

Succès et déboires des séries télévisées turques à l'international. Une influence remise en question.

*Julien Paris*¹

Les séries turques rencontrent ces dernières années un succès certain à l'international : les populations des pays d'Afrique du Nord, du monde arabe, d'Europe centrale, ou encore du Caucase, voire plus marginalement en Europe, constituent en majorité le public de ces productions. Ce mouvement a débuté avec la diffusion de la série romantique *Gümüş* (« Argent »), ou *Nour* (« Lumière ») en version arabe, laquelle a attiré 85 millions de spectateurs dans le monde arabe pour la diffusion du dernier épisode en août 2008 durant le ramadan [Buccianti, 2010] ; le feuilleton *Muhteşem Yüzyıl* (« Le siècle magnifique ») semble quant à lui toucher près de 150 millions de personnes dans le monde². Ces succès d'audience recouvrent plusieurs réalités, à la fois en termes d'influence culturelle de la Turquie et de stratégies commerciales et économiques de la production audiovisuelle turque. Les chiffres du box-office cachent aussi des différences profondes dans la réception de ces séries parmi les fragments distincts constitutifs des populations de la région. Conscient de l'influence que la Turquie possède sur la scène internationale *via* sa présence sur les petits écrans, le gouvernement cherche aujourd'hui à réguler l'image de la Turquie que les séries renvoient, en voulant les rendre conformes avec les valeurs nationalistes et religieuses dont ce gouvernement se réclame.

1. Doctorant CNRS à l'EHESS. En poste à l'Institut français d'études anatoliennes (Istanbul), il prépare une thèse sous la direction de Nora Şeni sur la production de séries turques contemporaines, <<http://devam.hypotheses.org>>

2. « TV series provide 65 ml, exports revenue », *Hürriyet Daily News*, article du 26 novembre 2012, consulté le 10 décembre 2012.

Le *soft power* turc est toutefois concurrencé par des productions étrangères visant les mêmes publics, voire même profondément contesté par des gouvernements tiers, certains craignant que cette forme d'interventionnisme culturel ne masque les velléités d'un nouvel impérialisme culturel.

Afin de comprendre ce succès, ses limites, et les critiques dont les séries turques font l'objet, cet article se propose d'abord de revenir sur les effets positifs en terme d'influence culturelle à l'étranger en examinant la consommation de séries turques en Grèce; puis en analysant les mécanismes tels que les atouts en terme de production qui ont rendu possible cette diffusion massive; enfin, en examinant les différents registres de critiques dont font preuve les pays d'Asie centrale, du monde arabe, ou d'Europe centrale.

Un *soft power* grâce et malgré l'Histoire : le cas grec

Retour sur le concept de *soft power*

En germe dans les années 1970 durant la guerre froide, le concept de *soft power*, ou de « puissance douce », a été développé par Joseph Nye en 1990 [Nye, 1990]. Aujourd'hui largement repris par la littérature universitaire ou par les médias, ce concept possède le défaut non négligeable d'englober dans un même ensemble relativement flou des stratégies très diverses, et d'aucuns lui reprochent son imprécision arguant du fait que tout fait social pourrait avoir une composante *soft power* [Martel, 2012]. Il reste néanmoins un concept intéressant dans sa capacité à décrire l'influence culturelle des nations et l'importance géopolitique de cette influence. Le pouvoir d'influence que décrit Nye agit par diffusion, ou plus exactement par infusion des valeurs d'un pays auprès de populations tierces grâce à l'exportation de ses productions culturelles, véhicules de ses valeurs politiques lui permettant de conforter son autorité morale [Martel, 2012]. Étant donné la généralisation des technologies de l'information et de la communication depuis la fin du XX^e siècle, les médias de masse sont incontestablement les vecteurs de diffusion culturelle les plus efficaces qui puissent exister. Notons ici que la télévision (hertzienne et satellitaire) reste encore, devant Internet et la presse papier, le média le plus consulté au monde³.

3. « Audiences Monde, évolution de la consommation » (source Eurodata TV Worldwide), *Media Un autre regard*, consulté le 10 décembre 2012.

HÉRODOTE

Les régions sous influence

D'après le quotidien *Zaman*, environ trente-six pays distincts⁴ diffusaient des séries turques en 2010, plus souvent en version sous-titrée que doublée, faisant pour la plupart de très bons chiffres d'audience⁵. Ces pays se situent dans plusieurs aires régionales distinctes, ne possèdent pas toujours des frontières communes avec la Turquie, et possèdent des particularités historiques, culturelles ou encore dans la structure de leurs industries audiovisuelles. Parmi ces régions on compte les pays des Balkans, notamment la Grèce, la Roumanie, la Bulgarie, la Macédoine, le Monténégro, ou encore la Bosnie, qui partagent avec la Turquie une histoire commune depuis la période de l'Empire ottoman. Les pays du Caucase et d'Asie centrale, dont le Turkménistan, l'Azerbaïdjan, la Géorgie, le Kazakhstan ou l'Ouzbékistan, parlent des langues altaïques voisines du turc. Enfin, les pays musulmans d'Afrique du Nord comme le Maroc, l'Algérie, l'Égypte, la Syrie, ou ceux de la péninsule Arabique tels le Qatar, l'Arabie saoudite, partagent et pratiquent une même religion. Ces derniers ont pour particularité d'être de fervents consommateurs de télévision satellitaire, et une chaîne telle que la MBC financée par des capitaux saoudiens et les chaînes qataries Qatar TV ou Al Jazeera, rencontre un public important grâce à leur diffusion satellite.

Effets positifs du soft power des séries turques dans les relations gréco-turques

La presse généraliste prend régulièrement le pouls de ce *soft power* turc régional naissant, marque d'une réelle évolution de la stature de la Turquie auprès de ses voisins, et commente les effets de la diffusion de séries turques : la turcophonie qui progresse dans la région⁶, les effets qui se font sentir sur le tourisme⁷, ou encore leur rôle dans la progression du rang de la Turquie sur la scène internationale⁸.

Le cas de la Grèce constitue un exemple illustrant les effets positifs de cette diffusion massive. La Turquie et la Grèce ont en commun une frontière et un passé

4. « Les séries turques diffusées dans 36 pays », *Zaman France*, article du 29 avril 2010, consulté le 10 décembre 2012.

5. « TV series spring continues », *Hürriyet Daily News*, article du 17 octobre 2012, consulté le 10 décembre 2012.

6. « Greeks learn Turkish by watching TV series », *Hürriyet Daily News*, article du 14 septembre 2012, consulté le 10 décembre 2012.

7. « Famous show raises popularity of Turkey », *Hürriyet Daily News*, article du 4 mai 2012, consulté le 10 décembre 2012.

8. « Turkey ranks 20th in *Monocle's* Soft Power Survey », *Today's Zaman*, article du 30 novembre 2012, consulté le 10 décembre 2012.

mouvementé: la Grèce s'émancipe de l'Empire ottoman en 1821, puis s'oppose à la Turquie lors de plusieurs guerres (en 1897, en 1912-1913, en 1914-1918, et en 1919-1922) qui aboutissent à l'épisode tragique de l'échange des populations en 1923. Le pogrom d'Istanbul en 1955, les conflits violents entre les deux pays au sujet de Chypre sont également inscrits dans les mémoires et constituent des obstacles supplémentaires à l'entrée de la Turquie dans l'Union européenne [Bertrand, 2003].

Malgré ce passé douloureux, les séries télévisuelles apparaissent pourtant pour la presse turque comme un vecteur de réconciliation. Dans le contexte de crise économique que traverse la Grèce actuellement, les séries turques cumulent des avantages au regard des séries autochtones: elles coûtent moins cher à produire que les séries locales ou américaines (donc leurs droits sont moins chers), elles apportent une nouveauté dans un paysage audiovisuel en panne de financements⁹, elles traitent de sujets politiquement neutres (vie quotidienne, romances) et, provenant d'un pays voisin, elles font appel à une histoire et des traditions communes¹⁰. Les séries turques inondent les chaînes grecques et les effets d'une telle acculturation par la télévision sont couverts avec ferveur par la presse turque, comme signal d'une lente disparition des rancœurs accumulées tout au long du XX^e siècle.

Le tourisme semble être le premier secteur à bénéficier de cette diffusion, les atours naturels et historiques de la Turquie constituent en effet les décors de ces feuilletons. La presse rapporte ainsi les chiffres des touristes grecs affluant en masse à Istanbul pour visiter les quartiers où vivent les héros de leurs séries préférées, les tours organisés pour voir la maison de tel personnage, ou encore les monuments, les palaces, les côtes de la mer Égée ou encore l'arrière-pays [Buccianti, 2010], alors même que certains de ces décors (tel le harem du sultan Soliman de la série «Le siècle magnifique» qui enregistre de fortes audiences en Grèce) sont de pures œuvres factices fabriquées en studio.

Autre impact considéré comme important par la presse turque dans la réconciliation des deux pays: l'essor de la turcophonie au-delà du cercle des pays turcophones et du réseau d'instituts culturels turcs par séries interposées. Celles-ci étant, sauf exception, rarement doublées, les spectateurs s'accoutument aux sonorités de la langue turque. Elles aident ainsi les spectateurs qui développent des projets d'émigration vers une Turquie synonyme de croissance économique et d'opportunités à se familiariser avec le turc¹¹. Selon ce dernier article, les séries

9. «Turkish TV series, a solution for big Greek crisis», *Hürriyet Daily News*, article du 10 septembre 2011, consulté le 10 décembre 2012.

10. «Gloomy Greeks forget woes with lavish Turk TV dramas», *English Sabah*, article du 7 janvier 2012, consulté le 10 décembre 2012.

11. «Turkey, Greece bridge cultural gap with romance», *Turkey SeTimes*, article du 21 mai 2012, consulté le 10 décembre 2012.

HÉRODOTE

iraient jusqu'à favoriser les mariages binationaux, à l'image des intrigues abon-
nées aux « happy ends » que sont *Iki Yaka Bir Ismail* ou *Yabancı Damat*.

Les atouts des séries turques en termes de *soft power*

Le succès d'audience des séries turques, dont les effets sont sans doute exagérés par une presse complice, n'est pas dû exclusivement aux fluctuations du marché audiovisuel mais aussi à une conjonction heureuse entre la demande croissante des chaînes étrangères de nouveaux contenus¹² d'une part, et d'autre part, aux caractéristiques propres des séries turques, à leur format, leurs choix des thèmes abordés, à l'organisation industrielle du secteur audiovisuel turc, aux stratégies de communication, et à la structure du marché à l'exportation des contenus audiovisuels.

L'importance des formats

Tout d'abord le format spécifique des séries turques – 90 minutes par épisode en moyenne pour environ trente épisodes par saison – offre un avantage concurrentiel de taille : s'additionnant à des coûts de production plus faibles en comparaison avec les concurrents américains ou européens¹³, cela représente quantitativement deux à quatre fois plus de temps de contenus. Le secteur des fictions audiovisuelles turques, qui à la fois hérite d'une histoire cinématographique riche et a bénéficié d'une croissance économique rapide, a beaucoup progressé en une dizaine d'années et la qualité technique (de l'image, du son, des décors, de la post-production) ainsi que la dramaturgie des séries turques se rapprochent désormais des standards internationaux.

Des récits ancrés dans une tradition musulmane

Les références à une culture musulmane commune sont un autre atout majeur du *soft power* des séries turques dans la région : cette croyance est questionnée à travers des sujets comme la place des femmes dans le couple, les conflits

12. Une demande dont les raisons sont à la fois démographique (une population en augmentation), sociale (l'apparition de classes moyennes) et technique (une offre satellitaire plus large offrant plus de plages de diffusion).

13. « Les feuilletons télé, le soft power de la diplomatie turque », *Au Fait Maroc*, article du 13 décembre 2011, consulté le 10 décembre 2012.

qu'engendrent la coexistence des lois de la République et les traditions séculaires, les différences générationnelles dans la pratique des traditions, et ainsi de suite... Lors d'un entretien, le CEO de Calinos Holding Firat Gülgen analysait le succès des séries turques en donnant pour raison principale leur réalisme : leur ancrage religieux s'explique par le fait qu'elles traitent du quotidien, de la « vraie vie » et des « vrais » problèmes de la société turque¹⁴. Ces thèmes ciblent un public précis, d'autant plus fortement durant des périodes où l'association entre demande de divertissement et références religieuses est des plus palpable comme lors du mois du ramadan, moment clé dans l'agenda des chaînes des pays musulmans. Le temps passé devant le petit écran pendant le jeûne ou lors de l'*iftar* (rupture du jeûne au coucher du soleil) étant démultiplié [Gonzales-Quijano, 2012a], les séries turques – dont l'apparition sur les marchés internationaux est relativement récente – permettent aux chaînes étrangères de renouveler leur offre de contenus tout en respectant le profil, les pratiques et les croyances de leurs publics.

Le « modèle turc » comme canevas

Un autre atout du *soft power* turc qui est abordé en filigrane dans les séries turques est la façon dont ces séries donnent un visage au « modèle turc » [Meliha Benli Altunisik, 2008]. Le concept de « modèle turc » a fait le bonheur de sa diplomatie au début des révolutions dans le monde arabe¹⁵, mais sa pertinence est depuis largement mise en doute [Massicard, 2012]. Ce concept décrit un modèle idéal de gouvernance où coexistent harmonieusement l'économie de marché et la tradition musulmane dans un cadre démocratique. En d'autres termes, ce concept vise à montrer comment la Turquie concilie valeurs de l'islam et libertés individuelles.

Les institutions gouvernementales turques en charge de la surveillance de l'audiovisuel telles que RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Conseil suprême de la radio et de la télévision) sont les premières à garantir une cohérence entre le contenu des séries et les valeurs portées par ce modèle. Elles prêtent une grande attention aux références religieuses, sanctionnant le cas échéant des écarts tels que

14. Entretien semi-directif réalisé le 19 décembre 2011 dans le cadre de la préparation de ma thèse.

15. Évaluant la portée des soulèvements arabes, le Premier ministre R.T. Erdogan parlait en 2011 du modèle turc en ces termes : « Avec sa démocratie, son économie forte et sa politique étrangère à la fois pacifique et dynamique, la Turquie est un modèle pour tous les peuples qui œuvrent à protéger leur pays et leur futur. La Turquie est une source d'inspiration pour les peuples qui construisent un pays d'où ils pourront regarder l'avenir avec confiance », in Meliha Benli Altunisik, *op. cit.*

le blasphème¹⁶ ou les conduites impropres comme la consommation d'alcool¹⁷ aux motifs d'atteinte aux croyances ou de protection de la jeunesse¹⁸. Les sanctions que peut infliger RTÜK vont de l'amende à l'interdiction de diffusion sur le territoire turc. Plus récemment, on observe un certain regain de tensions autour des séries historiques, lesquelles sont appelées à « mieux respecter » les faits historiques. Le Premier ministre Recep Tayyip Erdogan (AKP, au pouvoir depuis 2002) a violemment mis en cause la série *Muhteşem Yüzyıl*, l'accusant de donner une image improprie de la vie des sultans ottomans – lesquels, argumentait-il, passaient bien plus de temps à cheval sur les champs de bataille que dans leur harem¹⁹. Un projet de loi a immédiatement été déposé par un député de l'AKP, visant à contrôler l'usage des références historiques dans les œuvres de fiction²⁰. Au cœur de ces polémiques sur la véracité historique des séries se laisse lire un enjeu politique, celui de l'affirmation identitaire ou nationaliste (elle-même source de tensions diplomatiques auxquelles nous reviendrons plus bas).

La mise en avant d'une identité nationale turque est à rapprocher de celle du « modèle turc » et des symboles de réussite que la Turquie cherche à communiquer. La représentation d'une société turque calquée sur le « modèle turc » transpire dans les séries à travers des détails pouvant paraître triviaux : aux références religieuses ou traditionnelles qui ornent les séries s'ajoutent la multiplication des symboles de richesse telles les coûteuses voitures des protagonistes, les vêtements de marque, des résidences privées luxueuses. Se côtoient également dans ces séries des représentations très variées de la femme musulmane, symboles de la modernité d'une société islamique contemporaine : voilée ou non, peu ou très pratiquante, diplômée ou modeste, citadine ou rurale, aux cheveux blonds ou bruns... Les acheteurs étrangers sont d'ailleurs sensibles à cette pluralité qui permet à leurs publics de se projeter dans des personnages à la fois musulmans et symboles de réussite économique, auxquels ils ajoutent une touche « glamour ». La réussite économique des personnages n'est pas le seul argument de vente pour un public arabe en pleine mutation : une responsable des ventes de l'entreprise de diffusion Global Agency affirmait qu'en 2011 un acheteur représentant d'une chaîne arabe avait choisi

16. « Turkey fines TV over Simpsons show for “mocking God” », *Cumhuriyet English*, article du 3 décembre 2012, consulté le 10 décembre 2012.

17. « Behzat Ç.'ye para cezası », *Birgün*, article du 10 juin/2012, consulté le 10 décembre 2012.

18. « Turkish TV series encourages violence in youth », *Hürriyet Daily News*, article du 15 juin 2012, consulté le 10 décembre 2012.

19. « Turkish PM's attacks to TV series raise eyebrows », *Hürriyet Daily News*, article du 27 novembre 2012, consulté le 10 décembre 2012.

20. « Muhteşem Yüzyıl'a yasak geliyor », *Sol*, article du 6 décembre 2012, consulté le 10 décembre 2012.

d'acheter les droits d'une série turque car les personnages féminins non voilés aux cheveux clairs se démarquaient des productions saoudiennes ou qatariennes plus prudes, et parvenaient ainsi à attirer davantage le public masculin²¹. Les acteurs et actrices des séries turques donnent ainsi un visage – une image – au « modèle turc » ; la médiatisation dont ils font l'objet toute l'année durant estompe la frontière entre les acteurs principaux et leurs personnages, et les convertit indirectement en véritables incarnations voire en promoteurs de ce modèle²². L'analogie qui s'opère entre le « modèle turc » et les acteurs des séries turques, l'audience dont elles bénéficient à l'étranger, à quoi il faut ajouter la quantité d'heures que l'ensemble des programmes turcs représentent, assurent à cette représentation particulière du « modèle turc » une diffusion large, quotidienne, et surtout aisément identifiable par les populations de tous ces pays.

Les effets collatéraux et les remises en cause d'une influence

La place dont jouissent aujourd'hui les productions turques dans le paysage audiovisuel des pays voisins ne produit pas seulement des effets positifs : elles renforcent une concurrence dans l'économie régionale du tourisme, et plusieurs réactions signalent la crainte de certains gouvernements importateurs que ces productions ne se soient transformées en un instrument de communication interférant avec leur capacité à toucher leur propre population, qu'il s'agisse de défendre leur modèle de gouvernance ou leur identité culturelle.

Les économies du tourisme tierces

La production audiovisuelle de la Turquie met en avant l'histoire – embellie – de ce pays, son patrimoine, ses sites et ses monuments, tout en soulignant sa réussite économique. Le tourisme est le premier secteur à bénéficier de cet attrait pour les paysages turcs et pour la modernité de sa société tels qu'ils sont présentés dans ces fictions. Bien que l'essor du tourisme en Turquie ne doive pas tout aux séries turques²³, celles-ci restent une vitrine de choix pour promouvoir les atours

21. Entretien semi-directif réalisé le 12 mars 2012 dans le cadre de la préparation de ma thèse.

22. « “Valley of the Wolves” star becomes honorary culture, tourism attaché », *Hürriyet Daily News*, article du 15 mars 2012, consulté le 10 décembre 2012.

23. On pourrait citer comme facteurs la multiplication de l'offre, l'assouplissement des politiques des visas, l'infrastructure touristique, des standards plus élevés pour une clientèle plus riche, ou encore les formules en vogue comme le tourisme hospitalier.

HÉRODOTE

touristiques de la Turquie. À cela s'ajoute une conjoncture (l'effet négatif sur le tourisme des révolutions arabes, la crise économique) qui conforte les avantages touristiques de la Turquie. Les pays géographiquement et culturellement proches de la Turquie voient leur offre touristique ainsi concurrencée par la publicité indirecte mais massive que les séries télévisuelles permettent. C'est le cas en Bulgarie, en Roumanie, en Grèce, ou plus loin en Égypte ou en Tunisie²⁴.

Les critiques d'ordre moral

Au-delà des plus proches voisins géographiques les critiques sont d'une autre nature : bien que censé être conforme à une certaine orthodoxie républicaine et religieuse induite par le contrôle de RTÜK, c'est bien le message des contenus audiovisuels qui est visé. Les critiques qataries, saoudiennes, ou syriennes portent sur la moralité même des feuilletons turcs, sur leur façon de dépeindre les traditions religieuses. L'article d'Alexandra Buccianti recense ainsi les réactions les plus cinglantes qui ont pu surgir dans la presse arabe :

Le cheikh syrien Al Hamdi Kanjo Makzoumi a déclaré que prier vêtu de T-shirts à l'effigie d'actrices turques était interdit (*haram*), qualifiant ces dernières de « non voilées et décadentes, faisant la promotion du vice et de la décadence dans les lieux de culte ». Quelques jours plus tard, le grand mufti d'Arabie saoudite, le cheikh Abdel Aziz Al-Cheikh, voix officielle de l'establishment religieux saoudien, a interdit les séries turques « impies et mauvaises » qui représentaient « une attaque du sécularisme turc envers la société saoudienne ». La controverse la plus notoire a cependant été celle de l'affaire du cheikh Saleh al-Lohaidan. Lohaidan, qui est à la tête des tribunaux de la charia islamique d'Arabie saoudite et l'un des dignitaires religieux les plus puissants du royaume, a déclaré que « les propriétaires des chaînes qui diffusent des programmes aux contenus indécents et vulgaires [...] peuvent être mis à mort grâce au processus judiciaire (*qada'an*) ».

Précisons que les critiques d'ordre moral adressées à la Turquie ne sont qu'un des aspects des luttes d'influence plus générales qui se jouent dans le monde musulman par médias interposés. Pour ces pays, l'accession au titre d'interlocuteur privilégié dans la région méditerranéenne passe aussi par l'affirmation d'un leadership moral au sein de la communauté musulmane, légitimité que la Turquie, bien qu'à majorité musulmane, peut avoir du mal à briguer vu les liens étroits qu'elle a toujours eus avec le bloc occidental depuis sa création et, plus

24. « Soap operas spark Arab tourist boom in Turkey », *AFP*, article du 16 août 2009, consulté le 10 décembre 2012.

intensément encore, depuis la guerre froide [Melih Benli Altunisik, 2008]. La lutte d'influence ne se cantonne pas à la seule critique, mais se ressent aussi dans les productions concurrentes : au sein du marché audiovisuel à destination du monde arabe se côtoient les autres pays gros producteurs de fictions que sont l'Iran, la Syrie, l'Égypte, et plus récemment le Qatar et l'Arabie saoudite. On peut deviner l'ampleur des moyens dont disposent ces derniers, par ailleurs détenteurs de la majorité des capitaux des deux chaînes satellitaires importantes dans le monde arabe que sont MBC et Qatar TV (premières à diffuser *Nour* en 2008) [Buccianti, 2010]. On pourra par exemple citer la « superproduction » *Omar* (Ibn al-Khattâb), qui doit son nom à celui du second calife du VII^e siècle, compagnon du prophète Mahomet, et qui retrace les conquêtes et la vie pieuse du héros²⁵. Fait significatif du ciblage d'un public croyant spécifique, cette série avait d'ailleurs pour slogan « Ramadan nous rassemble²⁶ ». Ces nouveaux feuilletons, qu'Yves Gonzalez-Quijano qualifie de « *Muslim sagas*²⁷ », répondent simultanément à plusieurs objectifs : concurrencer les séries étrangères (dont turques) sur le plan de la morale²⁸, tout en promouvant la place des pays du Golfe dans la communauté musulmane. L'auteur conclut ainsi : « L'objectif, c'est bien d'imposer le sceau de la puissance du Golfe à la diffusion du message religieux » [Gonzales-Quijano, 2012b].

La diplomatie turque à l'épreuve des séries

Le *soft power* des séries turques rencontre d'autres obstacles au niveau diplomatique : certaines séries véhiculent des messages entrant en collision avec l'objectif de « zéro problème avec nos voisins » (formule prônant les relations de bon voisinage rendue célèbre par son inventeur, l'actuel ministre des Affaires étrangères turc Ahmet Davutoglu). La situation délicate de médiateur que la Turquie tente de conserver quant à la situation opposant Israël et la Palestine, situation déjà ébranlée lors de l'épisode du *Mavi Marmara*²⁹, fut de nouveau tourmentée par la diffusion de séries. En 2009, la diffusion de la série *Kurtlar Vadisi* (« La vallée des loups ») sur Dubai TV et ART Hikayat suscitait de vives réactions de la part d'Israël, et pour cause : le Mossad (services secrets israéliens)

25. « TV depiction of Omar Ibn al-Khattab at heart of controversy », *Middle East Online*, article du 23 juillet 2012, consulté le 10 décembre 2012.

26. *Ibid.*

27. *Ibid.*

28. Ces « *Muslim sagas* » ne sont pas exemptes de critiques dans leur pays de production, la représentation des personnages saints restant un sujet de polémique. Voir « TV depiction of Omar Ibn al-Khattab at heart of controversy », *op. cit.*

29. Bateau qui faisait partie de la « flottille pour Gaza » partie d'Antalya en Turquie.

HÉRODOTE

y était montré comme espionnant sur le sol turc, kidnappant des enfants (turcs), menant une attaque contre l'ambassade turque à Tel-Aviv³⁰. Plus tard, la diffusion sur MBC de la série *Ayrılık* («Le cri des pierres») mettait en scène le meurtre de nourrissons, l'exécution de Palestiniens, ou le viol d'une mère par des soldats de Tsahal³¹.

Une forme de colonialisme culturel ?

À la compétition sur le plan moral et aux impairs diplomatiques s'ajoute la crainte chez certains pays de la région d'une sorte d'« invasion culturelle » en germe. Loin de chercher à coller au « modèle turc », les pays du monde turc tels que l'Ouzbékistan, le Kazakhstan, le Kirghizstan, le Turkménistan et le Tadjikistan³² craignent que l'afflux massif de productions culturelles turques ne soit le signe d'un impérialisme culturel ou d'un néo-panturquisme³³. Ces républiques, avec lesquelles la République de Turquie avait pris ses distances à l'époque d'Atatürk et qui furent par la suite absorbées par l'Union soviétique, jouissent d'une indépendance encore récente. La construction identitaire de ces pays reste alors un élément clé de leur souveraineté, et leur rapprochement avec la Turquie est récent et relativement limité. Il est principalement le fait d'opportunités économiques liées à l'industrie ou à l'énergie, ou bien le fruit de stratégies politiques (combattre l'influence de l'Iran dans la région). L'Ouzbékistan et le Tadjikistan, deux ex-républiques soviétiques, sont ainsi les premiers à emprunter le chemin d'un protectionnisme culturel aux motifs ouvertement politiques³⁴ ou économiques³⁵.

Dans les Balkans c'est la Macédoine – autre ancienne région de l'Empire ottoman, ex-État de la Fédération yougoslave, et indépendant depuis 1991 – qui leur emboîte le pas de manière drastique en passant une loi visant à remplacer les

30. « Israel-Turkey tensions high over TV series », *CNN*, article du 10 janvier 2010, consulté le 10 décembre 2012.

31. « Ayrılık dizisinin danışmanı konuştu », *Hürriyet*, article du 16 octobre 2009, consulté le 10 décembre 2012.

32. Sabine Balim, « Les relations turco-ouzbèkes », *Aujourd'hui la Turquie*, consulté le 10 décembre 2012.

33. Sur le panturquisme, voir E. Copeaux, *Espaces et temps de la nation turque*, CNRS éditions, Paris, 1997.

34. « Uzbeks censor Turkish TV series », *Hürriyet Daily News*, article du 27 février 2012, consulté le 10 décembre 2012.

35. « Tajiks ban Turkish dramas for being violent », *Hürriyet Daily News*, article du 16 mai 2012, consulté le 10 décembre 2012.

programmes turcs par des programmes nationaux³⁶. Quelle que soit sa position vis-à-vis des revendications territoriales grecques, la Turquie est sommée de respecter les limites d'un simple partenariat économique. Les propos d'Ivo Ivanovski, ministre de l'Information et de la Société de Macédoine, ne peuvent être plus clairs :

Nos propres programmes ont commencé à être diffusés après minuit à cause des feuilletons turcs. Sur toutes les chaînes, je vois des feuilletons turcs tels que *Muhteşem Yüzyıl* [« Le siècle magnifique »], *Ezel* ou *Binbir Gece* [« Les Mille et une Nuits »]. Ils sont tous fascinants, mais être resté sous servitude turque durant cinq cents ans est suffisant³⁷.

Conclusion

Ce tour d'horizon permet de prendre conscience que les luttes d'influence dans le domaine de la diffusion des fictions télévisuelles sont révélatrices d'une situation géopolitique complexe. Comment pourrait-il d'ailleurs en être autrement dans ces régions où se juxtaposent les conflits d'ordre économique, symbolique, religieux, militaire ? Les séries, et plus largement la télévision, sont à la fois ou tour à tour actrices et révélatrices de ces conflits. Les séries turques continuent d'être très appréciées par les populations des pays voisins et accompagnent la mutation du paysage médiatique dans la région. Cet engouement n'est pas forcément partagé par les dirigeants des pays récepteurs dont les objectifs et les stratégies ne convergent pas forcément avec ceux de leurs homologues turcs.

Ancrés dans l'histoire nationale turque, porteurs d'une culture à la fois spécifique et unificatrice, représentatifs d'une économie en plein essor, soutenus par les méthodes modernes de production et de communication de l'industrie audiovisuelle turque, les feuilletons sont aujourd'hui devenus une filière à part entière des exportations turques. Au cœur de cette économie résident des choix en terme de création. En se réclamant d'un certain réalisme, les feuilletons creusent une diversité culturelle qui fait leur attrait : les diffuseurs insistent, les séries turques sont généralement analogues à la « vraie vie », celle du quotidien, celle de l'histoire turque. Les séries turques sont structurellement destinées à l'attention du marché intérieur. Première difficulté pour leurs producteurs et leurs auteurs, ces séries sont contraintes de délivrer un message compatible à la fois avec les

36. « Macedonia bans Turkish soap operas », *Hürriyet Daily News*, article du 14 novembre 2012, consulté le 10 décembre 2012.

37. *Ibid.*

principes de la République de Turquie et avec ceux de son gouvernement actuel. Elles sont surveillées et encadrées de plus en plus strictement dans ce sens. L'instrumentalisation croissante des séries à des fins sociétales et de politique intérieure, ainsi que les tentatives de réécriture de l'Histoire que ces retouches opèrent ne sont pas sans provoquer des polémiques profondes dans la société turque, notamment entre le pouvoir et la société civile concernée par les limites et le rôle de la censure. D'autre part, le souci de protéger une identité turque dans le paysage médiatique national est perçu, une fois les séries déterritorialisées, comme une nouvelle forme de nationalisme prosélyte, suscitant des craintes d'un colonialisme culturel.

L'attraction que ces nouveaux contenus suscitent à l'étranger a permis aux pays « sous influence » turque de prendre conscience d'une réelle concurrence à leur propre influence, et les a incités à infléchir leurs propres stratégies d'influence culturelle jusqu'à manifester une critique latente du « modèle turc » dans leurs productions. Ainsi, chacune des caractéristiques qui font la plus-value des séries turques en terme de *soft power* finissent par être combattues sur leur propre terrain dès qu'elles se déterritorialisent, qu'il s'agisse des valeurs touristiques et historiques, des valeurs de gouvernance politique, des valeurs religieuses ou des valeurs nationales. À chaque réaction répondent alors des stratégies spécifiques, allant du protectionnisme culturel à la concurrence sur les contenus, en passant par la censure ou le durcissement des liens diplomatiques. Si cela relève de l'évidence, il est bon de rappeler ici que la réception et la perception des images dépendent de plusieurs facteurs : des contenus, des spectateurs, et des dispositifs sociotechniques (les médias et leurs environnements politico-juridiques). Le succès des séries télévisuelles turques et les efforts déployés pour que celles-ci présentent de la Turquie son meilleur visage ne protègent pas sa politique d'influence des contre-offensives politiques des pays récepteurs, ni d'être rattrapée à son tour par l'Histoire.

Les séries sont ancrées culturellement, elles offrent des images qui sont la matérialisation de processus de création locaux. Au terme de cette réflexion on peut se demander si, du fait même de leur ontologie culturelle, de leur supposé « réalisme » et par la diversité des thèmes abordés, les séries turques n'ont pas déformé l'idéal originel et abstrait d'un « modèle turc ». Elles se sont emparées des symboles de la modernité de ce dit modèle, montrant de la société turque des images plus contrastées que le modèle ne laissait à penser. En transformant cet idéal en images réalistes, les séries en ont accentué les limites et les faiblesses. Cette myriade d'images s'est ensuite diffusée dans des milieux et des environnements distincts, donnant à son tour tout loisir aux populations réceptrices d'accorder ou non à ces images une place et un rôle dans leurs propres imaginaires. Les séries sont un cheval de Troie certes, mais plus sauvage qu'il n'y paraît.

La « guerre d'influence par feuillets interposés » comme la nomme le chercheur Yves Gonzalez Quijano [2012] a bien lieu, elle se poursuivra tant que les œuvres audiovisuelles continueront de circuler. La médiatisation bienveillante dont ce *soft power* fait l'objet en Turquie fait perdre de vue que les pays concurrents sont tout aussi actifs et inventifs, et qu'il serait bien vain à l'heure actuelle de savoir lequel de ces pays réussira à terme à imposer – en douceur – son récit et ses valeurs.

Bibliographie

- AMGHAR S. (2012), *Les Islamistes au défi du pouvoir, évolution d'une idéologie*, Michalon, Paris.
- BENLI ALTUNISIK M. (2008), « The possibilities and limits of Turkey's soft power in the Middle East », *Insight Turkey*, n° 10.
- (2010), « Turkey's changing Middle East policy », UNISCI Discussion Papers.
- (2011a), « Challenges to Turkey's "soft power" in the Middle East », *Foreign Policy Program*, TESEV.
- (2011b), « La question du "modèle turc" ou le *soft power* de la Turquie au Moyen-Orient », in SCHMID D. (dir.), *La Turquie au Moyen-Orient. Le retour d'une puissance régionale ?*, CNRS, Paris.
- BERTRAND G. (2003), « Chypre : un enjeu stratégique pour la candidature turque à l'Union européenne », *Cahiers d'études sur la Méditerranée orientale et le monde turco-iranien*, n° 36.
- BUCCIANTI A. (2010), « Turkish soap operas in the Arab world : social liberation or cultural alienation ? », *Arab Media and Society*, n° 10, printemps.
- BURDY J.-P. et MARCOU J. (2008), *La Turquie à l'heure de l'Europe*, PUG, Grenoble.
- COPEAUX E. 1997, *Espaces et temps de la nation turque*, CNRS éditions, Paris.
- GONZALEZ-QUIJANO Y. (2012a), « "Ramadan nous rassemble" 1/3 (mais il reste des frontières) », *Culture et politique arabes*, article du 18.07.2012.
- , (2012b), « "Opération Omar" : les cheikhs aboient, la caravane du feuilleton passe ! ("Ramadan nous rassemble" 2/3) », *Culture et politique arabes*, article du 24.07.2012.
- MARCOU J. (2011), « La nouvelle politique étrangère de la Turquie », *Les Clés du Moyen-Orient*.
- MARTEL F. (2012), « Le *soft power* à l'âge du tout médiatique », France Culture, article du 01.02.2012.
- MASSICARD E. (2012), « L'AKP de Turquie : héritage islamiste et pratique du pouvoir », in AMGHAR S. (dir.), *Les Islamistes au défi du pouvoir*, Michalon, Paris.
- NYE J. (1990), *Bound to Lead : The Changing Nature of American Power*, Basic Books, New York.
- (2005), *Soft power. The Means to Success in World Politics*, PublicAffairs, Jackson.
- OĞUZLU T. (2007), « Soft power in Turkish foreign policy », *Australian Journal of International Affairs*, n° 61.

HÉRODOTE

- ÖNCÜ A. (2011), « Representing and consuming the “east” in cultural markets », *New Perspectives on Turkey*, n° 45.
- PAHLAVI P. (2002), « La diplomatie culturelle à l'ère de l'interdépendance globale : la Turquie à la recherche des éléments fédérateurs de l'identité panturque », *Études internationales*, n° 33.
- SCALBERT C. (2005), « Le kurde à la télévision en Turquie », *Outre-Terre*, n° 10.
- SCHMID D. (2011), *La Turquie au Moyent-Orient*, CNRS éditions, Paris.
- SITZENSTUHL C. (2011), *Diplomatie turque au Moyen-Orient, héritages et ambitions du gouvernement de l'AKP, 2002-2010*, L'Harmattan, Paris.
- TANRIÖVER UĞUR H. (2007), « “Notre vie est un feuilleton”, en Turquie », *Média Morphoses*, HS n° 3.

Sitographie³⁸

Hürriyet Daily News : <<http://www.hurriyetdailynews.com>>
Today's Zaman : <<http://www.todayszaman.com>>
Bianet : <<http://bianet.org>>
Sol : <<http://haber.sol.org.tr>>
Birgün : <<http://www.birgun.net>>
Sabah : <<http://english.sabah.com.tr>>
Turquie européenne : <<http://www.turquieeuropeenne.eu>>
Observatoire de la vie politique turque (OVIPO) : <<http://ovipot.hypotheses.org>>
TESEV : <<http://www.tesev.org.tr>>

38. Pour plus de références et une revue de presse plus complète sur les séries turques vous pouvez consulter le blog de recherche « Devam edecek... » : <<http://devam.hypotheses.org>> ; à conseiller également l'excellent recueil de billets sur la diffusion de feuilletons dans le monde arabe sur le blog d'Yves Gonzalez-Quijano : <<http://cpa.hypotheses.org/3720>>.