. Cette décision stipule que l'Etat signataire doit « faire en sorte que les nouveaux services et techniques d'information et de communication, lorsqu'ils sont disponibles, soient effectivement utilisés pour élargir le champ de la liberté d'expression et d'information.»¹⁵⁷ Même si la plupart des articles de la loi du 20 avril 1994 se conforment techniquement à la 'convention européenne sur la télévision transfrontière', elle a quelques stipulations qui sont incompatibles avec l'esprit de la convention. On peut dire que cette loi prévoit un contrôle strict sur les contenus des émissions et interdit la communication audiovisuelle aux partis politiques, aux syndicats, aux organisations professionnelles, aux municipalités, etc. Quant à l'application de la loi, nous observerons que la Haute Autorité (RTÜK)¹⁵⁸ a été plutôt conservatrice en ce qui concerne la liberté d'expression et d'information. Cependant elle n'était pas non plus sensible à la concentration et à la commercialisation. Etant donné que le système est incapable de résoudre la question de concurrence et de concentration, les chaînes locales ou les organisations alternatives ne sont pas aujourd'hui en position de faire concurrence aux chaînes nationales organisées au sein de grands groupes multimédias. On peut dire que la communication audiovisuelle est restée prisonnière d'une forme politique et commerciale, parce que les chaînes de radio et de télévision sont contrôlées pour une bonne part soit par l'Etat, soit par les grands groupes industriels et financiers.¹⁵⁹

Les premiers investisseurs marquants dans le domaine audiovisuel étaient les groupes financiers et les banques et de finance. Le propriétaire de la première chaîne privée, le groupe Uzan, était fortement actif dans le secteur de banque (Imar Bankası et Ada Bank). Comme le groupe Uzan, un autre banquier, Erol Aksoy, avait pour but d'être actif dans le média. Le groupe Aksoy s'est associé en priorité avec Hürriyet, un des quotidiens le plus importants de la presse turque, et puis avec Show TV. Mais par la suite il a quitté le secteur de presse et a focalisé son attention sur secteur audiovisuel. Le propriétaire de Hürriyet, Aydın Doğan, a acheté Kanal D et ces fusions et rachats ont fait du groupe Doğan l'acteur le plus dominant dans la

¹⁵⁷ « 1981-1984 : de l'euphorie à la radio commerciale », <http://perso.wanadoo.fr/aymeric.sabine/rlp/partie2.html>.

¹⁵⁸ Conseil supérieur de radio et de télévision.

¹⁵⁹ Özden Cankaya, *Dünden Bugüne Radyo Televizyon*, p.134.

communication audiovisuelle. Quant au groupe Sabah, en achetant ATV, il s'est lancé dans la communication audiovisuelle avec les partenaires actifs dans le secteur de banque. En plus, Les groupes Sabah et Doğan ont fusionné leurs circuits dans Bimaş¹⁶⁰, de même, ils ont fondé ensemble une entreprise de marketing publicitaire.¹⁶¹

Avec le temps, on assiste aux changements de quelques acteurs qui contrôlent les moyens de communication, par exemple, Dinç Bilgin¹⁶² a quitté pour une bonne part le secteur et de nouveaux rachats et fusions ont eu lieu. De plus, grâce aux nouvelles possibilités technologiques, une nouvelle étape s'est amorcée dans le secteur audiovisuel. A la fin des années 90, les acteurs dominants du secteur audiovisuel ont trouvé l'occasion de diffuser leurs émissions plus rapidement et plus efficacement grâce aux technologies du câble et du numérique. Par conséquent deux grands groupes médiatiques ont fortement investi dans ce domaine. Aujourd'hui, parmi les autres plates-formes numériques, le 'Digitürk', un investissement du Groupe Çukurova, occupe, avec sa position monopolistique, la place la plus efficace dans le secteur.¹⁶³ Avec ces nouvelles transformations et évolutions, la logique de la nouvelle structure de propriété et ses conséquences commencent à se faire plus fortement sentir et la production médiatique subit l'influence grandissante de la pensée économique.

En ce qui concerne notre étude, qui a pour but d'observer les pratiques professionnelles des reporters de télévision, notamment en matière d'information, nous devons prendre en considération les conséquences du processus de concentration. Mais, avant de passer dans la partie suivante, il nous faut mettre l'accent sur la place des deux chaînes de TV privées, dans lesquelles travaillent les reporters faisant partie de notre corpus: ATV et NTV. Les tableaux ci-dessous montrent tous les investissements des groupes industriels qui contrôlent ces deux chaînes. Cependant, on doit souligner que ce qui est important concernant la

¹⁶⁰ Une firme de circuit et de marketing que les groupes Sabah et Doğan ont fondé ensemble.

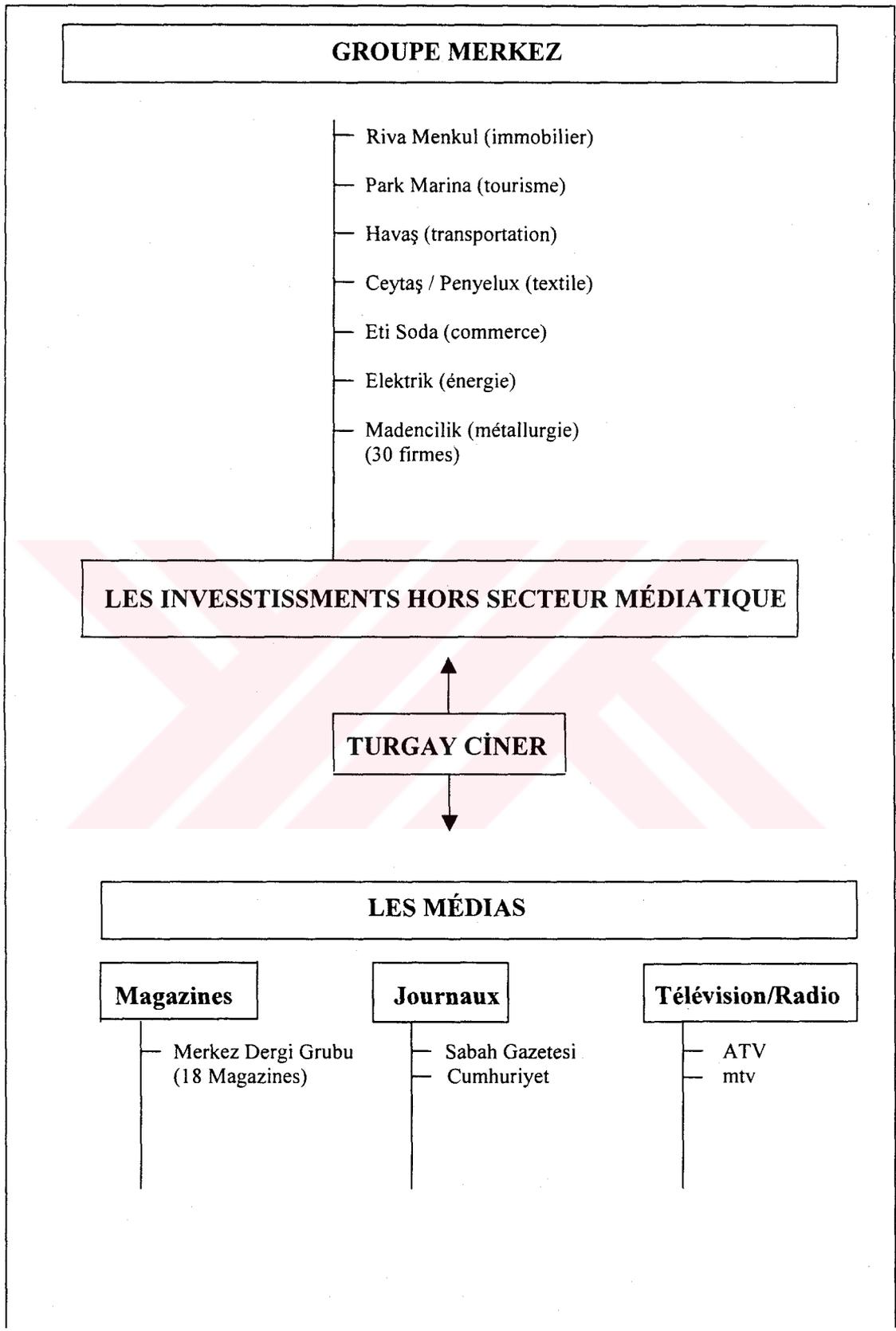
¹⁶¹ Mustafa Sönmez, « Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Sonuçları », p.81.

¹⁶² Après son éducation dans le domaine textile, il travaille comme journaliste dans le quotidien Yeni Asır qui appartient au son père. En 1979, il possède deux autres journaux d'Ege : Demokrat İzmir et Ege Ekspres. Il commence à publier le quotidien Sabah à Istanbul en 1985. Puis il édifie une chaîne privée, ATV et achète Eti Bank. Etibank est confisqué en 2001. Voir, <http://www.biyografi.net>

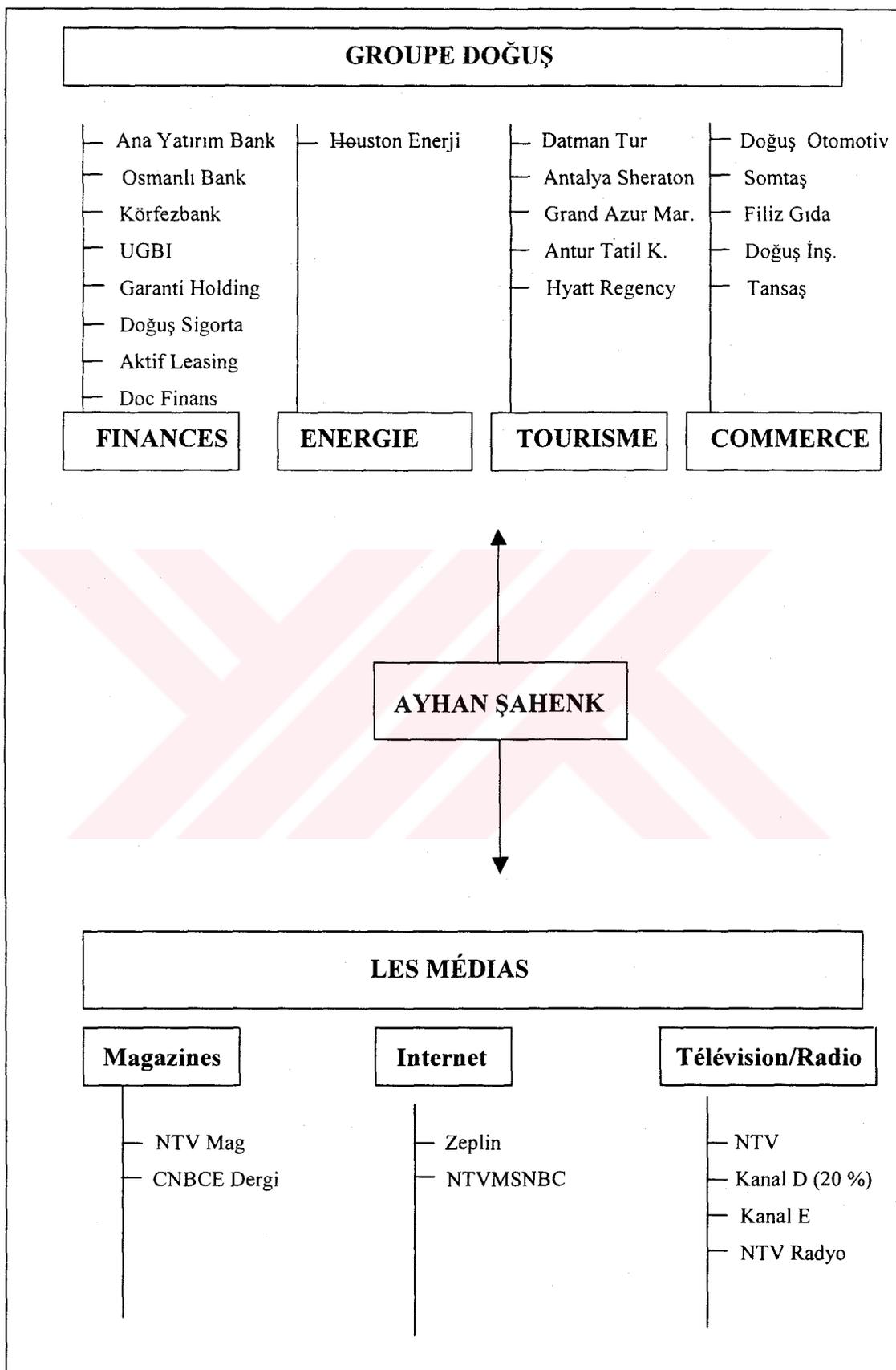
¹⁶³ La Plate-forme Digitürk rassemble plus de 100 de chaînes de télévision et de radio sous sa constitution et elle a environ 700 000 d'adhérents vivant partout tout le monde. Voir http://www.digiturk.gen.tr/digiturk_kurulus.asp

structure médiatique, c'est la logique qui contrôle le fonctionnement des médias. On peut dire que les médias agissent en fonction d'une pensée économique qui vise premièrement l'efficacité, la maximisation des recettes et la recherche de revenus publicitaires. Dans ce sens, quand nous parlons du « contrôle » des médias, nous voulons dire qu'il concerne la structure sociale au sens large. En d'autres termes, la structure médiatique ne peut pas s'expliquer par le contrôle arbitraire d'un capitaliste¹⁶⁴, c'est à dire que les acteurs dominants dans le secteur médiatique peuvent changer avec le temps mais ce qui demeure en ce qui concerne la structure médiatique, c'est le paradigme de marché.

¹⁶⁴ James Curran, « Newspapers and the Press », p.84.

Tableau 2. – Les investissements du groupe MERKEZ¹⁶⁵

¹⁶⁵ Mustafa Sönmez, *Filler ve Çimen*, İstanbul, İletişim Yay., 2003, p.26.

Tableau 3. – Les investissements du groupe DOĞUŞ¹⁶⁶

¹⁶⁶ Gülseren Adaklı, « Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol », p.163-168.

Chapitre III. Les conséquences de la concentration dans les médias turcs

Comme il a été déjà souligné, la nouvelle structure de propriété dans le secteur médiatique se caractérise par le processus de concentration. Ce que nous nous proposons de montrer dans cette partie, ce sont les conséquences du processus de concentration en ce qui concerne surtout le journalisme et la liberté d'information. Il faut faire aussi des hypothèses pour que nos analyses sur les reporters soient théoriquement significatives. Cela nous aidera à nos hypothèses sur les pratiques professionnelles des reporters qui font l'objet de cette étude.

Nous devons nous concentrer sur la transformation de la fonction primordiale de la presse avec l'émergence de la nouvelle structure de propriété. La presse écrite et audiovisuelle est aujourd'hui fréquemment appréhendée par les propriétaires des journaux et des chaînes comme un outil puissant, propre à soutenir leurs investissements hors média.¹⁶⁷ Dans ces conditions là, la liberté d'information est délimitée par les choix et les intérêts des acteurs qui contrôlent les médias. On peut dire que le contrôle de la circulation de l'information par certains groupes multimédias empêche l'audience de s'informer librement et, par ricochet, de prendre une décision cohérente face aux événements qui intéressent le public. Donc, on peut avancer l'hypothèse qu'on est passé d'une situation où les médias avaient conscience de l'importance de la fonction « d'informer », la fonction primordiale de la presse, à une nouvelle donne où ils ne sont qu'en position de « former » le public.¹⁶⁸

Deuxièmement, on peut avancer l'hypothèse que la nouvelle structure de propriété a eu pour conséquence l'émergence d'un nouveau milieu aristocratique qui est l'apanage des médias. On assiste à l'émergence d'administrateurs « professionnels » qui gagnent plus d'argent que ceux qui les ont précédé. On peut dire que ces nouveaux administrateurs agissent en fonction des intérêts de leurs employeurs desquels ils sont très proches, quand il s'agit de faire le choix entre les

¹⁶⁷ Ali Bayramoğlu, « Medyanın Krizi, Krizin Medyası. Medya Nereye ? », *İktisat İşletme ve Finans*, janvier 2003, p.14.

¹⁶⁸ Ragıp Duran, *Apoletli Medya*, İstanbul, Belge Yayınları, 2000, p.32.

normes journalistiques et les normes administratives.¹⁶⁹ En tant qu'écrivain, commentateur, administrateur d'entreprise et administrateur de journal, les 'vedettes' du milieu journalistique occupent une place dominante dans le processus de la fabrication de l'information. On peut les considérer comme les « gate-keepers » qui ont l'apanage de créer l'opinion publique, mais cette fois-ci en représentant seulement les intérêts des groupes auxquels ils appartiennent au lieu des normes journalistiques.¹⁷⁰

Un troisième facteur résultant de la nouvelle structure de propriété est la désyndicalisation des journalistes. On peut dire que le mouvement syndical recule, peu à peu, devant les politiques neo-libérales pratiquées au cours des années quatre-vingts, mais ce phénomène est plus marquant dans le milieu journalistique que dans les autres professions. En d'autres termes, le journalisme est certainement la profession où le mouvement syndical subit le plus l'influence du processus de concentration. Donc, on peut faire l'hypothèse que les journalistes ne peuvent pas indépendamment exercer leur métier étant donné les circonstances qui se caractérisent par la disparition de la solidarité professionnelle et la dénégation de la sécurité sociale.¹⁷¹

La quatrième conséquence du processus de concentration dans les médias en ce qui concerne la production de l'information est la transformation de l'information en marchandise. Sous l'influence de la logique de la nouvelle structure de propriété, un moyen de communication est d'abord vu comme une entreprise. Cette conception pousse le journal et les programmes d'information à devenir commerciaux, et les contenus des informations changent vers le divertissement. Donc, on peut dire que l'information est désormais évaluée comme une des biens qui sont offerts aux consommateurs, alors que sa fonction principale doit être d'informer le public en cherchant la réalité.¹⁷²

¹⁶⁹ Şahin Alpay, « Medyanın Krizi, Krizin Medyası. Medya Nereye ? », İktisat İşletme ve Finans, janvier 2003, p.10.

¹⁷⁰ A. Raşit Kaya, « Türkiye'de 1980 Sonrası Medyanın Gelişimi ve İdeoloji Gereksinimi », <http://dorduncukuvvetmedya.com/arsiv/akaya.htm>

¹⁷¹ Mustafa Sönmez, « Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Sonuçları », p.84.

¹⁷² A. Raşit Kaya, « Türkiye'de 1980 Sonrası Medyanın Gelişimi ve İdeoloji Gereksinimi », <http://dorduncukuvvetmedya.com/arsiv/akaya.htm>

Une autre conséquence du processus de concentration se marque par la place grandissante de la promotion et de la publicité dans les bulletins d'information. Grâce aux réunions de promotion organisées par leurs services de relations publiques, les entreprises trouvent l'occasion de faire gracieusement de la publicité par voie des bulletins d'information¹⁷³. Ces types d'inventions se rencontrent également dans les institutions publiques. On assiste aux briefings et aux voyages spéciaux organisés généralement par les institutions militaires. On doit ajouter que toutes les dépenses des participants sont couvertes par les organisateurs. Donc, on peut avancer l'hypothèse que cette situation entraîne la prédominance grandissante des intérêts privés et politiques face à l'intérêt public dans les journaux.

Une autre conséquence de la concentration concerne les sources d'information et la circulation internationale de l'information. Nous pouvons affirmer que la presse turque est fortement dépendante des sources officielles que sont l'Agence Anadolu appartenant à l'Etat, les hommes politiques et les institutions publiques. On peut prendre en considération les figures populaires et les sources étrangères.¹⁷⁴ Dans ce domaine, on doit souligner que la circulation de l'information subit aussi l'influence des grands groupes multimédias et multinationaux avec le processus de mondialisation. Donc, du processus de concentration, on peut dire que l'une des conséquences principales est la délimitation des sources d'information. Il est normal que cette situation ait pour conséquence la similitude des contenus des informations et la négligence des sujets et des événements alternatifs.

Dernièrement, on assiste au retournement du processus de fabrication de l'information. Dans la plupart des services d'information, on est passé d'une situation où le processus de fabrication de l'information s'est caractérisé par la diversification des rôles, à une nouvelle donne où il est contrôlé par les journalistes travaillant dans l'administration, ou bien dans la rédaction. Jadis, du côté des tâches et rôles, la distinction entre les *gatherers*, ceux qui collectent l'information, et les *processors*, ceux qui transforment et présentent l'information était assez claire. Les premiers étaient essentiellement tournés vers l'extérieur, vers les sources et étaient engagés dans un processus non routinier. Leur sélection et leur commentaire étaient

¹⁷³ Ragıp Duran, *Apoletli Medya*, p.34.

¹⁷⁴ Ragıp Duran, *ibid.*, p.30.

souvent imprévisibles¹⁷⁵. Avec la centralisation des rôles, on assiste à un déséquilibre qui s'accroît de plus en plus au profit des *processors* se chargeant de toutes les tâches distinctives correspondant chacune à un des échelons du processus de fabrication de l'information. Donc, on peut prétendre que cette situation a pour conséquence l'augmentation des informations sur commandes.

¹⁷⁵ Rémy Rieffel, *Sociologie des Médias*, p.99.

QUATRIEME PARTIE

L'ANALYSE DES PRATIQUES PROFESSIONNELLES DES REPORTERS DE TÉLÉVISION EN TURQUIE

Avant de passer à l'analyse des pratiques professionnelles des reporters, il nous semble nécessaire de mettre en évidence les différences entre les deux types de chaînes dont les reporters font l'objet de notre recherche : une chaîne généraliste, ATV et l'autre, NTV, une chaîne thématique d'information. Quand on parle des caractéristiques générales d'ATV, il faut d'abord souligner qu'elle doit être considérée comme une chaîne commerciale, ce que les anglo-saxons appellent « entertainment channel ». Dans ces types de chaînes, le bulletin d'information occupe seulement une partie du programme quotidien, cependant il ne faut pas ignorer l'importance de sa place face aux autres programmes, ces derniers sont positionnés généralement en fonction du bulletin d'information. « Si le journal télévisé est un programme hautement stratégique de la grille, c'est parce qu'il s'agit d'un carrefour : les cases qui le précèdent sont élaborées en vue de drainer le public et lui-même sert de vitrine aux programmes à venir »¹⁷⁶. Pour les chaînes généralistes, le bulletin est fortement en rapport avec le « prestige » de cette chaîne. On peut donc dire que la modalité de production des informations convient à la forme et au langage caractéristiques des chaînes généralistes, c'est-à-dire un langage assez populaire et ouvert à la dramatisation. Dans ce sens, les journalistes préfèrent focaliser l'attention sur un détail frappant d'un événement, c'est pour cela que l'information devient, peu à peu, une histoire, un histoire. On considère qu'il ne sert à rien de porter les mêmes événements à la connaissance des audiences de manière à imiter les chaînes thématiques qui informent plusieurs fois l'audience au cours du jour. Donc, les reporters inclinent généralement à mettre en avant les détails des faits ou des portraits de figures faisant l'objet des événements. On assiste généralement à une forme dramatique qui est soutenue par la musique, la fictionnalisation et l'animation. Dans ce contexte de dramatisation, un nouveau paradigme structure la manière de produire ; « La télévision qui, pendant 50 ans, a exprimé un pouvoir moral, esthétique, venu d'en haut, se trouve aujourd'hui dans l'obligation de composer avec la biographie de ceux qui la regardent. De citoyen passif, le citoyen spectateur veut et doit devenir le sujet de son histoire. »¹⁷⁷

¹⁷⁶ François Jost, *Introduction à l'analyse de la télévision*, p.100.

¹⁷⁷ *Idem.*, p.139.

Quant aux chaînes thématiques qui se spécialisent sur l'information, elles se caractérisent par un mode de production rapide et continu qui convient à l'esprit du paradigme de marché. Les informations ne sont pas produites pour un seul bulletin d'information, elles se partagent entre divers bulletins et sont continuellement remplacées par celles qui portent les déroulements les plus récents à la connaissance des téléspectateurs. Dans ce sens, on peut dire que la composante narrative des informations est construite par les éléments informatifs. Les détails, les faits restant à l'arrière-plan et les figures intéressantes font plutôt l'objet des programmes qui garantissent la fluidification de la grille dans une chaîne thématique. Le traitement de l'information dans les chaînes thématiques conduit certains à considérer ces chaînes comme impartiales et à leur attribuer un rôle qui se caractérise par les valeurs de diffusion (donner rapidement des informations et privilégier celles qui intéressent la majorité du public)¹⁷⁸. Mais, on doit souligner à cet égard que la façon dont les chaînes thématiques nous informent n'est pas suffisante pour juger de la logique sur lesquelles les valeurs de la chaîne s'appuient. Dans les chaînes thématiques, à l'inverse des chaînes généralistes, les valeurs de la chaîne se reflètent plutôt sur les programmes que sur le journal télévisé.

Ce que nous nous proposons de faire, en observant les pratiques professionnelles de deux chaînes différentes au point de vue du traitement de l'information, c'est de pouvoir trouver l'occasion de faire une analyse comparative sur certains points. Dans ce sens, nous avons fait des entretiens semi-directifs avec vingt reporters (dix reporters de la NTV, dix reporters de l'ATV) en suivant la catégorisation faite dans le deuxième chapitre. A partir de notre méthode et de notre approche théorique, l'objectif de ces entretiens qui portent sur la sphère subjective, la sphère organisationnelle et la sphère extérieure, a été double : d'une part observer les motivations et les attentes des journalistes eux-mêmes à l'égard de leur métier, voir leurs valeurs partagées et l'influence des critères personnels sur les pratiques professionnelles, d'autre part constater l'influence des relations organisationnelles et lois propres du journalisme sur les pratiques professionnelles et les choix personnels, voir les liens d'interdépendance entre le champ journalistique et les autres mondes sociaux (champ politique, champ économique, champ culturel, etc....), saisir

¹⁷⁸ Une distinction classique proposée par deux chercheurs américains David Weaver et Cleveland Wilhoit cité par Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.97.

l'influence des rapports de force qui sont aujourd'hui fondés, en grande partie, sur la réussite de la logique commerciale.

Les interprétations et les considérations des reporters en ce qui concerne le contexte que nous avons déterminé pour but d'observer leurs pratiques professionnelles face aux changements structurels dans les médias turcs sont une partie cruciale de notre analyse. Quand nous nous référons aux paroles des reporters, nous utilisons une lettre et un chiffre montrant à quel reporter ces paroles appartiennent en vue de garder l'anonymat. Comme par exemple, « T 1 » symbolise l'un des reporters qui travaille à la NTV, une chaîne thématique, alors que « G 1 » symbolise le premier interlocuteur travaillant à l'ATV, une chaîne généraliste.

Chapitre I. L'analyse de la sphère subjective

Section I - Une profession ou une mission ?

Dans le cas de perception du rôle des reporters, on a constaté deux tendances cruciales : l'une se caractérise par une conception professionnelle, l'autre par l'idéalisme au sens large. C'est-à-dire que les tenants de la première tendance se contentent des missions qui leur sont attribués par les normes que la profession exige, alors que ceux de la deuxième ont tendance à expliquer leur mission en dépassant les normes professionnelles. Dans ce sens, en suivant une distinction assez explicative proposée par Remy Rieffel, on peut dire que les premiers se conçoivent comme des « détectives », des chasseurs d'information, désireux de pratiquer le reportage neutre et objectif, tandis que les derniers se conçoivent comme des « missionnaires », des professionnels très souvent engagés et partisans¹⁷⁹.

On assiste à ce que les organisations professionnelles ou les pouvoirs législatifs ont très souvent tendance à expliquer les missions des journalistes dans le cadre professionnel. Selon cette vue, les journalistes sont de simples courroies de transmission qui prennent à tâche d'informer le public en fonction des codes professionnels reposant sur l'impartialité, l'équilibre et l'objectivité.¹⁸⁰ C'est donc un rôle dont les normes sont déterminées par les valeurs professionnelles, c'est-à-dire

¹⁷⁹ Remy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.97.

¹⁸⁰ Süleyman İrvan, « Medya Etiği : İlkelerin İçeriği ve Uygulamadaki Sorunlar », Doğan Tılıç, *Türkiye'de Gazetecilik (Eleştirel Bir Yaklaşım)*, İstanbul, ÇGD Yay., 2003, p.394.

une mission cadrée par les responsabilités journalistiques qui, en grand partie, refusent les valeurs personnelles. A travers notre enquête par entretiens, nous pouvons dire que les reporters de la NTV sont dans l'ensemble, en ce qui concerne la conception de rôle, plus sensible aux codes professionnels que leurs confrères de l'ATV. Il apparaît clairement que le traitement de l'information de la NTV exerce une influence sur la perception du rôle de leurs reporters. Ils se conçoivent en grande partie comme des professionnels qui informent le public : « *La fonction d'informer est la seule mission pour moi. J'ai pour tâche de donner rapidement des informations les plus justes et récentes* » (T 1). On assiste aussi à ce que certains reporters décrivent cette conception professionnelle en se référant à la mission de la NTV qui, en tant que chaîne d'information, privilégie plutôt les valeurs de diffusion. Un reporter de la NTV, T 5, note : « *Avant de parler de ma mission, on doit mettre l'accent sur le rôle de la NTV. J'agis plutôt en fonction de cette mission, c'est-à-dire que le rôle de l'organisation détermine mes choix. Le premier objectif de cette chaîne est d'informer. Par exemple, moi, je suis reporter d'économie et je dois mettre les téléspectateurs au courant du prix du fromage qui a augmenté cette semaine. Si je peux transmettre cette information, je suis censé à achever ma mission.* »

Dans le cas de la deuxième tendance, on peut dire que les principales valeurs dont il peut s'agir sont les engagements sociaux, culturels et politiques. Les reporters qui se conçoivent comme des « missionnaires » préfèrent décrire leurs missions dans le cadre de leur conception de monde plutôt que dans le cadre des critères professionnels. On peut trouver les réflexions de l'analyse de cette tendance dans deux études significatives qui ont été déjà cités : l'une est celle de Polumbaum, un travail sur les journalistes soviétiques, et l'autre, celle de Nasser, un travail portant sur les journalistes du Tiers-Monde. Selon Polumbaum le rôle des journalistes soviétiques se caractérise par sa fonction de relations publiques qui pousse les journalistes à mettre le public au courant des sujets suggérés par les pouvoirs politiques. Quant à l'étude de Nasser, elle constate que les journalistes du Tiers-Monde se conçoivent comme des enseignants qui ont pour but de créer une nouvelle nation.¹⁸¹ Ce sont bien sûr des missions assez strictes et déterminées par rapport aux missions acceptées par les reporters interrogés, ces derniers visent plutôt

¹⁸¹ Doğan Tılıç, *Utanyorum Ama Gazeteciyim*, p.61.

à résoudre les problèmes survenus au sein de la société en utilisant les instruments journalistiques. En d'autres termes, ils tendent à utiliser les normes professionnelles comme des instruments alors que les premiers les considèrent comme un objectif primordial. On peut dire que cette tendance est plutôt représentée chez les reporters de l'ATV. Parmi ceux qui suivent la deuxième tendance, un jeune reporter, G 6, met spécifiquement l'accent sur la mission de service public : « *Je suis débutant mais je crois que j'ai déjà une mission très importante. Si j'assiste à un problème ou à une corruption, je dois les porter à la connaissance du public. Mais il ne suffit pas seulement d'informer le public, on doit aussi contribuer à résoudre les problèmes. Cela doit être le premier objectif d'un journaliste qui veut servir son pays.* » Un autre reporter de l'ATV, G 5, décrit cette mission idéaliste en référence au pouvoir que les journalistes détiennent : « *En tant que journaliste, j'ai une responsabilité sociale, parce que je sais que les journalistes détiennent une sorte de pouvoir qui a une vertu évolutive. Nous devons focaliser l'attention sur les problèmes sociaux, parce que la mission confiée à un journaliste exige de s'intéresser aux problèmes sociaux. Un citoyen ne peut pas facilement mettre les pouvoirs publics au courant des problèmes auxquels il assiste, mais un journaliste peut le faire.* »

Pour juger objectivement de la façon dont les reporters se conçoivent comme des missionnaires, il nous semble nécessaire de prendre en compte les problèmes survenus en pratique quand les reporters agissent en fonction des engagements divers. Comme on l'a déjà souligné, pour les reporters interrogés, ces engagements sont perçus comme des outils efficaces pour mieux exercer la profession, c'est-à-dire que les reporters qui agissent comme missionnaires ne se plaignent pas d'agir d'une manière partielle quand il s'agit des intérêts publics. Cependant Ragıp Duran souligne, en se référant aux normes professionnelles suivies par les journalistes du quotidien *Le Monde*, que les journalistes doivent absolument refuser les engagements économiques et organisationnels¹⁸², parce que ces engagements menacent sérieusement l'indépendance journalistique. On peut dire que la question d'indépendance est le problème le plus important de nos jours où la structure de propriété des médias a fortement changé. Comme nous l'avons déjà souligné, dans ce contexte de commercialisation et de concentration, un nouveau paradigme formé par les lois du marché structure en grande partie les engagements

¹⁸² Ragıp Duran, *Apoletli Medya*, p.50.

des journalistes¹⁸³, par conséquent les intérêts publics ont tendance à remplacer, de plus en plus, les intérêts privés. Dans ce sens, parmi les reporters qui se conçoivent comme des « missionnaires », certains mettent l'accent sur les aspects négatifs de cette manière de perception de rôle. Selon eux, on assiste généralement à un abus du pouvoir des journalistes: « *Certains journalistes ont tendance à abuser du pouvoir qu'ils soutiennent. Je sais que le journalisme est un métier exceptionnel. Les journalistes ont la haute main sur l'opinion publique. Je peux facilement influencer les téléspectateurs. Je ressens fortement ce pouvoir et je m'efforce toujours de ne pas en abuser* » (G 10). Un autre reporter se plaint à cet égard de ce que la profession exercée au nom du public serve désormais les intérêts privés : « *Cette profession est fréquemment considérée comme une arme. Vous pouvez vous mettre en colère avec quelqu'un mais vous ne pouvez pas vous bagarrer avec lui dès lors que vous tenez un microphone à la main. Le journalisme n'est pas un métier de distinction propre à privilégier les journalistes par rapport au reste de la société. C'est sûr qu'un journaliste doit interroger, questionner, mais il le fait au nom du public, pas à son nom propre.* » (T 7)

Quant aux « détectives », pour eux, c'est la mission d'information qui empêche l'abus de la profession : « *Certains journalistes exagèrent leur mission. Je pense que ce comportement mène à la mégalomanie. C'est sûr que les journalistes ont une mission publique mais ils ne doivent pas tenter de diriger la société. Les médias ont tendance à diriger la société en Turquie, or la mission d'un journaliste consiste à informer le public. Les journalistes ne doivent pas outrepasser cette mission pour que la profession se protège de la puissance des intérêts économiques, politiques et personnels* » (T 4) On peut dire que les reporters interrogés s'accordent en grand partie sur le fait que le rôle des journalistes soit aujourd'hui fréquemment considéré comme un outil puissant par les audiences, propre à privilégier les intérêts privés. Selon eux, la profession a moins de prestige qu'auparavant. Même s'ils font des définitions idéales de leur mission, ils ont conscience de la perte de valeur par la profession au cours du changement structurel survenu dans les médias. Dans un système médiatique commercialisé, il est très difficile de parler du bon fonctionnement de la mission d'information. Parce que dans ce contexte d'intérêts économiques, une nouvelle mission structure la manière d'exercer la profession : la

¹⁸³ Orhan Koloğlu, « Medya, Devlet ve Sermaye », *Birikim*, p.75.

« mission » de former, c'est-à-dire d'influencer les attitudes, de faire de la propagande, déterminer les opinions, etc.¹⁸⁴ On assiste par conséquent à ce que la mission d'information soit remplacée par « mission » de former entraîne un bouleversement de tous les ordres et brouille le rôle des médias.

Section II - La source de motivation : processus de production ou produit soi-même ?

Pour saisir la source des motivations des reporters, nous avons interrogé les avantages et les inconvénients du métier. Les réponses, en ce domaine, se divisent en deux : les premières représentent le point de vue de ceux qui mettent l'accent sur le processus de production de l'information et les avantages du métier et les dernières soulignent l'importance du produit lui-même en ce qui concerne la source de motivation. Les reporters qui préfèrent expliquer la source de leur motivation en se référant à la première catégorie pensent qu'ils exercent leur métier dans un processus non routinier. Selon eux, c'est une profession peu monotone et souvent imprévisible. Les réponses en ce qui concerne les avantages du métier et l'originalité du processus de production sont similaires. En voici quelques raisons : une certaine autonomie ou liberté pour gérer son temps ; une possibilité d'enrichissement personnel grâce aux contacts et aux rencontres avec des personnalités de tous horizons ; le plaisir des voyages et de la découverte, etc. Par exemple un reporter de la NTV dit que le dynamisme du métier le motive : *«Ce qui me stimule dans cette profession, c'est le dynamisme du métier. Notre vie ne se limite pas à un travail de bureau, nous avons l'occasion de voyager et de connaître beaucoup de gens. Ça n'est pas une tâche routinière, nous ne savons jamais ce que nous allons rencontrer.»* (T 7) A partir de ce point de vue, on peut prétendre que les motivations de quelques-uns des reporters interrogés proviennent de ce que la profession est susceptible de satisfaction individuelle. On doit souligner à cet égard que « l'amour » de la profession n'est pas en rapport avec le métier lui-même, il concerne plutôt ses avantages. Dans ce contexte de satisfaction individuelle, les avantages du métier varient en fonction des caractéristiques des reporters. En nous référant aux propres paroles des reporters, nous pouvons suivre comment la satisfaction individuelle ignore le produit : *«Ce métier nous procure l'avantage de nous trouver dans certains endroits, dans*

¹⁸⁴ Ragıp Duran, *Apoletli Medya*, p.32.

certaines conditions que nous ne pouvons pas avoir en temps normal. De plus, j'adore l'impression d'être un témoin des événements en train de se réaliser. C'est un métier très excitant. » (T 2) « Je ne sais pas où je me trouverai ou ce que je ferai demain. Ce sentiment d'aventure m'enthousiasme. » (T 9) « Nous nous différencions des gens moyennes quand il s'agit de faire quelque chose d'exceptionnel, comme par exemple partir pour un pays peu connu. C'est un privilège. » (G 5)

On assiste aussi à ce que les reporters mettent l'accent sur certains inconvénients du métier même s'ils sont d'accord sur ses avantages. Quelques déceptions et incertitudes se rencontrent aussi dans le milieu : le stress, les horaires décalés, les salaires bas, la vie familiale perturbée, la mauvaise image de la profession, etc. Dans ce cas de figure on peut parler d'une sorte de tirailerie entre les avantages et les inconvénients du métier. Cependant les avantages l'emportent sur les inconvénients et les aspects négatifs du métier sont relégués au second plan puisque la plupart des reporters considèrent leur métier comme une profession exceptionnelle et passionnante : *« Je compare ma relation avec la profession à une relation d'amour. De la haine à la passion, elle implique toutes les émotions, qui sont l'apanage de l'amour. Mon métier, c'est toute ma vie et je sais que je ne pourrai jamais le quitter » (G 7),* ou bien *« Le journalisme est un métier de masochiste, les reporters ignorent souvent les inconvénients du métier. Je m'en plains quelquefois, mais pour rien au monde je ne changerais de métier. » (T 6)* Un autre reporter met l'accent sur la sous-rémunération des reporters et compare la satisfaction matérielle avec la satisfaction morale : *« Pour le boulot qu'on fait, on est un peu sous-payé. L'argent qu'on gagne n'est pas à la mesure des difficultés de notre profession mais l'amour de la profession l'emporte sur les inconvénients pécuniaires. Par exemple, je n'avais que 500 dollars quand je suis arrivé au Koweït l'année dernière et je n'avais pas de gilet pare-balle au cours de la guerre. » (T 4)*

La deuxième tendance dans ce domaine est marquée par les réponses qui privilégient le produit lui-même. C'est-à-dire que les reporters représentant la deuxième catégorie mettent l'accent plus sur la satisfaction professionnelle que la satisfaction individuelle : l'appréciation par les audiences, l'apparition de tous les éléments de l'information, l'efficacité, le bon fonctionnement de la mission d'informer, etc. Ce sont surtout ces deux derniers points qui sont soulignés par les

reporters interrogés. En d'autres termes les reporters qui attachent de l'importance à la satisfaction professionnelle sont ceux qui tiennent compte, en privilégiant les conséquences positives des informations transmises, les intérêts publics et qui se sentent motivés en fonction des effets des informations sur l'opinion publique : « *Si l'information que j'ai préparée implique un message efficace et qu'elle incite les audiences à réfléchir sur le sujet faisant l'objet de cette information, je suis satisfait.* » (G 3) G 4 de l'ATV cite dans le même ordre d'idée qu'il est très difficile de prévoir les effets d'un message à longue échéance : « *Les informations sont perpétuellement remplacées par d'autres, c'est pour cela qu'il est très difficile de produire des informations efficaces. Si l'on peut transmettre un message important par la voie de l'information, notre motivation augmente.* » (G 4) Un reporter de la NTV, T 4 déclare qu'il est motivé en fonction de sa performance dans le processus de production de l'information et cette performance est fortement en rapport avec l'accomplissement d'une mission publique : « *On est motivé fortement, si l'on découvre quelque chose qui n'a pas été dévoilée jusqu-là et si cette nouvelle information sert à résoudre un problème social ou bien dérange quelqu'un en allant à l'inverse de ses intérêts* ».

Même si ces derniers mettent l'accent sur le fait que l'accomplissement d'une mission publique renforce en grande partie leur motivation, il est certain que les difficultés survenues dans le processus de production et de transmission de l'information entraînent des déceptions en ce qui concerne l'accomplissement des missions publiques. Selon la plupart des reporters qui visent l'efficacité de l'information, la satisfaction professionnelle est assombrie par un point noir : la transformation de l'information en marchandise. C'est aussi ce que constate Vincent Mosco, en se référant à l'interférence du paradigme de marché et des médias qui caractérisent la société postindustrielle et l'âge d'information : la production médiatique satisfait aujourd'hui les besoins d'une société à la carte (*pay-per society*). « Nous voyons l'évidence de la société à la carte tout autour de nous. On paye par appel pour le téléphone, par vision pour la télévision, par sphère occupée sur l'Internet. Les annonceurs payent par locuteur, par téléspectateur, par personne quand ils passent une annonce ». ¹⁸⁵ Dans une société à la carte, les productions médiatiques se transforment infailliblement en marchandises qui, perpétuellement,

¹⁸⁵ Vincent Mosco, « Information in the Pay-Per Society », p.4.

sont vendues aux locuteurs, aux téléspectateurs ou aux audiences visées. En vertu de cette logique, les médias doivent mettre en circulation les nouveaux produits pour qu'ils puissent satisfaire les demandes variées et incessantes d'une société à la carte. Cette circulation exerce de même une influence sur l'information télévisée¹⁸⁶. Dans ce contexte de remplacement rapide, les informations consommées sont compensées par d'autres et les reporters se chargent de collecter rapidement les informations les plus récentes pour le prochain journal télévisé.

C'est surtout ce dernier point qui est évoqué par les reporters interrogés. Les interprétations ou bien les plaintes dans ce domaine sont relativement similaires : l'influence négative de la restriction de temps dans le processus de production. Un reporter de la NTV se plaint de ce que l'information d'aujourd'hui n'est pas perpétuelle : *« Je pense que c'est désormais un produit de fabrication. C'est un processus très rapide. On assiste parfois au remplacement de l'information que l'on a préparée par une autre. Dans ce cas de la circulation, l'information vieillit rapidement. »* (T 9) Le reporter de l'ATV, G 7 met spécifiquement l'accent sur les caractéristiques du langage télévisuel en ce qui concerne la vitesse du processus de fabrication de l'information : *« Je pense que la circulation rapide des informations est l'apanage du langage télévisuel. Comme on le sait, une émission de télévision se consomme à l'instant de sa diffusion. On doit faire le montage d'une information de quatre minutes en l'espace de dix minutes. Comment peut-on en être satisfait ? »*. Selon G 4 de la ATV, un reportage adéquat ne sert à rien si elle n'est pas prête à temps pour le journal télévisé : *« Etant donné la restriction de temps, on ne peut pas préparer l'information comme il faut. L'information doit être rédigée quand le journal télévisé a commencé. On dit que la meilleure information est celle qui est prête à temps ! »* On peut dire que tous ces inconvénients donnent lieu à de profonds changements dans la pratique de reportage. C'est-à-dire que la pratique de reportage est en train de se transformer en 'reportage pratique' : *« L'absence de l'un des éléments d'une nouvelle, comme par exemple une image ou un détail important, ne sert pas de prétexte à l'absence de cette nouvelle dans le bulletin. On doit la préparer pour l'heure du bulletin. Par exemple, quand il nous manque certaines images absents, on utilise souvent des images d'archives ou on fait de simples trucs de montage »* (G 8). Un reporter de la NTV met l'accent sur l'une des conséquences

¹⁸⁶ A. Raşit Kaya, « Türkiye'de 1980 Sonrası Medyanın Gelişimi ve İdeoloji Gereksinimi », <http://dorduncukuvvetmedya.com/arsiv/akaya.htm>

importantes de la 'fabrication' de l'information en tant que produit, ce qui n'a pas été mentionné par les autres reporters : l'obligation d'oublier les sujets précédents. « *On doit oublier l'information qu'on a préparée dès l'instant de sa diffusion et puis on doit concentrer tous nos efforts sur l'information suivante. Or un bon reporter doit suivre les conséquences et les effets des informations précédentes. Mais c'est impossible pour les reporters qui préparent à peu près dix informations par jour* » (T 5). Dans ce contexte de circulation rapide, on peut dire que l'une des conséquences négatives est la perte d'initiative des reporters en ce qui concerne le choix des sujets : « *On me charge parfois de reporter des sujets qui ne m'intéressent pas. Je prépare quand-même cette nouvelle tout en sachant qu'elle ne me satisfera pas. Mais il n'y a rien à faire, c'est une obligation.* » (G 2)

Avec l'essor du paradigme de marché, une nouvelle manière de consommation s'est articulée aux attitudes de consommation de la société de consommation¹⁸⁷ : la consommation des produits médiatiques.¹⁸⁸ C'est-à-dire qu'il ne faut pas limiter par erreur la relation entre les médias et les consommateurs à la publicité, cette dernière ne représente qu'une partie de cette relation¹⁸⁹. Dans la société à la carte, les produits médiatiques sont offerts sous forme des menus. Alors que les téléspectateurs consomment ceux qui satisfont leurs besoins ou leurs attentes, les professionnels des médias se chargent de fabriquer les produits que les menus comportent. Dans ces conditions-là, la production de l'information se transforme, de plus en plus, en une tâche routinière et le journalisme est en train de devenir un métier de transfert et de transcription.¹⁹⁰

Section III – Esprit amateur

On peut dire que les spécialistes ne sont pas encore d'accord sur le fait de savoir si le journalisme est une profession ou pas. Pour bien saisir la provenance de ces débats continuels, il nous semble nécessaire de comparer les caractéristiques du journalisme avec la définition de la profession. Selon Theodorson, une profession est

¹⁸⁷ Une notion proposée par Jean Baudrillard pour décrire la caractéristique la plus marquante de la société postindustrielle. Voir, Jean Baudrillard, *La Société de Consommation*, Paris, Denoel, 1970.

¹⁸⁸ L. Doğan Tılıç, *2000'ler Türkiye'sinde Gazetecilik ve Medyayı Anlamak*, İstanbul, Su Yayınları, 2001, p.68.

¹⁸⁹ L. Doğan Tılıç, *ibid*, p.68.

¹⁹⁰ Ragıp Duran, « Muhabirin Ölümü », <http://www.bianet.org/2002/12/12/15210.htm>

un métier qui nécessite pour son exercice par des compétences supérieures. Elle exige une grande expérience et de l'adresse, qualités vitales pour satisfaire les besoins du public ou bien des clients privés. Il faut une éducation profonde et spécialisée et une discipline rigide. Toutes les professions formulent des codes et des normes éthiques dans le but d'interroger la qualité du métier exercé.¹⁹¹ Une autre définition faite par Bernard Barber met l'accent sur les points qui sont aussi cités dans celle de Theodorson. Selon Barber les professions ont quatre caractéristiques distinctives : une connaissance systématique et développée en ce qui concerne la profession, garder les intérêts publics, les normes éthiques formées sous la tutelle des organisations volontaires et le fonctionnement du mécanisme de contrôle, la distribution des rémunérations.¹⁹²

On peut dire que le journalisme correspond à ces définitions à plusieurs égards. Cependant, il est très difficile de prétendre que le fonctionnement du journalisme coïncide complètement avec celui des autres professions.¹⁹³ On peut dire que le début du 20^{ème} siècle correspond au processus de professionnalisation du journalisme. En voie de la professionnalisation, le journalisme a subi de profonds changements depuis lors. Dans ce contexte de professionnalisation, on peut dire que l'un des importants facteurs était la fondation des organisations de métier. On assiste au fait que ces organisations créent avec le temps les codes et les normes éthiques dont elles tiennent les journalistes responsables. De même, on rencontre aujourd'hui des facultés, écoles ou académies qui prennent à tâche la formation journalistique. De plus, plusieurs concours sont organisés pour couronner les journalistes qui ont réussi. Cependant, quand il s'agit de la catégorisation faite par Barber, il est très difficile de prétendre que le journalisme est un profession. Avant tout, on ne peut pas parler d'une relation directe entre les journalistes et leurs clients (audiences, lecteurs ou téléspectateurs). C'est aussi un métier inconditionnel, tout le monde peut devenir journaliste. Il n'y a pas des normes éthiques répandues sur lesquelles tous les journalistes sont d'accord ou des valeurs strictes partagées. De plus, le journalisme ne s'appuie pas sur une connaissance intellectuelle et académique qui détermine en grande partie le fonctionnement des professions. On peut donc dire que le

¹⁹¹ Une définition faite par Theodorson, cité par Doğan Tılıç, *Utanyorum Ama Gazeteciyim*, p.57.

¹⁹² J. Iggers, *Good News, Bad News : Journalism Ethics and The Public Interest*, Colorado, Westview Press, 1999, p.391.

¹⁹³ Süleyman İrvan, « Medya Etiği : İlkelerin İçeriği ve Uygulamadaki Sorunlar », in L. Doğan Tılıç, *Türkiye'de Gazetecilik*, p.391.

médiatique. C'est aussi ce qu'ont souligné la plupart des reporters interrogés en se référant à leurs propres expériences : les connaissances académiques ne coïncident jamais avec le processus de fabrication en pratique. « *Si l'on tente de pratiquer les connaissances académiques, on se retrouve du chômage en peu de temps. Il y'a huit ans, j'avais été chargé de préparer une nouvelle sur un suicide. Le défunt était étudiant à la faculté de communication dont j'étais diplômé. On avait besoin d'une photographie du défunt et l'éditeur m'a chargé de trouver sa photographie. Je suis allé à la faculté et j'ai demandé la photographie du défunt au Doyen. Mais il s'est mis en colère contre cette demande et il a dit que ça n'était pas éthique. Je pense qu'il avait raison de son côté, cependant, si j'avais suivi à la lettre la formation que j'ai eue, je n'aurais pas pu exercer ce métier jusqu'à présent* » (G 10).

Un autre critère distinctif d'une profession se caractérise par les normes déontologiques qui sont l'apanage de l'exercice de ce métier. Quant au journalisme, les principes éthiques sont perpétuellement à l'ordre du jour et il n'y a pas de consensus de base sur l'application de ceux-ci. Les paroles des reporters interrogés confirment, en ce qui concerne les normes éthiques, les différenciations en pratique qui proviennent de la nature contradictoire de ces principes.

Section IV - Impartialité ou conscience ?

On peut dire que les discussions relatives à l'éthique de journalisme proviennent des mythes de l'impartialité, de l'équilibre, de la neutralité et de l'objectivité sur lesquels les principes éthiques reposent. Les normes que les journalistes suivent pour arriver à la meilleure version disponible de la vérité sont généralement déterminées à partir de ces notions. Par exemple, l'objectivité est acceptée encore comme credo fonctionnel par la plupart des journalistes américains. Il est exalté par les vedettes de la profession en tant qu'idéal crucial.¹⁹⁸ Cependant, les tenants de la tradition critique considèrent le concept de l'objectivité comme un 'rituel stratégique' qui, comme l'a souligné Gaye Tuchman, cache l'hypocrisie professionnelle et la partialité inéluctable dans la nature du processus de fabrication de l'information.¹⁹⁹ C'est aussi ce que dit l'Ecole de Glasgow en se référant à la composante idéologique des informations : « les mythes de l'impartialité, de

¹⁹⁸ The Missouri Group, *News Reporting and Writing*, p.16.

¹⁹⁹ The Missouri Group, *ibid*, p.16.

contraintes objectives pour bien saisir les pratiques professionnelles des reporters. C'est aussi ce que nous avons souligné dans le deuxième chapitre en nous référant au travail dirigé par Alain Accordo : l'analyse sociologique peut rester un peu simpliste si elle se concentre seulement sur la responsabilité des « acteurs », en les accusant ou en les excusant, ou au contraire, si elle dispense des « acteurs » de leurs propres actions en mettant en cause des facteurs objectifs extérieurs. Il nous semble nécessaire d'observer la marge de manœuvre des reporters face aux contraintes organisationnelles et voir en fonction de quels facteurs organisationnels et sociaux les lois propres au milieu journalistiques sont déterminées et exercées.

Chapitre II. L'analyse de la sphère organisationnelle

Section I - La pratique de reportage est-elle en voie d'élimination ?

En nous référant à la distinction de Jeremy Tunstall, désormais devenue classique, on peut qualifier les reporters de « *gatherers* ». Selon Jeremy Tunstall, deux tendances s'affrontent au sein d'une entreprise médiatique : celle incarnée d'une part, par les *gatherers*, ceux qui collectent l'information, et celle représentée d'autre part par les *processors*, ceux qui transforment et présentent l'information.²⁰² Dans ce sens, les reporters sont ceux qui se tournent essentiellement vers l'extérieur, vers les sources et s'engagent dans un processus non routinier, c'est-à-dire une tâche peu monotone et souvent imprévisible comme la vérification de l'authenticité des informations, leur sélection et leur commentaire.²⁰³ Mais cette définition reste aujourd'hui en peu utopique étant donné le remplacement de la recherche de la qualité par celle de la quantité dans les médias, c'est pour cela que les journalistes sont en voie de marginalisation. « Le système n'en veut plus. Il pourrait fonctionner sans eux. Ou, disons plutôt qu'il consent à le faire avec eux, mais en leur confiant un rôle moins décisif : celui d'ouvrier à la chaîne, comme Charlot dans *Les Temps Modernes* ». ²⁰⁴ En complément cette observation assez explicative sur le fonctionnement actuel de la profession, on doit souligner le déséquilibre de plus en plus croissant entre les *processors* et les *gatherers* : avec la standardisation de la pratique de reportage et la centralisation des rôles, on assiste à un déséquilibre qui

²⁰² Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.98.

²⁰³ Rémy Rieffel, *ibid.*, p.99.

²⁰⁴ Ignacio Ramonet, *La Tyrannie de la communication*, Paris, Gallimard, 2001, p.93.

s'accroît de plus en plus au profit des *processors* se chargeant de toutes les tâches distinctives correspondant chacune à l'un des échelons du processus de fabrication de l'information. Les reporters interrogés se plaignent en grande partie de l'augmentation des informations demandées par l'administration : « *On doit préparer les informations demandées par les éditeurs sans les interroger. Ce sont plutôt les informations sans frais. Il me semble que ça n'est pas le choix de l'éditeur, c'est une contrainte structurelle. Comme on le sait, les entreprises médiatiques sont passées dans d'autres mains avec le temps. Les propriétaires actuels ne sont pas journalistes et ils visent le profit. Les valeurs journalistiques ou bien le bon fonctionnement de la profession ne les intéressent pas. Le journalisme d'investigation est mort, parce qu'il est onéreux. Les sujets qui exigent l'investigation ne sont probablement pas acceptés par l'éditeur, parce que cette structure le contraint à viser d'avantage l'efficacité* » (G 3). Dans le même ordre d'idée, un autre reporter de l'ATV souligne l'influence négative de la logique commerciale dominant sur l'imprévisibilité du métier : « *Aucun reporter ne peut agir arbitrairement, tout est évident dans une organisation, c'est-à-dire ce que les reporters collecteront et comment ils les composeront. On ne peut pas suivre l'évènement qu'il a choisi ou on ne peut pas travailler sur le même évènement pendant quinze jours. C'est incompatible avec les attentes économiques.* » (G 7) Suivant cette perspective, l'un des reporters de la NTV pointe du doigt un problème négligé en grande partie par les autres : la similitude de contenu entre les informations. « *Etant donné la concurrence, les chaînes suivent le chemin les brisées des autres. On assiste quelquefois à ce que l'éditeur vous demande de préparer une nouvelle de la même manière que les autres chaînes. Ça donne lieu à la routinisation du métier* » dit-T 8.

Pour les grands groupes industriels qui investissent dans le secteur médiatique, l'un des rôles les plus importants des médias est de créer une certaine synergie entre différents investissements des propriétaires. Dans ce domaine, à l'exception de certaines méthodes connues, comme par exemple la publicité directe, les programmes spécifiques concernant les secteurs auxquels ce groupe investit, les promotions, etc., l'information occupe en cachette une position stratégique. On parle ici des intimidations effectuées par les grands groupes médiatiques et par les actionnaires-propriétaires des médias qui ont compris que l'information n'était pas

seulement un instrument de propagande, mais pouvait rapporter de l'argent.²⁰⁵ C'est dans ce sens-là, qu'on a interrogé les reporters sur le poids de la recherche de la synergie sur les informations fabriquées sur commande. On assiste à ce que l'information est aujourd'hui regardée comme un outil puissant, propre à mettre en synergie les différents investissements d'un grand groupe industriel et que les reporters préparent de temps en temps des papiers qui visent à sauvegarder les intérêts économiques du groupe dont ils font partie. Les réponses dans ce domaine sont relativement similaires. Selon eux, la perception de l'information comme un instrument propre à assurer une certaine synergie dans un groupe économique est due aux changements structurels dans les médias ou bien à l'augmentation de poids de l'économie sur la production de l'information. Dans cette optique, ils soulignent la pression des lois du marché en fonction desquels tous les secteurs d'activité agissent aujourd'hui : « *Je redoute d'être chargé de préparer un papier qui vise les intérêts du groupe, mais en fin de compte, c'est une réalité...* » (G 6). « *Cette chaîne fait partie d'un grand groupe industriel. Comment peut-on exempter l'organisation de ses intérêts ? Cette structure se normalise de plus en plus, c'est une situation très inquiétante...* » (T 4). « *L'enjeu d'information sur commande ne consiste pas seulement en pressions extérieures, il concerne aussi les contraintes intérieures. Je me plains de préparer les informations concernant les activités du groupe, mais j'ai les mains liées...* » (G 2).

On a aussi observé que les influences négatives du système médiatique de nos jours sur l'exercice du journalisme ont eu pour conséquence l'apparition de quelques trucages dans le traitement des sujets sur commande. Cette situation pousse les reporters à cacher les intérêts privés faisant l'objet de l'information dans la mesure du possible, à privilégier les messages plus globaux dans une information sur commande : « *Si l'on a occasion de traiter d'un sujet sur commande en fonction de son point de vue, on se sent un peu mieux...* » (G 6). « *Faire passer d'une manière distincte les intérêts du groupe de l'information est incompatible avec la déontologie, mais c'est une contrainte à l'heure actuelle. Dans ces conditions-là, on tend à normaliser cette information, c'est-à-dire, la purifier des messages abusifs dans la mesure du possible...* » (T 8). « *Quand je suis contraint de préparer une information sur commande, je cherche à privilégier les éléments informatifs et ceux*

²⁰⁵ Ignacio Ramonet, *La tyrannie de la communication*, p.100.

qui intéressent la majorité du public... » (T 1). Les réponses des reporters interrogés concernant l'enjeu de synergie et d'information sur commande montrent donc l'existence de deux tendances dans ce domaine : d'une part chercher spontanément à appliquer les principes journalistiques dans n'importe quelle situation, d'autre part s'adapter facilement à cette situation.

Au-delà des objectifs commerciaux, dans le cas de l'information demandée, on peut dire que l'un des points obscurs dont il s'agit, qui est en rapport tout naturellement avec le précédent, c'est l'influence des rapports de force sur la production de l'information. Selon la plupart des reporters interrogés, à la différence de l'intervention éditoriale ayant l'apanage du fonctionnement routine de la profession, l'influence excessive des rapports de force sur l'exercice du journalisme obscurcit de plus en plus la fonction du reporter et induit la pratique de reportage en simple processus de transfert et de transcription : *« L'intervention éditoriale est nécessaire au bon fonctionnement du métier. Il y a des étapes définies dans le processus de production de l'information. C'est normal. Ce processus provient de la division du travail et de la distribution des tâches. Mais certaines conditions inversent ce processus. Quand il s'agit des informations relatives aux intérêts du groupe dont l'organisation fait partie, le reporter collecte seulement les données. Dans cette situation-là, l'information est complètement préparée en « amont ». » (G 2). Les paroles d'un autre reporter de l'ATV résument précisément le bouleversement du processus de production de l'information : « Par exemple le patron demande au directeur d'afficher une erreur du concurrent et le directeur en appelle au reporter. La mission du reporter consiste seulement à trouver un document qui puisse embarasser la partie adverse. Les hommes qui occupent une position importante sont ceux qui décident de l'utilisation de ce document. » (G 3) Partant des expériences des reporters interrogés, on peut dire que la prolifération des informations demandées n'est pas un cas exceptionnel dans les médias turcs. On assiste à ce que la plupart des reporters subissent régulièrement des contraintes organisationnelles dans ce domaine. Mais on assiste aussi à ce que les reporters interrogés, à l'exception de quelques reporters expérimentés, ne résistent pas à ces contraintes même s'ils n'en sont pas contents : *« Quand je regarde à la télé l'information sur commande que j'ai préparée, je me sentis mal. Je sais que ce n'est pas éthique. Il y a beaucoup de problèmes sociaux, culturels et économiques, mais**

on prépare les informations concernant les feuillets diffusés par leur chaîne ou bien concernant l'audimat. D'après moi tous ces problèmes concernent le système médiatique actuel, il n'y a plus rien à faire. » (G 8) Pour éprouver ce jugement pessimiste, il nous semble nécessaire de prêter l'oreille aux paroles des reporters interrogés sur leur marge de manœuvre face aux contraintes organisationnelles.

Section II - La transformation des relations organisationnelles

« C'est l'institution qui devient le 'gate-keeper', et ce qui pouvait paraître arbitraire au niveau individuel apparaît suivre une logique rationnelle au niveau de l'organisation ». ²⁰⁶ C'est ce qu'a constaté Gieber en 1964, en analysant le travail de seize différents « *wire editors* » en ce qui concerne la sélection des dépêches. Une organisation est en effet d'abord une entreprise qui, pour atteindre les buts qu'elle se fixe, vise l'efficacité, la maximisation de l'audience et la recherche de revenus publicitaires. Mais l'organisation est aussi une institution qui se donne des missions, qui défend souvent des valeurs, des principes, brigue l'honneur, non seulement d'informer, mais de participer au bon fonctionnement de la démocratie et la création d'une opinion publique critique bien informée ²⁰⁷. Dans ce sens, on peut dire que la « logique organisationnelle » ne serait pas en position d'appréhender les journalistes à moins que les buts principaux soient assombris par les intérêts commerciaux et les rapports de force. Pour assurer l'équilibre de cette tiraille, entre les buts économiques et les principes journalistiques, il faut garantir l'indépendance éditorial. En d'autres termes, les directeurs de la rédaction ou bien les éditeurs doivent avoir conscience de ce que le pouvoir qu'ils exercent provient des valeurs professionnelles et des principes journalistiques même s'ils l'exercent au nom du patron. ²⁰⁸ En fait, la plupart des reporters interrogés croient que l'organisation insiste sur l'indépendance éditorial dans la mesure du possible. Cependant ils sont conscients de ce que l'intervention éditorial ne peut pas être exercée indépendamment des rapports de force. C'est aussi ce que nous avons souligné en nous référant à Rémy Rieffel : « Les singularités du champ journalistique renvoient aux liens d'interdépendance entre ce champ et les autres mondes sociaux, aux rapports de force qui s'y instaurent, et qui

²⁰⁶ Patrice Flichy, Dominique Pasquier, « Programme et Professionnelles », in Paul Beaud et alii, *Sociologie de la Communication*, p.552

²⁰⁷ Remy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.99

²⁰⁸ Doğan Tılıç, *Utanyorum Ama Gazteciyim*, p.239.

sont aujourd'hui fondés, en grand partie, sur le succès de la logique commerciale, de la loi du marché ».²⁰⁹ La plupart des reporters interrogés se plaignent de la manière dont les rédacteurs en chef exercent leur pouvoir sous quelques contraintes. Selon eux, les directeurs ont toujours le dernier mot et on ne rencontre plus les discussions rigoureuses au sein de l'organisation sur une meilleure fabrication de l'information. Car l'industrialisation de l'univers de l'information parcellise l'activité des journalistes et réclame de celle-ci une rentabilité immédiate²¹⁰, c'est pour cela qu'ils ne sont pas aujourd'hui en position d'insister sur les valeurs journalistiques. C'est désormais l'efficacité qui dirige le secteur médiatique. « Progressivement, le secteur médiatique est gagné, à son tour, par le néolibéralisme, et l'information tend à être de plus en plus sous-traitée à des journalistes précaires corvéables à merci qui travaillent à façon et fabriquent une information sur commande »²¹¹ dit Patrick Champagne, c'est-à-dire que le journalisme est aujourd'hui devenu une industrie et la profession a perdu son équilibre établi par la confrontation entre les objectifs commerciaux et les visées professionnelles au détriment des principes journalistiques. On peut donc dire que la marge de manœuvre des reporters face à leurs supérieurs a disparu en grande partie : *« Ce qui est le fondement du journalisme, c'est la discussion ; le combat de faire accepter son sujet, le refus de la superficialité, la défense de sa nouvelle, etc. Mais, les reporters ne disposent pas aujourd'hui d'une meilleure maîtrise de leurs sujets ou bien de leurs nouvelles qu'auparavant. Le débat n'existe plus. Jadis il était normal de soulever une discussion sur le traitement des faits, aujourd'hui, cela ne se rencontre plus dans les médias. Du reste, les directeurs préfèrent les reporters dociles qui n'entrent pas en discussion avec eux. »* (T 4) D'autre part, certains d'entre eux croient que la limitation de la marge de manœuvre des reporters a pour cause le clivage croissant des missions au sein du milieu journalistique. Selon eux les restructurations économiques et les phénomènes de concentration de presse ont affecté le statut de chacun. On constate des disparités fortes à l'intérieur du milieu : le déséquilibre au sein du milieu s'accroît de plus en plus au profit de quelques vedettes de l'écran et des directeurs de la rédaction et cela n'est pas de bon augure pour l'exercice de la marge de manœuvre. Car, ces derniers exercent une influence excessive sur l'organisation même s'ils ne constituent qu'une petite frange :

²⁰⁹ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.101.

²¹⁰ Ignacio Ramonet, *La tyrannie de la communication*, p.96.

²¹¹ Patrick Champagne, « La censure journalistique », *Les Inrockuptibles*, 16 décembre 1998, cité par Ignacio Ramonet, *ibid.*, p.94

« Parallèlement à la restructuration économique des médias, les relations organisationnelles ont subi de profondes modifications. Il y a aujourd'hui des vedettes à forte visibilité, comme par exemple les grands reporters à la télévision, ou les directeurs de la rédaction qui présentent les journaux télévisés. Mais ces vedettes cachent d'une population de journalistes réduits à l'état de soutiers. On n'a plus un rôle distinguable et cela donne lieu à la perte d'initiative. Je sens que je perds de plus en plus ma marge de manœuvre » (T 9).

On a aussi constaté le fonctionnement d'un certain mécanisme d'autocontrôle au niveau institutionnel. Dans ce sens, les reporters interrogés parlent dans l'ensemble d'un consensus de base qui protège tacitement les objectifs de l'organisation. Selon eux, les conflits forts ne se rencontrent pas à moins que les journalistes ne forcent leur marge de manœuvre. Pour les reporters de l'ATV, les objectifs organisationnels sont plutôt déterminés par les rapports de force et les intérêts de l'entreprise. Ils savent où finissent les principes journalistiques et où commencent les intérêts organisationnels : « Les directeurs ne font pas pression sur nous. Nous fabriquons quelquefois des informations sur commande, mais pas sur pression. Cependant on ne peut jamais préparer un papier qui soit en opposition avec les intérêts de son entreprise. On connaît nos limites ... » (G 7) « On parle ici la même langue. Quand on prépare un papier, on prend toujours en considération les inconvénients organisationnels... » (G 2) « On agit automatiquement en fonction des repères qui existent tacitement sous le contrôle des intérêts organisationnels... » (G 10) Quant aux reporters de la NTV, leur marge de manœuvre est plutôt restreinte aux principes journalistiques de l'organisation : « Les critères journalistiques de la NTV l'emportent sur ceux des reporters. On doit exempter ses opinions et sentiments du contenu de l'information... » (T 1). « On agit systématiquement en fonction des critères définis par l'organisation... » (T 3). « Non seulement les jugements personnels mais aussi les valeurs professionnelles sont tous déterminés par la logique organisationnelle. On prépare les informations en fonction du point de vue de l'organisation... » (T 8)

Comme on le voit dans les paroles des reporters interrogés, les choix professionnels des reporters sont restreints tantôt en fonction des relations d'intérêt, tantôt des principes journalistiques définis par l'organisation. Soit par les mythes

d'impartialité, de neutralité, et d'objectivité, soit par les rapports de force et d'intérêt, la marge de manœuvre des reporters est fortement délimitée et les reporters manquent de plus en plus d'initiative. Dans ce sens, il nous semble nécessaire d'interroger pourquoi les reporters restent silencieux devant la perte de prestige et de dignité du métier et pourquoi ils ne sont pas en position de redéfinir sa morale et sa déontologie. La crainte primordiale est indéniablement celle de l'absence de la sécurité sociale, et cette appréhension trouve sa justification dans la disparition du mouvement syndical.

Section III - Le milieu le plus exploité

Dans le cas de l'exercice du journalisme, on peut dire que l'un des phénomènes les plus déterminant est la désyndicalisation du milieu journalistique ou bien l'abolition tacite du syndicat dans les médias. En fait, il fut en temps où le mouvement syndical était extrêmement actif dans le milieu journalistique. Entre les années soixante et quatre-vingt, le taux de syndicalisation était assez haut parmi les journalistes et le syndicat avait un certain poids dans la presse.²¹² Mais avec les années quatre-vingts, on assiste au phénomène de désyndicalisation. De surcroît, ce phénomène était plus marquant dans le milieu journalistique que dans les autres professions. Dans les années quatre-vingt-dix, les journalistes turcs ont entièrement perdu leurs droits syndicaux dont ils profitaient depuis vingt ans. On peut dire que le journalisme est actuellement la seule profession dont la plupart des travailleurs ne sont pas syndiqués.²¹³ Les causes de cette situation sont variées, même s'il y a une certaine relation entre elles. Le premier facteur marquant : les inconvénients qui découlent du climat politique des années après 80. Comme nous l'avons déjà précisé, le 12 septembre 1980, les forces armées, sous la direction du général Kenan Evren, ont pris le pouvoir, et ce coup d'État, qui débouche en 1982 sur une nouvelle Constitution assez oppressive, a, en grand partie, déterminé les circonstances du climat politique des années après 80. Dans ces conditions-là, il était très difficile de parler du mouvement syndical actif sous un régime antidémocratique ; du reste, des centaines de dirigeants syndicaux avaient été emprisonnés et les droits syndicaux ont été de plus en plus supprimés par les changements législatifs mis en vigueur après

²¹² Şükran Soner, « Türkiye'de Gazeteciliğin Örgütsel Sorunları : Büyüyen Medya Küçülen Örgütler », in Doğan Tılıç, *Türkiye'de Gazetecilik*, p.341-343.

²¹³ Doğan Tılıç, *Utaniyorum ama Gazeteciyim*, p.207-217.

1980.²¹⁴ Cependant, dans le domaine économique, une nouvelle étape, qui se caractérise en grande partie par les politiques de déréglementation, d'ouverture au monde, de la diminution de l'activité de l'Etat sur le marché au profit des groupes industriels au niveau macro, etc., s'est amorcée, et le secteur médiatique n'a pas été épargné par ces mouvements de restructuration. Dans le cas de l'affaiblissement du mouvement syndical, on peut dire que l'un des principaux facteurs dont il s'agit est le changement structurel vers la commercialisation et la concentration.²¹⁵ Car un milieu journalistique organisé et l'ordre de travail appuyé sur le système de convention collective soient en raison inverse des intérêts représentés par voie des médias.²¹⁶ De plus, dans un système médiatique sur lequel les lois du marché exercent une grande influence, les droits syndicaux, ou bien la liberté d'organisation syndicale était assez onéreuse. Cependant, on doit souligner à cet égard que le milieu journalistique n'a pas suffisamment résisté à l'attaque antisyndicale. En 1991, au lieu de chercher à entretenir le mouvement syndical, la plupart des journalistes turcs ont préféré démissionner du syndicat. A cette époque-là, on a assisté à un manque de solidarité contre la menace de chômage.²¹⁷ Les reporters interrogés soulignent à cet égard que le manque de solidarité est encore l'un des problèmes principaux dans le milieu. En conséquence, le syndicat est seulement actif dans deux agences de presse aujourd'hui: l'une est Anadolu Ajansı, une agence publique, et l'autre est Anka Ajansı. Même si les journalistes de Cumhuriyet Gazetesi sont encore syndiqués, ils ne sont pas soumis au régime de convention collective.²¹⁸ Alors, comment les reporters interrogés exercent leur métier dans une situation où les droits démocratiques et la garantie de l'emploi ont peu à peu disparu. Ils voient deux inconvénients à cela : le premier concerne la rémunération des reporters, le deuxième touche l'exercice du métier. Dans le cas de la rémunération des reporters, ils croient que le manque de la garantie de l'emploi donne lieu à l'exploitation économique : *«Le secteur médiatique suce le sang des journalistes. C'est le secteur dont les travailleurs sont les plus exploités. Cela découle de la disparition du mouvement syndical.»* (T 3) *« On est toujours en butte à la menace du chômage. C'est une profession susceptible d'être exploitée.»* (G 8) *« Etant donné l'appréhension du*

²¹⁴ Şükran Soner, « Türkiye'de Gazeteciliğin Büyüyen Sorunları : Büyüyen Medya Küçülen Örgütler », in Doğan Tılıç, *Türkiye'de Gazetecilik*, p.350.

²¹⁵ Doğan Tılıç, *Utaniyorum ama Gazeteciyim*, p.211

²¹⁶ Şükran Soner, « Türkiye'de Gazeteciliğin Büyüyen Sorunları : Büyüyen Medya Küçülen Örgütler », in Doğan Tılıç, *Türkiye'de Gazetecilik*, p.352.

²¹⁷ Şükran Soner, *ibid.*, p.352.

²¹⁸ Şükran Soner, *ibid.*, p.353.

chômage, on consent à être sous-payés. » (T 6) « On ne gagne pas sa vie compte tenu du labeur qu'on investit. Pour remédier aux inconvénients économiques, il faut reconstruire le mouvement syndical. » (G 10) Ils remarquent aussi que cette situation est en contradiction avec les tâches dont s'acquitte le journalisme, comme par exemple défendre les droits démocratiques, porter les problèmes sociaux à la connaissance du public, etc. : « J'ai préparé plusieurs papiers concernant les ouvriers licenciés mais je ne peux pas le faire quand il s'agit un journaliste licencié. C'est une contradiction tragi-comique qui découle tout naturellement de la disparition des droits syndicaux. N'importe quel homme peut avoir l'occasion de publier un problème qui le concerne par la voie des médias, mais les travailleurs des médias eux-mêmes n'ont pas le droit de porter leurs problèmes à l'ordre du jour. » (T 9) « La presse a la charge de défendre les droits démocratiques de tous les citoyens, mais contradictoirement, les journalistes ne peuvent pas protéger les leurs. » (T 4) « Je suis un prolétaire exploité, j'ai en même temps la charge de porter les problèmes des prolétaires à l'ordre du jour ; une situation contradictoire. » (G 2)

Le deuxième inconvénient visible : l'influence négative de l'attaque antisyndicale sur l'exercice du journalisme. Selon les reporters faisant le point sur le fonctionnement du métier, pour assurer la qualité du travail du journaliste et son indépendance, il faut procurer à celui-ci des conditions de travail libres assurés par les droits syndicaux : « Je crois que la désyndicalisation exerce une grande influence sur l'exercice du journalisme. Il est très difficile d'agir librement dans ces conditions-là. On est toujours en butte au stress. » (G 8) « On ne sait pas ce qu'on va rencontrer demain. On peut se retrouver au chômage en un tournemain. C'est une pression trop grande qui fait qu'on touche craintivement les touches de l'ordinateur. » (G 1) « Les journalistes manquent de sécurité sociale, c'est-à-dire ils ont un avenir vague. Si tant est qu'un journaliste soit licencié, personne n'en entend parler de cela ou ne pas l'entendre de cette oreille là. C'est pour cela qu'on exerce son métier dans un certain dilemme. » (T 9)

Comme on l'a déjà souligné, il n'est pas question, dans cette étude, de porter l'attention seulement sur les pratiques internes à l'entreprise, mais saisir l'ensemble des interdépendances internes et externes. C'est dans ce sens-là qu'on a tenté d'analyser la sphère organisationnelle sous le rapport des relations de force qui

sont aujourd'hui fondées, en grande partie, sur le succès de la logique commerciale, de la loi du marché. Dans le cas des pressions externes, on peut dire que l'un des facteurs est aussi la manière dont certaines lobbies (classe politique, entreprises, associations, etc.) font pression sur les journalistes pour faire passer l'information²¹⁹. Reste à évoquer donc cette sphère extérieure, en d'autres termes les relations des reporters avec leurs sources et avec le public.

Chapitre III. L'analyse de la sphère extérieure

Section I - Une relation de coopération avec les sources

Dans le cas des mécanismes d'interdépendance entre sources et journalistes, on a observé que les reporters interrogés sont régulièrement en butte aux pressions de certains lobbies visant à faire passer l'information. Selon eux, les sources ont souvent tendance à façonner l'information en fonction de leur point de vue. En revanche, les reporters ne se contentent pas de et ne consentent pas à véhiculer des significations totalement définies par leurs sources. Dans ce cas, les reporters cherchent, en grande partie, un équilibre entre les demandes des sources et les valeurs journalistiques pour que les relations entre les journalistes et leurs sources soient fondées sur une certaine coopération. Il leur semble nécessaire d'être toujours alertes face aux manipulations probables des sources : *« Toutes les sources ont tendance à façonner l'information à partir de leurs conceptions. Quand il s'agit d'une telle pression, on essaye de les persuader de ce que cette information ne peut pas être diffusée de la façon dont ils l'ont traitée. »* (G 1) *« On écrit de temps en temps les papiers à partir des bulletins d'information préparés par certaines associations, comme par exemple les firmes, les associations officielles, etc. Un bon reporter est celui qui traite ce bulletin en priorité en fonction des valeurs journalistiques mais pas du point de vue de ceux qui l'ont préparé. »* (G 2) *« Quand il s'agit des relations avec les sources, les reporters risquent d'être manipulés. Notamment les sources officielles, c'est-à-dire la police, les hommes politiques, etc., essayent de façonner l'information selon leurs conceptions. C'est pour cette raison que les reporters doivent toujours être alertes et sceptiques. »* (T 2) *« Les reporters*

²¹⁹ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.101.

doivent prendre des mesures contre le risque d'être abusé. Un bon reporter est celui qui peut contrôler les demandes de ses sources. On doit empêcher les sources de rompre l'équilibre entre eux au détriment des journalistes. » (T 4)

Quoi qu'il en soit, les reporters interrogés ont aussi conscience de l'importance de la perpétuité des relations avec leurs sources et il leur semble nécessaire de coopérer toujours avec eux. Pour garantir cette relation, il faut gagner la confiance de la source, car dans le cas de l'interdépendance des acteurs, l'un des inconvénients importants dont il s'agit est la perte de confiance. Dans le milieu journalistique, ce phénomène est qualifié de 'tuer la source', et 'tuer la source' signifie, pour un journaliste, se tuer.²²⁰ « *Il faut instaurer une relation intime pour inspirer confiance. Ce qui est le plus important pour un reporter, c'est de garantir la perpétuité des relations avec les sources. » (T 4) « Il faut créer une relation proche avec les sources. C'est une obligation dans un marché compétitif. Un reporter a besoin de sources crédibles et puissantes pour pouvoir suivre les faits de première main. Car, dans un milieu concurrentiel, les reporters sont contraints d'être les premiers sur l'événement. » (T 5)* La perpétuité de la relation est si importante que les reporters privilégient parfois les significations définies par les sources même s'ils n'ont pas valeur d'information : « *Pour garantir l'information suivante, on traite parfois les informations à partir des conceptions des sources. C'est une situation exceptionnelle, mais une exigence aussi pour la perpétuité de cette relation. » (T 2)* On peut en tirer la conclusion que les relations entre reporters et sources sont fondées plutôt sur une stratégie de coopération pragmatique et rationnelle. En effet, comme l'a souligné Michael Schudson dans une étude de 1988, ils (reporters et sources) visent respectivement à tirer profit de cette relation.²²¹ Dans ce sens, « *il serait hasardeux de déclarer un groupe vainqueur au détriment de l'autre* »²²² Dans ce cas, certains lobbies (classe politique, entreprises, associations, et syndicats, etc.) cherchent à maintenir et à accroître la dépendance des journalistes à leur égard alors que ces derniers tentent de se libérer de l'emprise de ces sources pour sauvegarder une certaine autonomie.²²³

²²⁰ Doğan Tılıç, *Utanyorum Ama Gazeteciyim*, p.181.

²²¹ Michael Schudson, « The Profession of Journalism in the United States », in Hatch N. O., *The Professions in American History*, Notre Dame, University of Notre Dame Presse, 1988, cité par Doğan Tılıç, *Utanyorum ama Gazeteciyim*, p.181.

²²² Jean M. Charron, *La production de l'actualité*, Québec, Boréal, 1994, p. 369.

²²³ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.102.

Dans le cas du rapport avec les sources d'information, il nous semble nécessaire de focaliser l'attention aussi bien sur la nature de cette coopération que sur son exercice. Dans ce domaine, on a observé que la plupart des reporters interrogés étaient fortement dépendants de certaines sources d'information même s'ils ne sont pas contents d'être de simples courroies de transmission et de véhiculer des messages formés par eux. A la question : « Quelles sources d'information utilisez-vous ? », les réponses sont relativement similaires : les hommes politiques, les porte-parole officiels, la police, les forces armées, les entreprises, etc. La plupart des chercheurs travaillant sur la relation entre les journalistes et les sources montrent aussi que ces sont les sources les plus dominantes sur la fabrication de l'information. Dans son étude de 1978, Stuart Hall les qualifie des *descripteurs primaires*.²²⁴ Ce concept met l'accent sur le fait que les explications des hommes politiques ou les bulletins de presse préparés par les entreprises se transforment en information à l'instant de sa préparation sous forme de nouvelle.²²⁵ Peu importe comment les reporters les réécrivent, leur provenance ne change pas, du reste, être dans la dépendance de mêmes sources approche de plus en plus la conception du reporter de celle de la source. Ce phénomène se rencontre plutôt chez les reporters de police et de politique.²²⁶ De plus, le poids excessif de certains lobbies sur la fabrication de l'information a pour conséquence l'élimination des autres éléments sociaux du processus de communication. On peut dire qu'il est très difficile de garantir et de développer le pluralisme des médias et d'assurer les conditions nécessaires à l'exercice de la liberté d'information dans une situation où les journalistes subissent, en grande partie, l'influence des pouvoirs politiques.²²⁷ Par ailleurs, les reporters sont aussi en butte aux influences et aux pressions exercées sur le contenu de l'information, en particulier par la publicité et les annonceurs.²²⁸ Avec l'essor du paradigme du marché et le poids croissant de l'économie sur les médias, on assiste à la disparition de la séparation traditionnelle entre rédaction et publicité. A partir des paroles des reporters interrogés, on a constaté que les acteurs économiques (entreprises, patronat) font tous des efforts pour faire passer l'information : « Les

²²⁴ Stuart Hall, *Policing the crisis : Mugging, the State and Law and Order*, London, Methuen, 1978, cité par Doğan Tılıç, *Utanyorum ama Gazeteciyim*, p.180.

²²⁵ Doğan Tılıç, *Utanyorum ama Gazeteciyim*, p.180.

²²⁶ Doğan Tılıç, *ibid.*, p.183.

²²⁷ Ragıp Duran, *Apoletli Medya*, p.32-33.

²²⁸ Ignacio Ramonet, *La tyrannie de la communication*, p.99.

entreprises organisent souvent les voyages pour les journalistes. On peut considérer ces voyages comme des activités de promotion. On doit prendre en considération les intérêts économiques de son organisation, sinon on pourrait perdre son travail. La vitalité de la presse est due à cela. » (T 6) « Les entreprises font des efforts pour se mettre en relation avec les reporters d'économie. Par exemple, j'ai été invité à un voyage à l'étranger par une firme étant active dans le domaine de l'industrie de défense. » (T 1) Les reporters soulignent aussi certains inconvénients de cette relation intime : « Au cas où on participerait à un réunion publicitaire, l'information serait en butte d'être façonnée par les organisateurs. » (T 9) « Les méthodes utilisées par les firmes pour faire passer l'information peuvent être considérées comme la subordination. Il ne s'agit bien sûr pas d'une pression, pourtant on se sent obligé de prendre en considération leurs demandes. » (T 4)

Dans le cas de la relation entre journalistes et sources, l'un des grands problèmes est la confusion qui existe entre l'univers des relations publiques et celui de l'information. « Les acteurs économiques, politiques, sociaux ou culturels produisent de l'information, ont leur propre bulletin et leurs propres responsables de la communication. »²²⁹ Ces institutions fournissent aussi des informations aux journalistes et leur demandent de les diffuser.²³⁰ Les paroles des reporters interrogés confirment cela. Selon eux, quelques anciens journalistes se situent à la croisée de ces deux univers : celui des relations publiques et celui de l'information : « Les services de relations publiques des institutions emploient plutôt les anciens journalistes. Cela leur procure une position avantageuse qui garantit une relation forte entre l'institution et les entreprises d'information. Les responsables de la communication connaissent probablement soit un éditeur soit un reporter dans une organisation et lui demandent son aide pour faire passer l'information. Par exemple je connais un journaliste qui est en même temps directeur des relations publiques d'une firme. » (G 1) C'est aussi ce qu'a constaté Ignacio Ramonet : « Il ne s'agit bien sûr pas d'un ordre, mais d'une suggestion qui peut être formulée de manière extrêmement séduisante et convaincante... La communication, dans ce sens-là, est 'un discours émis par une institution et qui flatte celle-ci'. »²³¹

²²⁹ Robert Tixier-Guichard et Daniel Chaize, *Les Dircoms. A quoi sert la communication ?*, Paris, Le Seuil, 1993, cité par Ignacio Ramonet, *ibid.*, p.102.

²³⁰ Ignacio Ramonet, *ibid.*, p.103.

²³¹ Ignacio Ramonet, *ibid.*, p.102-103.

En ce qui concerne les sources d'information, on a constaté que les reporters sont aussi fortement dépendants, en même temps que des sources classiques citées ci-dessus, des autres médias, comme par exemple les quotidiens, l'Internet, les agences nationales ou multinationales, etc. Dans ce cas de figure, la pratique de reportage se réduit de temps en temps à la recombinaison des informations déjà diffusées par d'autres médias. En d'autres termes, cette forte dépendance rabaisse les reporters au rang de retoucheurs de dépêches d'agence²³² qui adaptent les informations existantes au langage télévisuel. La plupart des reporters interrogés considèrent cette situation comme l'abus du labeur d'un autre journaliste, mais selon eux, ce problème concerne plutôt la conception des entreprises audiovisuelles que celle des reporters. Car, étant donné que les organisations visent plutôt l'efficacité économique, elles tendent à utiliser les sources existantes dans le système médiatique au lieu de renforcer leur propre réseau d'information, c'est pourquoi les reporters sont souvent contraints de réécrire les informations qui circulent dans un réseau de communication contrôlé par les grands groupes multimédias. « Ce sont toujours les mêmes qui cuisinent les repas en utilisant les mêmes ingrédients, c'est pour cela qu'ils nous offrent toujours le même menu »²³³ explique Duran. Autrement dit, le problème de délimitation des sources d'information donne lieu à la similitude des contenus des informations et à la négligence des sujets et des événements alternatifs.

Section II - Une relation occasionnelle avec le public

Au sujet de l'analyse de la sphère extérieure, une autre question centrale est celle de la place du public dans le processus de fabrication de l'information. Les différentes études menées sur les rapports des journalistes avec le public montrent que les journalistes ont, dans l'ensemble, un rapport plutôt distancié avec leur public.²³⁴ Dans son étude de 1979, Herbert Ganz avait constaté que les journalistes américaines n'avaient pas idée du niveau de connaissance du public auquel ils s'adressent.²³⁵ Donc, qui étaient le public pour eux, puisqu'ils ne s'adressaient pas à

²³² Ignacio Ramonet, *ibid.*, p.93.

²³³ Ragıp Duran, *Apoletli Medya*, p.30.

²³⁴ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.102.

²³⁵ Voir Herbert Ganz, *Deciding What's News*, New York, Vintage Books, 1979, James Curran, « Newspapers and the press », Adam Briggs & Paul Cobley, *The Media : an Introduction.*, cité par

une population fictive. Dans son étude de 1994, Jean Charron avait qualifié cette population du milieu journalistique et familial, « c'est-à-dire, les collègues de travail, les personnalités avec lesquelles ils ont en contact permanent qui constituent pour eux le public immédiat. »²³⁶ Cet écart entre les journalistes et leur public fait aussi l'objet d'une autre étude importante menée par Philip Schlesinger. Etudiant les rapports entre les journalistes de la BBC avec leur public, il arrive au même constat : le public reste une abstraction et c'est le journaliste qui est son propre public.²³⁷ Selon lui, la BBC est dépourvue de points de contact efficaces avec le public auquel sont destinées les informations, parce que les journalistes partagent avec d'autres employés des médias le privilège d'habiter une tour d'ivoire²³⁸. En reprenant les explications des reporters, on peut dire que cette métaphore est aussi évidente dans le secteur médiatique en Turquie. Dans la mesure où les nouveaux acteurs du secteur médiatique considèrent la communication comme industrie, l'écart entre la presse et le public s'est accru : « *Jadis, l'homme de la rue était l'une des sources d'information pour moi. Mais aujourd'hui, on n'a plus contact avec le public. Les journalistes sont restés prisonniers des grands « Media Plazzas »*²³⁹. *Ils vont au travail avec leurs voitures. Je pense qu'on a perdu les points de contacts avec le public.* » (G 3) « *Jadis, il y'avait une relation forte entre les journalistes et le public. Les nouveaux centres de presse isolés ont détaché les journalistes du public auquel ils s'adressent, autrement dit, la profession s'est isolée dans son intérieur.* » (T 4)

Les reporters interrogés se plaignent aussi de ce qu'ils ne peuvent pas trouver le temps de se mettre en contact avec leur public. L'accélération du processus de fabrication de l'information, qui découle tout naturellement de l'industrialisation du système de communication, pousse les reporters à focaliser l'attention plutôt sur le produit lui-même que les attentes des téléspectateurs pour lesquels ils la produisent. C'est pour cette raison que certains reporters se réfèrent aux attentes et besoins de leurs pairs ou des personnalités avec lesquelles ils sont en contact permanent, quand il s'agit des attentes du public. Par exemple, on s'appuie sur l'opinion de son grand-père, quand il s'agit d'une information en ce qui concerne les

Patrice Flichy, Dominique Pasquier, « Programme et Professionnelles », in Paul Beaud et alii, *Sociologie de la Communication*, Paris, Reseaux, 1997, p.552.

²³⁶ Jean Charron, *La production de l'actualité*, cité par Remy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.101.

²³⁷ Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, p.102.

²³⁸ Philip Schlessinger, « Le chaînon manquant ; le 'professionnalisme' et le public », *Réseaux (Dossier ; Sociologie de la télévision : Europe)*, n° 44/45, Paris, CENT, 1990, p.155.

²³⁹ Les nouveaux centres de presse construits en dehors du Centre-ville.

problèmes des retraités. Pourtant, dans le cas des rapports des journalistes avec le public, les reporters occupent une position plus avantageuse que leurs collègues dits « assis » (secrétaires de rédaction, chefs d'émission, présentateurs, etc.). Etant donné que les premiers sont essentiellement tournés vers l'extérieur, ils trouvent de temps en temps l'occasion d'entrer en contact avec les gens qui se trouvent à l'instant à la scène : « *Quand on est sorti pour suivre n'importe quel évènement, les gens les entourent. Ils parlent souvent de leurs problèmes. C'est une occasion pour pouvoir connaître le public auquel on s'adresse.* » (G 5) « *Quand on fait des reportages dans la rue, on rencontre des personnes de tous horizons. Au moment de ces reportages, on tâte le pouls du public.* » (G 7) « *Je pense que les reporters sont ceux qui sont le plus proche du public dans le milieu, parce qu'ils exercent leur métier au sein des évènements.* » (T 4) « *On passe la plupart de son temps hors du bureau. On cause souvent avec les gens, c'est pourquoi il n'est pas question de se mettre en contact avec le public pour nous.* » (T 8) Quoi que les reporters aient, dans une certaine mesure, l'occasion d'entrer en contact avec l'homme de la rue, il est très difficile de faire une analyse optimiste concernant la place du public dans le processus de fabrication de l'information. Car, les paroles des reporters montrent qu'il s'agit ici d'une relation occasionnelle plutôt que systématique établie sur l'initiative des reporters.

CONCLUSION

A partir de nos analyses sur les pratiques professionnelles des reporters interrogés, on peut dire qu'il ne s'agit pas d'un fort clivage entre les reporters de l'ATV et ceux de la NTV en ce qui concerne l'exercice du métier. Nous assistons seulement à quelques différences qui découlent, d'après nous, des caractéristiques de ces chaînes. Etant donné que la NTV est une chaîne thématique spécialisée sur l'information, les reporters de la NTV se conçoivent plutôt comme des « détectives », des chasseurs d'information, désireux de pratiquer le reportage neutre et objectif. En d'autres termes, ils se contentent des missions qui leur sont attribués par les normes que la profession exige. A travers notre enquête par entretiens, nous pouvons dire que les reporters de la NTV sont dans l'ensemble, en ce qui concerne la conception de rôle, plus sensible aux codes professionnels que leurs confrères de l'ATV. Quant aux reporters qui travaillent à l'ATV, une chaîne généraliste, ils se conçoivent comme des « missionnaires », des professionnels très souvent engagés et partisans. Dans le cas de la deuxième tendance, on peut dire que les principales valeurs dont il peut s'agir sont les engagements sociaux, culturels et politiques. Les reporters qui se conçoivent comme des « missionnaires » préfèrent décrire leurs missions dans le cadre de leur conception de monde plutôt que dans le cadre des critères professionnels. Dans le même ordre d'idée, les reporters de l'ATV mettent dans l'ensemble l'accent sur les valeurs subjectives pour garantir la meilleure version disponible d'une information. Selon eux, l'application des normes éthiques est fortement en rapport avec l'exercice du journalisme et avec l'éthique personnelle, c'est-à-dire les particularités de la profession, l'expérience journalistique et la responsabilité personnelle. En revanche, les reporters de la NTV soulignent l'importance des concepts d'impartialité, d'objectivité et de neutralité dans le cas du traitement des événements. Selon eux, il est impossible d'appliquer les principes éthiques tant que les critères personnels influencent l'exercice du journalisme. En résumé, les reporters de l'ATV visent plutôt à résoudre les problèmes survenus au sein de la société en utilisant les instruments journalistiques alors que ceux de la NTV tendent à utiliser ces instruments pour informer impartialement le public.

A l'exception de ces quelques différences de conception concernant leur perception de rôle et leurs missions, les reporters de ces deux chaînes subissent relativement mêmes contraintes, c'est pour cela qu'il s'agit de pratiques professionnelles plus ou moins similaires qui sont exercées, en grand partie, sous l'influence des rapports de force qui sont aujourd'hui fondés sur le succès de la logique commerciale et de la loi du marché. En ce qui concerne l'influence de la sphère subjective sur les pratiques professionnelles, nous avons interrogé les reporters à partir de quatre concepts cruciaux : la motivation, la perception de rôle, la professionnalisation et l'éthique. Reste à évoquer, après avoir constaté l'influence des critères personnels sur la perception de rôle et l'éthique professionnelle, l'analyse de la professionnalisation et la source de motivation des reporters.

Pour saisir la source des motivations des reporters, nous avons interrogé les avantages et les inconvénients du métier. Les réponses, en ce domaine, se divisent en deux : les premières représentent le point de vue de ceux qui mettent l'accent sur le processus de production de l'information et les avantages du métier et les dernières soulignent l'importance du produit lui-même en ce qui concerne la source de motivation. Les reporters qui préfèrent expliquer la source de leur motivation en se référant à la première catégorie pensent qu'ils exercent leur métier dans un processus non routinier. Selon eux, c'est une profession peu monotone et souvent imprévisible. Les reporters mettent aussi l'accent sur certains inconvénients du métier même s'ils sont d'accord sur ses avantages. Quelques déceptions et incertitudes se rencontrent aussi dans le milieu : le stress, les horaires décalés, les salaires bas, la vie familiale perturbée, la mauvaise image de la profession, etc. Dans ce sens on peut parler d'une sorte de tiraillement entre les avantages et les inconvénients du métier. Cependant les avantages l'emportent sur les inconvénients et les aspects négatifs du métier sont relégués au second plan puisque la plupart des reporters considèrent leur métier comme une profession exceptionnelle et passionnante. La deuxième tendance est marquée par les réponses qui privilégient le produit lui-même. C'est-à-dire que les reporters représentant la deuxième catégorie mettent l'accent plus sur la satisfaction professionnelle que la satisfaction individuelle : l'appréciation par les audiences, l'apparition de tous les éléments de l'information, l'efficacité, le bon fonctionnement de la mission d'informer, etc. Même si ces dernières mettent fortement l'accent sur le fait que l'accomplissement d'une mission publique renforce en grande partie leur

motivation, il est certain que les difficultés survenant dans le processus de production et de transmission de l'information entraînent les déceptions en ce qui concerne l'accomplissement des missions publiques. Selon la plupart des reporters qui visent l'efficacité de l'information, la satisfaction professionnelle est assombrie par un point noir : la transformation de l'information en marchandise. Les interprétations ou bien les plaintes dans ce domaine sont relativement similaires : l'influence négative de la restriction de temps dans le processus de production. Dans ce sens ils se plaignent du fait que les informations se consomment à l'instant de sa diffusion. Dans ce contexte de circulation rapide des informations, on observe que les reporters se chargent de fabriquer rapidement les informations en tant que produits qui sont consommés perpétuellement par téléspectateurs.

Dans le cas de professionnalisation, les reporters interrogés considèrent dans l'ensemble le journalisme comme un métier professionnel mais qui s'exerce en amateur. Elle est une profession dans la mesure où elle remplit une fonction sociale, répond à une demande sociale. Les journalistes sont des professionnels parce qu'ils exercent un métier où on gagne de l'argent. Cependant, la vie professionnelle et la vie privée apparaissent souvent inconciliables, c'est une 'étiquette' qui les suit 24 heures sur 24. Quelques-uns des reporters interrogés soulignent à cet égard que l'air amateur de la profession est fortement en rapport avec les particularités de la structure médiatique en Turquie. Avec le processus de concentration dans le monde des médias, l'efficacité, la maximisation de l'audience et la recherche de revenus publicitaires sont devenues les premiers objectifs des entreprises médiatiques. Dans ce sens, on a observé que la répartition des tâches a de plus en plus disparu dans le milieu, parce que l'efficacité est aujourd'hui considérée comme seul moyen d'augmenter les revenus alors qu'il devrait garantir la professionnalisation et le fonctionnement adéquat et systématique du journalisme. De plus, les relations d'intérêts complexes, qui découlent de la restructuration du système médiatique, exercent une telle influence sur le journalisme que les normes professionnelles se brouillent de plus en plus. On peut dire qu'il est très difficile de parler de professionnalisme dans un milieu où les valeurs partagées et les objectifs communs ont plus ou moins disparu.

Nous avons constaté aussi qu'un autre facteur qui empêche la professionnalisation est la nature discutable de la formation journalistique et son caractère incompatible avec l'exercice du métier dans un milieu concurrentiel. Les reporters interrogés, qu'ils soient diplômés ou non, sont en grande partie d'accord sur le fait que la formation journalistique n'est pas en concordance avec les pratiques professionnelles. Cet écart entre la formation et la pratique conduit certains à refuser radicalement la formation journalistique récente. Selon eux le journalisme ne s'apprend pas ; pour devenir journaliste il faut être doué et posséder quelques qualités personnelles, comme par exemple le courage, la patience, la curiosité, etc. Cependant, certains reporters insistent sur l'importance de la formation pour l'instauration des normes professionnelles. Mais dans un système médiatique où le processus de production de l'information a subi l'influence d'une concurrence forte, il importe plutôt de préparer rapidement les informations frappantes et 'vénales', conformément à la logique commerciale. Dans ce contexte de commercialisation, la connaissance académique ne fait pas le poids sur le marché médiatique. C'est aussi ce qu'ont souligné la plupart des reporters interrogés en se référant à leurs propres expériences : la formation académique ne coïncide jamais avec le processus de fabrication pratique.

Quant à l'analyse de la sphère organisationnelle, il consiste à comprendre comment se nouent les relations de travail au sein de l'entreprise, à saisir la marge de manœuvre dont dispose chaque reporter par rapport à l'organisation interne et par rapport aux contraintes externes, à évaluer le poids de la concurrence ou bien de la logique commerciale au sens large.

Selon Jeremy Tunstall, deux tendances s'affrontent au sein d'une entreprise médiatique pour le bon fonctionnement de la profession: celle incarnée d'une part, par les *gatherers*, ceux qui collectent l'information, et celle représentée d'autre part par les *processors*, ceux qui transforment et présentent l'information. Quoiqu'il en soit, il s'agit aujourd'hui d'un certain déséquilibre de plus en plus croissant entre les *processors* et les *gatherers* au détriment de ces derniers : c'est-à-dire un déséquilibre qui s'accroît de plus en plus au profit des *processors* se chargeant aujourd'hui de toutes les tâches distinctives correspondant chacune à l'un des échelons du processus de fabrication de l'information. Les reporters interrogés se

plaignent en grande partie de l'augmentation des informations demandées par l'administration. Dans le cas de l'information sur commande, on a constaté trois facteurs qui découlent des transformations structurelles dans le système médiatique : la concurrence entre les entreprises médiatiques, les intérêts économiques des grands groupes industriels dont ces entreprises font partie et les rapports de force. Dans ce sens, on a constaté que la plupart des reporters subissent régulièrement des contraintes organisationnelles qui sont incompatibles avec la nature de la pratique de reportage. On peut dire que ce n'est plus une tâche peu monotone et imprévisible, mais la prolifération des informations sur commande obscurcit de plus en plus la fonction du reporter et transforme la pratique de reportage en simple processus de transfert et de transcription.

La marge de manœuvre des reporters concerne leur prise de position contre ces contraintes organisationnelles et le poids excessif de l'économie sur l'exercice du métier. Ce qui ressort de notre travail, c'est que les directeurs ont toujours le dernier mot et que nous ne rencontrons plus les discussions rigoureuses au sein de l'organisation sur une meilleure fabrication de l'information. Car l'industrialisation de l'univers de l'information parcellise l'activité des journalistes et réclame de celle-ci une rentabilité immédiate. Etant donné que le journalisme est aujourd'hui devenu une industrie et que la profession a perdu son équilibre établi par la confrontation entre les objectifs commerciaux et les visées professionnelles au détriment des principes journalistiques, il est très difficile pour les reporters d'insister sur la déontologie. Du reste, il y'a un certain mécanisme d'autocontrôle au niveau institutionnel. Dans ce sens, les reporters interrogés parlent dans l'ensemble d'un consensus de base qui protège tacitement les objectifs de l'organisation. Selon eux, les conflits forts ne se rencontrent pas à moins que les journalistes ne forcent leur marge de manœuvre. En résumé, les choix professionnels des reporters sont restreints tantôt aux relations d'intérêt, tantôt aux principes journalistiques définis par l'organisation. Soit par les mythes d'impartialité, de neutralité, et d'objectivité, soit par les rapports de force et d'intérêt, la marge de manœuvre des reporters est fortement délimitée et les reporters manquent de plus en plus d'initiative.

Dans le cas de l'exercice du journalisme, on peut dire que l'un des phénomènes est la désyndicalisation ou bien l'abolition du syndicat dans les médias.

Dans ce domaine, on a interrogé comment les reporters exercent leur métier dans une situation où les droits démocratiques et la garantie de l'emploi ont peu à peu disparu. Ils voyaient deux inconvénients à cela : le premier concerne la rémunération des reporters, le deuxième touche à l'exercice du métier. Dans le cas de la rémunération des reporters, ils croient que la garantie de l'emploi donne lieu à l'exploitation économique. Ils font aussi le point sur ce que cette situation est en contradiction avec les tâches dont s'acquitte le journalisme, comme par exemple défendre les droits démocratiques, porter les problèmes sociaux à la connaissance du public, etc. Le deuxième inconvénient dans ce domaine est l'influence négative de l'attaque antisyndicale sur l'exercice du journalisme. Pour assurer la qualité du travail du journaliste et son indépendance, il faut procurer à celui-ci des conditions de travail libres assurées par les droits syndicaux. Or, il est très difficile d'agir librement dans ces conditions-là, parce que les reporters sont toujours en butte au stress de se trouver au chômage. C'est une pression trop grande qui fait qu'ils touchent craintivement les touches de l'ordinateur.

En ce qui concerne les pressions externes, on peut dire que un autre facteur important est la manière dont les sources d'information font pression sur les journalistes pour faire passer l'information. Dans le cas des mécanismes d'interdépendance entre sources et journalistes, nous avons observé que les reporters interrogés sont régulièrement en butte aux pressions de certains lobbies (classe politique, entreprises, associations, etc.) visant à faire passer l'information. Selon eux, les sources ont souvent tendance à façonner l'information en fonction de leur point de vue. En revanche, les reporters ne consentent pas à véhiculer des significations totalement définies par leurs sources. Dans ce cas, il leur semble nécessaire d'être toujours alertes face aux manipulations probables des sources. Cependant, les reporters interrogés ont aussi conscience de l'importance de la perpétuité des relations avec leurs sources et il leur semble nécessaire de coopérer toujours avec eux. On peut en tirer la conclusion que l'interdépendance des acteurs est fondée plutôt sur les stratégies de coopération.

En ce qui concerne les sources d'information, on a aussi constaté que les reporters sont fortement dépendants, à l'exception des sources classiques citées ci-dessus, des autres médias, comme par exemple les quotidiens, l'Internet, les agences

nationales ou multinationales, etc. Dans ce sens, la pratique de reportage se réduit de temps en temps à la recombinaison des informations déjà diffusées par d'autres médias. En d'autres termes, cette forte dépendance rabaisse les reporters au rang de retoucheurs de dépêches d'agence qui adapte les informations existantes au langage télévisuel. On doit aussi souligner à cet égard que la délimitation des sources d'information donne lieu à la similitude des contenus des informations et à la négligence des sujets et des événements alternatifs.

Au sujet de l'analyse de la sphère extérieure, une autre question centrale est celle de la place du public dans le processus de fabrication de l'information. Les différentes études menées sur les rapports des journalistes avec le public montrent que les journalistes ont, dans l'ensemble, un rapport plutôt distancié avec leur public. Du côté de notre étude, nous pouvons dire que ce phénomène est aussi évident dans le secteur médiatique en Turquie. Nous avons constaté que les journalistes ont de plus en plus perdu les points de contacts avec le public, parce que, les nouveaux centres de presse construits en dehors du Centre-ville et isolés dans lesquels ils exercent la profession ont détaché les journalistes du public auquel ils s'adressent. Les reporters interrogés se plaignent aussi du fait qu'ils ne peuvent pas trouver le temps de se mettre en contact avec leur public. L'accélération du processus de fabrication de l'information, qui découle tout naturellement de l'industrialisation du système de communication, pousse les reporters à focaliser l'attention plutôt sur le produit lui-même que les attentes des téléspectateurs pour lesquels ils la produisent. Pourtant, dans le cas des rapports des journalistes avec le public, les reporters occupent une position plus avantageuse que leurs collègues dits « assis » (secrétaires de rédaction, chefs d'émission, présentateurs, etc.). Etant donné que les premiers sont essentiellement tournés vers l'extérieur, ils trouvent de temps en temps l'occasion d'entrer en contact avec les gens qui se trouvent à l'instant à la scène. Quoique les reporters aient, dans une certaine mesure, l'occasion d'entrer en contact avec l'homme de la rue, il est très difficile de faire une analyse optimiste concernant la place du public dans le processus de fabrication de l'information. Car, les paroles des reporters montrent qu'il s'agit ici d'une relation occasionnelle plutôt que systématique établie sur l'initiative des reporters.

BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE RÉFÉRENCIELLE

A) OUVRAGES GÉNÉRAUX

ACCORDO, Alain, *Journalistes au quotidien*, Bordeaux, Le Mascaret, 1995.

BOURDIEU, Pierre, *Sur la télévision*, Paris, Liber, 1996.

BROOKS, Brian et alii (The Missouri Group), *News Reporting and Writing*, Boston/New York, Bedford/St. Martins, 2002.

CANKAYA, Özden, *Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi : TRT, 1927-2000*, İstanbul, YKY, 2003.

CANKAYA, Özden, *Dünden Bugüne Radyo Televizyon*, İstanbul, Beta, 1997.

CHARRON, Jean M., *La production de l'actualité*, Québec, Boréal, 1994.

DOTSON, Bob, *Make It Memorable ; Writing and Packaging TV News with Style*, Chicago/Illinois, Bonus Books, 2000.

DURAN, Ragıp, *Burası Dünya Polis Radyosu*, İstanbul, YKY, 1999.

DURAN, Ragıp, *Apoletli Medya*, İstanbul, Belge Yayınları, 2000.

EVENSEN, Bruce, *The Responsible Reporter*, Alabama, Vision Press, 1997.

FEDLER, Fred et alii, *Reporting for the Media*, New York/Oxford, Oxford University Press, 2001.

FLICHY, Patrice, *Les industries de l'imaginaire*, Grenoble, Pug, 1991.

GIDDENS, Antony, *New rules of sociological method*, London, Hutchinson, 1976.

GINNEKEN, Jaap Van, *Understanding Global News*, London, Sage, 1999.

GOULDNER, A., *The Dialectics of Ideology and Thecnology*, London, McMillan, 1976.

- IGGERS, j., *Good News, Bad News : Journalism Ethics and The Public Interest*, Colorado, Westview Press, 1999.
- HALIMI, Serge, *Les nouveaux chiens de garde*, Paris, Raisons d'Agir, 1997.
- JOST, François, *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris, Ellipses, 1999.
- KOCABASOGLU, Uygur, *Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna*, Ankara, AÜSBF Yay., 1980.
- MAYEAUX, Peter, *Broadcast News Writing and Reporting*, Illinois, Waveland Press., 2000.
- McQUAIL, Denis & WINDAHL, Sven, *Kitle İletişim Modelleri*, İstanbul, İmge, 1997.
- MENCHER, Melvin, *News Reporting and Writing*, Chicago, Brown&Benchmark, 1997.
- PARSA, Seyide, *Televizyon Haberciliği ve Kuramları*, İzmir, Ege Ü. İletişim Fak. Yay., 1993.
- RAMONET, Ignacio, *Nouveaux Pouvoirs, Nouveaux Maîtres du Monde*, Quaebec, Éditions Galilée, 1997.
- RAMONET, Ignacio, *La Tyrannie de la communication*, Paris, Gallimard, 2001.
- RIEFFEL, Rémy, *Sociologie des médias*, Paris, Ellipses, 2001.
- SCHUDSON, Michael, *The Power of News*, London, Harvard University Press, 1996.
- SÖNMEZ, Mustafa, *Filler ve Çimen*, İstanbul, İletişim Yay., 2003.
- SÖYLEMEZ, Alev, *Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği*, Ankara, Haberal Eğitim Vakfı, 1998.
- TOPUZ, Hıfzı, *II. Mahmut'tan Holdinglere-Türk Basın Tarihi*, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003.
- Tılıç, DOĞAN, *Utanyorum ama Gazeteciyim*, İstanbul, İletişim Yay., 1998.
- TILIÇ, Doğan, *2000'ler Türkiye'sinde Gazetecilik ve Medyayı Anlamak*, İstanbul, Su Yayınları, 2001.

B) OUVRAGES SPECIFIQUES

Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedesi, İstanbul, İletişim Yayınları, 10. Cilt, 1983.

La Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP) & Le Service juridique et technique de l'information (SJTI), *Les journalistes français en 1990 (Radiographie d'une profession)*, Paris, La Documentation Française, 1991.

C) THESES ET MEMOIRES**D) PERIODIQUES****a) Articles**

ADAKLI, Gülseren, « Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol », in Beybin Kejanlıoğlu et alii, *Medya Politikaları*, Ankara, İmge Kitabevi, 2001.

AKSOY, Asu, « Türk Medyasını Anlamak », *Birikim*, n° 61, 1994.

BASTIN, Gilles, « Note Critique », *Sociologie du Travail*, Elsevier, Paris, Volume 43, n° 3, 2000.

ALPAY, Şahin, « Medyanın Krizi, Krizin Medyası. Medya Nereye ? », *İktisat İşletme ve Finans*, janvier 2003.

BAYRAMOĞLU, Ali, « Medyanın Krizi, Krizin Medyası. Medya Nereye ? », *İktisat İşletme ve Finans*, janvier 2003.

CURRAN, James, « The New Revisionism in Mass Communication Research : A Reappraisal », *European Journal of Communication*, Sage, London, Volume 5, n° 2-3, 1990.

CURRAN, James, « Newspapers and the press », in Adam Brigs&Paul Cobley, *The media : an Introduction*, London, Longman, 2002.

ÇATALBAŞ, Dilruba, « Broadcasting Deregulation in Turkey », in James Curran, *Media Organisations in Society*, London, Arnold, 2000.

DURŞUN, Çiler, « Haber ve habercilik/gazetecilik üzerine düşünmek », Sevdâ Alankuş, *Gazetecilik ve Habercilik*, İstanbul, IPS İletişim vakfı Yayınları, 2003.

FLICHY, Patrice & PASQUIER, Dominique, « Programme et Professionnelles », in Paul Beaud et alii, *Sociologie de la Communication*, Paris, Reseaux, 1997.

GARNHAM, Nicholas, « Contribution to a political economy of mass-communication », in Boyd Barret & C. Newbold, *Approaches to media. A reader*, London, Arnold, 1995.

GINGRAS, Anne-Marie, « L'élection fédérale de 1993 », *Revue Québécoise de Science Politique*, n°27, 1995.

GOLDING, Peter & MURDOCK, Graham, « Culture, Communications, and Political Economy », James Curran & Michael Gurevitch, *Mass Media and Society*, London, Edward Arnold, 1991.

GOLDING, Peter & MURDOCK, Graham, « Capitalism, Communication and Class Relations », in James Curran, *Mass Communication and Society*, London, Worcester, Edward Arnold, 1977.

GROUP DE GLASGOW, « More Bad News », *Réseaux (Dossier ; Sociologie de la télévision : Europe)*, n° 44/45, Paris, CENT, 1990.

HALL, Stuart, « The Rediscovery of 'Ideology' : Return of the Repressed in Media Studies », M. Guevitch, T. Bennett, J. Curran, J. Woollacott, *Culture, Society and the Media*, London & New York, Methuen, 1984.

İRVAN, Süleyman, « Medya Etiği : İlkelerin İçeriği ve Uygulamadaki Sorunlar », Doğan Tılıç, *Türkiye'de Gazetecilik (Eleştirel Bir Yaklaşım)*, İstanbul, ÇGD Yay., 2003.

KIERAN, Matthew, « News Reporting and the Ideological Presumption », *Journal of Communication*, Oxford, Oxford University Press, Volume 47, n° 1, 1997.

KOLOGLU, Orhan, « Medya-devlet ve sermaye », *Birikim*, n° 117, 1999.

MOSCO, Vincent, « Introduction : Information in the Pay-per Society », in Vincent Mosco & Janet Wasko, *The Political Economy of Information*, London, The University of Wisconsin Press, 1988.

SCHILLER, Dan, « How to Think About Information », in Vincent Mosco & Janet Wasko, *The Political Economy of Information*, London, The University of Wisconsin Press, 1988.

SCHLESSINGER, Philip, « Le chaînon manquant ; le 'professionnalisme' et le public », *Réseaux (Dossier ; Sociologie de la télévision : Europe)*, n° 44/45, Paris, CENT, 1990.

SCHUDSON, Michael, « The Sociology of News ; Production Revisited », James Curran & Michael Gurevitch, *Mass Media and Society*, London, Edward Arnold, 1992.

SONER, Şükran, « Türkiye'de Gazeteciliğin Örgütsel Sorunları : Büyüyen Medya Küçülen Örgütler », in Doğan Tılıç, *Türkiye'de Gazetecilik*, İstanbul, ÇGD Yay., 2003.

SÖNMEZ, Mustafa, « Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Sonuçları », *Birikim*, n° 92, 1996.

STRATTON, Jon, « Sıberalan ve Kültürün Küreselleřtirilmesi », *Cogito-İnternet*, 3. Devrim ?, İstanbul, 2002.

TUNCEL, Hakan, « Bab-1 Ali'den İkitelli'ye », *Birikim*, n° 64, 1994.

WHITE, David, « The 'gate-keeper' le slectionneur : tude sur la slection des nouvelles », Francis Balle & Jean-Gustave Padioleau, *Sociologie de l'information*, Paris, Larousse, 1973.

b) Journaux et bulletins

E) SITE INTERNET

<http://www.bianet.org/2002/12/12/15210.htm>, Ragıp Duran, « Muhabirin lm ».

<http://www.bianet.org/2003/04/30/18338.htm>, Ragıp Duran, « Muhabire Pranga ».

<http://www.biyografi.net5>

http://www.digiturk.gen.tr/digiturk_kurulus.asp, le site DGİTRK.

<http://dorduncukuvvetmedya.com/arsiv/akaya.htm>, A. Rařit Kaya, « Türkiye'de 1980 Sonrası Medyanın Geliřimi ve İdeoloji Gereksinimi ».

<http://www.radikal.com.tr/1990/04/17/yorum/ders.html>, Avni zgrel, « Dersaadette Seřim Gnleri ».

<http://perso.wanadoo.fr/aymeric.sabine/rlp/partie2.html>, « 1981-1984 : de l'euphorie  la radio commerciale ».

BIBLIOGRAPHIE GÉNÉRALE

A) OUVRAGES GNERAUX

BLAU, P. & SCOTT, W.R., *Formel Organisations*, San Fransisco, Chandler, 1962.

BOLTANSKI, Luc & THEVENOT, Laurent, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991.

GANZ, Herbert, *Deciding what's news*, New York, Vintage Books, 1980.

LEMIEUX, Cyril, *Mauvaise Presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Métailié, 2000.

PINTO, Louis, *L'intelligence en action*, *Le Nouvel Observateur*, Paris, Métailié, 1984.

POWDERMARKER, Hortense, *Hollywood, The Dream Factory*, Boston, Little Brown, 1950.

ROSTEN, Leo, *The Washington Correspondents*, New York, Harcourt, 1937. & *Hollywood, the Movie Colony. The Movie Makers*, New York, Harcourt Brace, 1941.

İRVAN, Süleyman, *Medya, Kültür, Siyaset*, Ankara, Alp Yayınevi, 2002.

TUNSTALL, Jeremy, *Journalistes at Work*, London, Constable, 1971.

UYSAL, Asiye, *Türk Basımında Muhabir*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yay., 1987.

B) OUVRAGES SPECIFIQUES

C) THESES ET MEMOIRES

D) PERIODIQUES

a) Articles

CHAMPAGNE, Patrick, « La construction médiatique des malaises sociaux », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 90, 1991.

b) Journaux et bulletins

E) SITE INTERNET

ENTRETIENS RÉALISÉS :

1. ATV

Le travail sur le terrain a été fait en mars – 2004, à İstanbul. Les entretiens ont été réalisés sur leur lieu de travail, dans la rédaction de la chaîne. La durée moyenne des entretiens était de 45 à 60 minutes. Tous les entretiens ont été enregistrés sur cassette, suite à l'autorisation des reporters interrogés.

Liste des reporters interviewés

Entretien 1 :

G 1. Femme. Age : 26. Diplômée d'une Académie se spécialisant sur la communication. Elle est reporter depuis 7 ans.

Entretien 2 :

G 2. Homme. Age : 35. Diplômée de la Faculté de Communication. Il est reporter depuis 12 ans.

Entretien 3 :

G 3. Homme. Age : 35. Diplômée d'un lycée général. Il est reporter depuis 17 ans.

Entretien 4 :

G 4. Femme. Age : 22. Diplômée du département de relation public d'une faculté de communication. Elle est reporter depuis 22 mois.

Entretien 5 :

G 5. Homme. Age : 36. Diplômée du département de sociologie d'une faculté des sciences et lettres. Il est reporter depuis 20 ans.

Entretien 6 :

G 6. Homme. Age : 21. Il est étudiant à une faculté de communication. Il est reporter depuis 2 ans.

Entretien 7 :

G 7. Femme. Age : 30. Diplômée d'un lycée général. Elle est reporter depuis 10 ans.

Entretien 8 :

G 8. Homme. Age : 30. Diplômée d'une faculté de communication. Il est reporter depuis 10 ans.

Entretien 9 :

G 9. Homme. Age : 36. Diplômée d'une école hôtellerie. Il est reporter depuis 16 ans.

Entretien 10 :

G 10. Femme. Age : 31. Diplômée d'une faculté de communication. Elle est reporter depuis 12 ans.

2. NTV

Le travail sur le terrain a été fait en avril – 2004, à İstanbul. Les entretiens ont été réalisés sur leur lieu de travail, dans la rédaction de la chaîne. La durée moyenne des entretiens était de 45 à 60 minutes. Tous les entretiens ont été enregistrés sur cassette, suite à l'autorisation des reporters interrogés.

Liste des reporters interviewésEntretien 1 :

T 1. Homme. Age : 33. Diplômée du département d'une faculté des sciences et lettres. Il est reporter depuis 9 ans.

Entretien 2 :

T 2. Homme. Age : 43. Diplômée d'une faculté de communication. Il est reporter depuis 23 ans.

Entretien 3 :

T 3. Femme. Age : 32. Diplômée d'une faculté de communication. Elle est reporter depuis 13 ans.

Entretien 4 :

T 4. Homme. Age : 38. Diplômée d'une faculté de communication. Il est reporter depuis 14 ans.

Entretien 5 :

T 5. Homme. Age : 28. Diplômée du département d'économie d'une faculté des sciences économiques et administratives. Il a obtenu du DEA sur le domaine économie. Il est reporter depuis 5 ans.

Entretien 6 :

T 6. Homme. Age : 27. Diplômée d'une faculté de communication. Il est reporter depuis 7 ans.

Entretien 7 :

T 7. Femme. Age : 39. Diplômée du département d'économie d'une faculté des sciences économiques et administratives. Elle est reporter depuis 17 ans.

Entretien 8 :

T 8. Femme. Age : 27. Diplômée d'une faculté de communication en Amérique. Elle est reporter depuis 5 ans.

Entretien 9 :

T 9. Homme. Age : 33. Diplômée du département d'administration publique d'une faculté des sciences économiques et administratives. Il est reporter depuis 7 ans.

Entretien 10 :

T 10. Femme. Age : 24. Diplômée du département de sociologie d'une faculté des sciences et lettres. Elle est reporter depuis 3 ans.

LISTE DES TABLEAUX

No	Nom du tableau	Page
1	Le liste des députés-journalistes de la presse turque dans les premières années de la république selon les positions dont ils occupent	43
2	Les investissements du groupe MERKEZ	56
3	Les investissements du groupe DOĞUŞ	57

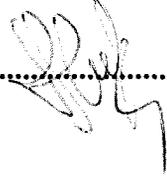




CIRCULAIRE DE SIGNATURES

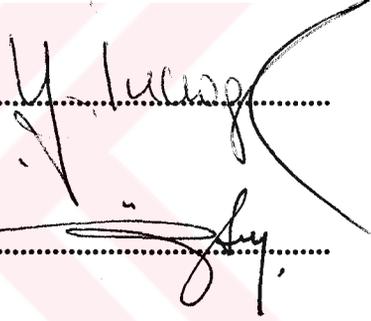
Directrice de recherche

Doç. Dr. Hülya Uğur Tannöver

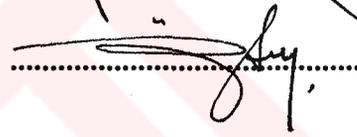


Suffragants

Prof. Dr. Yasemin İnceoğlu



Prof. Dr. Özden Cankaya

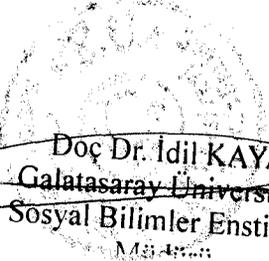


~~Doç. Dr. İdil KAYA~~
Galatasaray Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Müdürü

.....
.....

Date de soutien de mémoire:

09/07/2024


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