

## FEMMES TURQUES ET SÉRIES TÉLÉVISÉES : DIVERSITÉ DES LECTURES, RICHESSE DES USAGES

Hülya UĞUR TANRIÖVER

### RÉSUMÉ

Comme en témoigne leur exportation dans plus d'une trentaine de pays, notamment musulmans, et leur succès commercial au niveau national, les séries turques connaissent un rayonnement sans précédent depuis quelques décennies. Longtemps sous-estimées des chercheurs et théoriciens en sciences sociales, elles constituent de nos jours un objet de recherche précieux dans différentes disciplines, dont la sociologie des publics et les études de genre (*gender studies*), dans le cadre desquels se positionne notre approche théorique. Nous partageons dans cet article les résultats d'une recherche qualitative que nous avons réalisée à Istanbul auprès de femmes, afin de faire ressortir les manières dont elles articulent cette pratique à leur quotidien. Nous avons pu constater que, loin d'être des « récepteurs » passifs, les femmes, de par leur expérience de « publics de séries », se servent de ces productions comme sources d'information ou comme moyens d'établir ou consolider les liens familiaux et sociaux. C'est grâce aux lectures critiques qu'elles font de ces productions que les femmes turques développent une certaine résistance envers le discours patriarcal auquel elles sont confrontées dans leur vie réelle. On peut même voir que la pratique des séries télévisées relevant du privé constitue pour ces femmes un moyen de réflexion et d'expression politiques.

**MOTS-CLÉS :** ÉTUDES DE GENRE, SÉRIES TÉLÉVISÉES TURQUES, CULTURE POPULAIRE, SOCIOLOGIE DES PUBLICS

### ABSTRACT

From a few decades, Turkish TV series have been commercially successful at the national level for several decades and are being exported to more than thirty countries, especially Muslim ones. Neglected by social sciences for a longtime, they constitute nowadays a precious object of research for different disciplines, such as audience studies and Gender studies which constitute our theoretical framework in this research. In this article we share the results of a qualitative survey interviewing women living in Istanbul in order to find out how they articulate their spectatorship experience with their everyday life. Our results show that women are not passive « receptors » and that their experience gives them the possibility to use these series as sources of information and/or as means for the construction or the empowerment of their familial or social communications. Turkish women develop critical readings of these series,

and refer to these readings to construct forms of resistance to the patriarchal discourse which is dominant in their real life.

**KEYWORDS :** GENDER STUDIES, TURKISH TV SERIES, POPULAR CULTURE, RECEPTION AND USES OF MEDIA

*Hülya Uğur Tanrıöver est enseignante-chercheuse à la Faculté de Communication de l'Université Galatasaray (Istanbul) et Directrice du Centre de Recherche sur les Médias (MEDIAR). Spécialisée dans les études de genre, la sociologie des médias et du cinéma, elle est également active au sein d'organisations féministes.*

Comme ont pu le montrer de nombreux travaux en sciences sociales, le sexe anatomique-biologique constitue la base du sexisme qui se traduit par une exclusion des femmes de l'espace public, des décisions politiques, des sciences et des arts. La « nature » a servi de prétexte pour fonder cette hypothétique division qui place les femmes dans une position subalterne au niveau social. Des couples de concepts, parmi lesquels ceux de passivité/activité, intuition/intelligence, etc., ont ainsi servi, et servent encore de nos jours, à définir et à déterminer les identités sexuées. La célèbre traduction de cette dichotomie « femme-nature *versus* homme-culture » fonde et perpétue l'exclusion des femmes de ce qui serait à la base de l'évolution même de l'humanité : la culture<sup>1</sup>.

Ainsi, les arts, par nature objets de la culture, ont longtemps été considérés comme un domaine exclusivement masculin, du moins dans leur conception et leur exercice. La place réservée aux femmes était celle de lectorat ou d'audience. Et cette réalité a poussé les « créateurs » à une catégorisation des produits culturels destinés aux hommes et aux femmes. Cette catégorisation en recoupait une autre : celle entre la « haute culture » et la culture populaire. Par conséquent, les femmes étaient en quelque sorte considérées comme « le peuple » des hommes qui régnaient sur elles. Cette catégorisation des genres, des styles, voire des langages culturels s'est d'abord imposée dans le domaine de la littérature et des arts du spectacle. Par la suite, la fiction cinématographique et télévisuelle ont suivi les traces du roman et du théâtre. Et dans la distribution des genres à la télévision, le « sérieux », c'est-à-dire les informations, les documentaires, les débats publics etc., était destiné aux hommes, et le « léger », comme les téléfilms, les séries, les variétés, etc., aux femmes. L'appellation d'un genre spécifique de séries, ou plutôt de feuilletons, programmées dans la journée à l'attention des femmes au foyer par les diffuseurs américains venait renforcer cette approche classificatoire des publics hommes et femmes : le *soap opera* qui fut

---

<sup>1</sup> Nous ne discutons pas ici les interrogations développées contre cette proposition par les écologistes radicaux en général et la critique écologique (*ecocriticism*) en particulier. Au sujet des rapports entre l'être humain et la nature, pour une réflexion de base voir Jules Ferry *Le Nouvel ordre écologique* (1992).

inventé sous forme de clin d'œil au sponsor principal de ces émissions, (Proctor and Gamble) producteur de produits d'entretien ménager, le terme de « savon » n'étant pas sans rappeler les « bulles » : l'éphémère, le passager, le volatile. Les *soap operas* étaient des productions vouées à l'oubli, des biens de consommation courante, et non des œuvres par définition « éternelles », comme le sont par exemple les films. Cette forme particulière de série télévisée<sup>2</sup> n'a pu faire partie des « objets » des sciences sociales qu'à partir de la 2<sup>nd</sup>e moitié du XX<sup>e</sup> siècle.

C'est avec l'émergence de nouvelles disciplines (en interaction avec les mouvements sociopolitiques et notamment le féminisme) basées sur de nouveaux paradigmes, que les pratiques des femmes ont eu droit de cité dans le monde de la recherche. Les « études de genre » mettant au cœur de la recherche le paradigme du « genre » comme sexe socialement construit (tout comme les « études culturelles » réfléchissent sur les identités culturelles, celles des classes populaires, des minorités ethniques, etc.) se sont développées rapidement. Ainsi, à partir des années 1970 et surtout dans les années 80 et 90, grâce à ces nouvelles disciplines, les questions jusque là déconsidérées, pour ne pas dire méprisées, comme le rapport des femmes aux travaux domestiques, leur intérêt pour la culture populaire, etc., ont pu faire partie des objets de recherche.

Les études de genre qui se sont intéressées aux rapports des femmes avec les textes littéraires, cinématographiques, télévisuels, notamment avec ceux qui justement n'étaient pas considérés comme faisant partie de la haute culture, ont proposé de nouvelles approches et méthodes dans ce domaine. Certes, au sein des études littéraires et filmiques, ainsi que des recherches en Sciences de la Communication, les approches « classiques » étaient déjà fort critiquées et remplacées par de nouvelles orientations s'intéressant au « décodage » des textes (Hall, 1994). Ces approches nées au sein des études culturelles remettaient en cause les théories « des effets », tout comme

---

<sup>2</sup> Le *soap opera* est un genre télévisuel étudié en profondeur dans plusieurs travaux importants. Différentes définitions ont été proposées en fonction des disciplines dans lesquelles ces études ont été faites. Celle de Laura Stempel Mumford souligne les caractéristiques formelles du genre : « Le *soap opera* est un programme de fiction dramatique télévisuelle, présenté sous forme de séries d'épisodes multiples chaque semaine, avec une forme narrative construite de récits croisés qui se déroulent autour des relations à l'intérieur d'une communauté spécifique de caractères. » (Stempel Mumford, 1995 : 18) Pour plus de détails cf. Cassata (1985).

l'approche des industries culturelles de l'école critique. Mais c'est surtout la contribution des études de genre qui a été déterminante sur les travaux de la réception ou plus exactement la sociologie des publics. Comme le précise Marie-Hélène Bourcier (2004), celles-ci ont été d'un apport considérable aux études culturelles, puisqu'elles ont provoqué une « complète reconfiguration du champ et une modification de leurs approches ». Elles n'ont pas seulement remis en cause l'approche critique des Marxistes qui privilégiaient le paradigme de classe à celui de genre, mais ont aussi contribué à introduire les questions de genre et de sexualité dans la compréhension du pouvoir. Les études de genre imposèrent « la dimension du personnel, du privé et du corps voire du bio-politique » aux études culturelles. Elles ont été pionnières dans les recherches sur les rapports des femmes aux produits de culture populaire et ont inspiré les travaux sur les publics, notamment de télévision, considérés dorénavant comme des « spectateurs actifs, des téléspectateurs critiques » (Livingstone et Lunt, 1992 : 145).

Parmi les premiers travaux en études de genre sur la culture populaire, il faut citer celui de Janice Radway (1984) sur les lectrices des romans « à l'eau de rose » devenu un classique. Contribuant également à l'élaboration de méthodes adéquates à cette nouvelle discipline, Radway observe que les femmes ont des formes de lectures et d'usages, imprévues par les producteurs, et un regard critique, malgré le rapport affectif qu'elles entretiennent avec cette pratique de lecture.

Cette critique informelle de l'approche en termes d'audience et l'articulation des pratiques de lecture ou d'écoute des femmes à leur quotidien ont fait l'objet de recherches fort précieuses. Ainsi Ien Ang (1985), dans une recherche devenue « classique » analyse l'audience féminine de la célèbre série américaine des années 1980, *Dallas*, pour proposer une typologie des audiences. Une autre étude de cette même série est réalisée par Elihu Katz et Tamar Liebes (1990 ; 1992) auprès de publics de nationalités différentes, montrant par là les différences de « lecture » par rapport aux cultures d'appartenance et à la conjoncture sociopolitique de réception.

Dans le domaine des études de genre, après le travail d'Ang, des chercheuses, notamment anglo-saxonnes, ont publié des travaux importants combinant les approches en Sciences de la Communication, en études

culturelles et études de genre, afin de faire ressortir les types de lecture qu'ont les femmes à qui est destiné un nombre important de productions sérielles à la télévision. Geraghty (1996), Kaplan (1992), Brown (1994) et Stempel Mumford (1995), entre autres, ont étudié la place des séries télévisées de tous genres (du *soap opera* aux séries hebdomadaires de *prime-time* britannique) dans la vie des femmes, sans toutefois négliger les particularités de ces productions.

Mais comme le remarque Parameswaran (2005), la grande majorité de ces travaux ont analysé le rapport des femmes occidentales-blanches à la culture populaire. C'est vers la fin des années 1990 que les études de genre s'intéressent aux rapports des femmes non-occidentales aux produits de culture populaire et aux particularités de ces produits, comme les séries télévisées locales. En effet, comme le remarque Ang dans un article plus récent (2007 : 26) : « le succès de *Dallas* a donné lieu à la 'glocalisation' du genre *soap opera* : il y a eu une standardisation de la forme et de la formule (récit télévisuel à épisodes multiples se concentrant sur les dilemmes quotidiens de la vie moderne) mais les contenus narratifs tendent à être déterminés et produits au niveau local avec des comédiens, des expressions et des récits locaux ». Et les travaux réalisés auprès des publics fidèles de ces productions nous montrent qu'il existe des similitudes mais aussi des différences dans la lecture et les usages que les femmes de différents pays et cultures font de leurs séries préférées.

### **LES FEMMES ET LES SÉRIES TÉLÉVISÉES EN TURQUIE : LA POLITIQUE DE LA « FAMILLE »**

C'est dans ce cadre-là que nous nous proposons de partager dans cet article les résultats d'une recherche réalisée auprès des femmes turques sur leurs pratiques télévisuelles et leurs rapports aux séries locales. Ce travail s'inscrit dans un axe de la recherche relativement récent dans les études de genre et la recherche sur les médias en Turquie. En effet, les études de genre se sont longtemps limitées soit à une critique féministe des représentations (pour les premières), soit à une approche idéologique. Quant à la recherche sur les médias en général, les deux courants dominants dans les milieux de recherche étaient ceux de la théorie des effets ou alors de l'économie

politique<sup>3</sup>. Nos premiers travaux (à la fin des années 1990) sur les rapports des femmes à la culture télévisuelle et sur les publics de séries ont été considérés comme des « curiosités » dans certains milieux académiques. Depuis, les rapports des femmes aux produits de culture populaire en général, des séries télévisées en particulier, suscitent de plus en plus l'intérêt des chercheur.e.s. Mais les travaux importants sont tout de même peu nombreux, probablement en raison du manque de financement des travaux sur le terrain. Ainsi, si certains de nos résultats semblent manquer d'originalité, en reproduisant les observations similaires faites par nos collègues de pays occidentaux, il faudrait les considérer en se référant à la situation de la recherche en Turquie.

Mais avant de nous concentrer sur notre objet d'étude proprement dit, il serait nécessaire de souligner la particularité, non seulement culturelle, mais aussi politique, des questions de genre en Turquie. Ainsi, les femmes, leur participation à la vie sociale et politique, leurs droits et revendications ont toujours été au cœur des débats les plus importants du pays. Comme d'autres travaux l'ont souligné (Göle, 2003 ; Tanriöver, 2003), le modernisme kémaliste, idéologie officielle fondatrice de la République Turque, voyait dans la question des droits des femmes l'atout majeur de son projet politique : un État-nation laïc conforme au modèle européen. Depuis près d'un siècle, les femmes ont servi de « symboles » pour pratiquement toutes les tendances politiques. Et l'attitude du pouvoir actuel (et corrélativement de l'opposition) montre, à travers l'autorisation du port du voile à l'école ou la restriction du droit à l'avortement que c'est toujours par l'instrumentalisation des femmes que se construisent les discours politiques.

De nos jours, les femmes turques ont des droits formels, pour la plupart instaurés, même si, comme le soulignent les diverses organisations de femmes autonomes en Turquie, ceux-ci demandent à être améliorés. Mais autant, sinon plus, que ces améliorations souhaitées, ce sont les droits « réels » qui font défaut et la grande majorité des femmes ont une existence presque entièrement attachée à (et dépendante de) la famille, considérée par

---

<sup>3</sup> Pour une étude épistémologique de l'analyse des médias en référence au paradigme du genre cf. Biscarrat (2013).

l'approche féministe comme base de production et de reproduction des inégalités et du discours sexiste qui les provoque.

La famille a toujours eu un poids considérable dans cette culture. L'article 41 de l'actuelle Constitution stipule : « la famille est le fondement de l'État turc » ; elle est par conséquent protégée par la loi qui veille également à son renforcement. Toute l'organisation sociale repose sur le modèle familial, et ce modèle est supposé être basé sur une division sexuelle du travail traditionnelle : l'homme/le père qui travaille, la femme/la mère qui s'occupe du foyer et des enfants. Les chiffres concernant le taux d'emploi des femmes le confirment. Malgré la législation qui assure la liberté de travail pour tous les citoyens et tous les efforts des femmes et d'organisations appropriées, seulement 31 % des femmes sont économiquement actives en Turquie. Et ces dernières ne sont pas pour autant moins « femmes au foyer » puisque les valeurs sociales dominantes, qu'elles soient traditionnelles ou au contraire modernes (comme celles des nouvelles tendances dans le domaine des rapports mère-enfant ou de la « bonne cuisine à l'ancienne ») leur confèrent pratiquement toutes les charges de la gestion familiale. Mettre un enfant à la crèche, comme une personne âgée en maison de retraite est un acte presque délictueux en Turquie. Par conséquent, la vie familiale, l'espace domestique, le privé sont les domaines indiscutables des femmes turques. Esquenazi précise que « la vie à la maison n'est pas seulement retraite ou asile » (2010 : 18). Pour la quasi-totalité des femmes turques, elle est surtout le « lieu de travail ». Si cela paraît évident pour les femmes au foyer, c'est également le cas pour celles qui travaillent à l'extérieur. En effet, la quasi-totalité des femmes turques sont tenues comme seules responsables du « travail » familial (c'est-à-dire les travaux domestiques entièrement à leur charge et la gestion des rapports) dont dépend, prétendent les pouvoirs politiques, l'harmonie sociale tout entière.

Dans cet espace domestique qui est le « lieu du travail » de la majorité des femmes, la télévision tient, par définition, une place centrale. Contrairement aux autres médias et technologies de communication, comme la radio ou plus récemment les technologies mobiles, la télévision a



fait une entrée bien tardive en Turquie<sup>4</sup>. Si les premières émissions régulières datent de 1968, c'est vers la fin des années 1970 que le nombre de foyers équipés augmente. La situation de monopole contrôlé par une administration directement liée au pouvoir politique et la conjoncture socio-politique de cette période définie par le coup d'État militaire de 1980 limitent les émissions. Au cours de cette période, que nous avons qualifiée d'« années Dallas » dans un travail précédent (Tanriöver, 2003), la grille de la chaîne unique propose pour le genre « fiction » les séries américaines et quelques productions turques. La politique de cette télévision publique accompagnée d'une censure rigide n'encourage pas les producteurs locaux à investir dans ce domaine. C'est après la rupture du monopole et la création des chaînes commerciales que les contenus seront plus diversifiés. Le jeu de concurrence aidant, ce sont les productions censées répondre aux attentes du grand public qui verront le jour. Ainsi les séries télévisées<sup>5</sup> commencent à apparaître, puis, en l'espace d'une décennie seulement, envahissent la quasi-totalité des écrans de chaînes généralistes grand public à accès gratuit notamment en *prime time*. À l'heure actuelle, sur les 7 chaînes qui les programment, 40 à 50 séries sont diffusées en une semaine. Les séries turques connaissent également un grand succès à l'étranger, notamment au Moyen-Orient et dans les Balkans, depuis une dizaine d'années. Et malgré leur particularité de plaire à des audiences très diverses, ces séries s'adressent beaucoup plus aux femmes.

Partant de ces constats, et se nourrissant de la tradition théorique des études de genre sur les audiences féminines des séries, notre recherche pose en fait une question de départ simple : comment les femmes turques<sup>6</sup>, grosses consommatrices de séries télévisées, lisent-elles celles-ci et à travers quels usages articulent-elles leur expérience spectatorielle à leur vie quotidienne ? Précisons toutefois que le concept d'« usage » pourrait faire écho à un champ de savoirs en Sciences de la Communication élaboré dans

<sup>4</sup> Pour une chronologie des dates importantes de la télévision turque, cf. Tanriöver (2011b).

<sup>5</sup> Précisons que les productions en question sont plus proches de la forme « feuilleton » ; c'est la raison pour laquelle dans plusieurs de nos travaux précédents nous avons préféré utiliser ce terme.

<sup>6</sup> Nous utilisons ce qualificatif (femmes « turques ») pour la facilité de langage, sans aucune intention nationaliste. À l'ère des revendications identitaires parfois aiguës, notre objectif n'est nullement d'exclure les femmes d'origine kurde, arménienne, etc. vivant sur les territoires de l'actuelle République de Turquie.

les années 1970 sous le nom d' « usages et satisfactions » (*uses and gratifications theory*). Ce travail se réfère à certains acquis de ce courant mais ne perd pas de vue l'approche féministe qu'il adopte et qui est, par définition, critique vis-à-vis de la théorie des usages des premiers temps proche du fonctionnalisme<sup>7</sup>.

À l'instar de différents travaux dont nous nous sommes inspirés, parmi lesquels certains de nos propres travaux antérieurs, cette recherche a opté pour une méthode compréhensive, qualitative, basée majoritairement sur les entretiens individuels ou collectifs et une observation ethnographique chez les interviewées dans leur environnement quotidien (université, lieu de travail). Le terrain a été réalisé à Istanbul, partant du fait qu'en matière de pratiques spectatorielles générales la région ne constitue pas une variable discriminatoire en Turquie<sup>8</sup>. Dans la construction du corpus, ont été retenues les variables classiques (âge, niveau d'éducation, profession, classe socio-économique) et stratégiques (état civil, taille du ménage, forme de famille/cohabitation, fidélité, nombre de séries suivies, équipement électronique). 24 entretiens ont été réalisés entre septembre 2013 et mai 2014<sup>9</sup>. Les paroles des femmes que nous rapportons dans notre texte sont originales, traduites en toute fidélité sans aucune modification<sup>10</sup>.

### « NOUS SOMMES UNE GRANDE FAMILLE »

L'importance accordée à la famille et le nombre important de femmes au foyer sont parmi les facteurs justifiant le poids de la télévision dans les pratiques quotidiennes des femmes en Turquie. En effet, comme l'ont montré nombre de travaux importants dans ce domaine, la télévision

---

<sup>7</sup> Cette explicitation s'avère nécessaire, notamment par rapport au positionnement de certains milieux académiques en Turquie qui, faute d'avoir connaissance de riches travaux notamment sur la culture populaire qui ont su combiner depuis plusieurs décennies, une approche critique de la réception et celle des usages, voient dans la construction des problématiques, telles que la nôtre, une faiblesse théorique.

<sup>8</sup> Sauf pour les régions kurdes. Mais pour l'étude des pratiques spectatorielles dans ces régions, notamment auprès des populations ne maîtrisant pas la langue turque, d'autres paradigmes, comme la communication interculturelle ou l'apprentissage linguistique, sont à prendre en considération.

<sup>9</sup> Précisons que nous nous référons également dans ce travail à certaines observations de nos terrains antérieurs.

<sup>10</sup> Quand elles ne sont pas précisées dans le texte, les informations concernant les femmes citées sont données entre parenthèses à la fin de la citation : initiale du prénom, profession, âge, état civil, catégorie sociale.

est le média qui s'identifie, en quelque sorte, à l'espace domestique, la maison, le foyer. Certes, la possibilité d'accéder aux contenus télévisuels par les technologies mobiles individuelles vient depuis quelques décennies interroger cette identification. Mais l'accès des femmes à ces technologies reste encore assez limité en Turquie : 63 % des femmes ont accès à internet en moyenne et ce taux baisse vers les 40 % parmi celles des 35-44 ans.

Ainsi, il suffit d'observer les types d'habitats, la disposition des pièces qui les composent ainsi que les tendances en matière d'ameublement et de décoration de ces « maisons »<sup>11</sup> pour voir toute l'importance qu'a la télévision pour la famille turque moyenne. Les familles turques, composées en moyenne de quatre à cinq membres, ont l'habitude de vivre dans des espaces relativement grands par rapport aux foyers européens : des 3 ou 4 pièces de 100-120 m<sup>2</sup>, avec un salon, des chambres à coucher et, quand la disposition de l'appartement le permet, une salle de séjour différenciée du salon et réservée aux invités. Comme nous l'avions déjà constaté dans nos recherches antérieures (Tanrıöver, 2003 et 2004), le poste de télévision a une position centrale dans la salle de séjour ou le salon. En l'espace des dix années qui se sont écoulées depuis nos travaux en question, la technologie a changé remplaçant les tubes cathodiques par des LCD ou des plasmas, mais notre dernier terrain montre que la place et la disposition de la télévision, elles, n'ont pas changé. Par contre, le coin télé, avec le petit meuble sur lequel est posé le poste, avec ses étagères décorées d'objets, a été en quelque sorte révisé : les nouveaux meubles sont plus sobres et ne laissent que peu d'espace aux bibelots et fleurs en tissu. Ce sont surtout ces jolis napperons qui pendaient sur le poste, tel un petit rideau aux moments où celui-ci n'était pas allumé, qui ont disparu. Certes, les nouveaux appareils ne s'y prêtent pas aussi bien. Mais une autre raison peut aussi expliquer ce changement : comme nous y reviendrons plus loin dans cet article, de nos jours, dans beaucoup de foyers, du moins des classes populaires et moyennes, le poste n'est pratiquement jamais éteint. La télévision reste donc, non seulement au centre des activités de la famille, mais aussi « au cœur »<sup>12</sup> du foyer tout au

<sup>11</sup> Précisons que pour les Turcs, le terme « maison » signifie indifféremment la maison individuelle, le pavillon ou l'appartement.

<sup>12</sup> Le terme est de Le Diberder (1993).

long de la journée et de la soirée. Elle constitue le « 5<sup>ème</sup> mur » de la maison (Tanriöver, 2014 : 39).

Pour les femmes au foyer, la télévision fait partie (on peut même dire, est partie intégrante) de leur contexte de travail : comme le bruit des machines dans l'usine, la sonnerie du téléphone au bureau ou la musique de fond sur différents lieux de travail, c'est « une voix à la maison ». Comme le déclare une jeune femme célibataire de 18 ans, « fille au foyer » comme elle se qualifie, vivant chez ses parents de classe populaire et chargée des tâches domestiques dans la journée : « Je ne peux pas moi faire mon ménage si j'entends pas la voix de la télé... Surtout la chaîne de musique avec les vidéo-clips [...]. Non ce n'est pas comme écouter la musique ou la radio ; parce que si j'entends tout d'un coup Murat Boz, je laisse tout... et vais le regarder pour 5 minutes. Ça me met de bonne humeur de voir un beau garçon ! ».

La télévision est donc l'accompagnatrice des femmes au foyer qui sont souvent seules sur leur « lieu de travail » ; mais aussi pour d'autres catégories de personnes qui voient en elle un remède à la solitude, mal-aimée des Turcs, en raison justement de leur mode de vie traditionnel « familial » : les retraités, les étudiants ou jeunes salariés vivant seuls.

C'est-à-dire je ne sors pas beaucoup le soir. On a... comment dire un peu peur. Je peux dire que la plupart du temps... mon amie aussi a perdu son mari, elle non plus, ne sort pas. Personne (le terme de « personne » signifie « aucune femme seule ») ne sort, on est devant la télé. C'est comme ça. (S., femme au foyer, 74 ans, veuve, vit seule, classe moyenne)

Moi je regarde la télé pas mal de temps. Surtout s'il n'y a personne à la maison la télé est toujours allumée; même quand je fais autre chose. Je suis en co-loc'. Par exemple quand je lis, ça me gêne pas que la télé soit allumée... parfois je vois quelque chose à l'écran et je me tourne vers la télé. Ou alors que je fais un café le soir, je regarde les séries, les séries turques. (M., étudiante, 22 ans, classe moyenne)

Moi j'allume la télé dès que je me réveille. Et même... quand l'alarme sonne, que je suis dans mon lit. Les yeux fermés j'appuie sur la télécommande. Pour qu'il y ait un son, un bruit qui me réveille, qui me harcèle et me réveille ! Elle a aussi cette fonction la télévision. Une voix dans la maison... la télé n'est pas seulement quelque chose que l'on

regarde, assise de manière concentrée. (D.; cadre sup., 30 ans, célibataire, vit seule, cl. sup.)

Il convient également d'ajouter que nombreux sont les enfants, dont les deux parents travaillent, qui font référence à cette impression de « remède à la solitude » que crée chez eux la télévision quand ils rentrent de l'école dans une « maison vide » (Danaci Yüce et Kara, 2014 : 47).

Cet aspect de la télévision n'est certes pas propre à la Turquie. Par contre, la particularité du cas turc, surtout pour les femmes, vient en réalité de ses fondements sociologiques. D'un pays agricole, avec une importante population rurale et une organisation sociale au sein de laquelle hommes et femmes participent de manière similaire à la production, la Turquie s'est transformée en l'espace de quelques décennies en un pays industriel urbanisé. Cette transformation a été accompagnée de vagues d'immigration interne et externe et surtout de l'exode rural qui a fortement marqué la vie sociale. Ainsi, comme le remarque la sociologue Özbay (1994), les femmes parties de leurs villages où elles avaient une existence de « productrice » se sont retrouvées dans les espaces clos des appartements. Leur travail n'était peut-être pas assez « visible » dans le monde agricole puisque le patriarcat ne le reconnaissait pas pour autant. Mais en ville, dans ce monde jugé « dangereux » pour elles, ce travail producteur à l'extérieur a laissé la place aux seuls travaux ménagers. Parallèlement à ces changements structuraux, la transformation des relations familiales et communautaires a redéfini la place des femmes. Basée sur la famille nucléaire, sans la hiérarchisation traditionnelle des communautés villageoises, cette nouvelle situation a conféré à certaines une certaine autonomie. Mais elle a ôté à beaucoup de femmes la possibilité de se sentir « utile » au sein d'une grande communauté et de communiquer avec d'autres femmes.

Dans la journée, la télévision constitue, notamment pour les femmes au foyer, une compagnie. Elle est comme un membre de la famille qui, de plus, est bien docile puisqu'il leur donne ce qu'elles veulent : des informations pratiques utiles à la vie domestique, de la musique, l'image d'un « beau garçon » ou des récits de vie à prendre en exemple (ou contre-exemple). En soirée, la même télévision change plus ou moins d'identité

pour offrir, cette fois-ci à toute la famille réunie, le matériel nécessaire contribuant à maintenir cette unité familiale et une communication agréable. En effet, les émissions de soirée et notamment les séries turques qui occupent la quasi-totalité des écrans des chaînes généralistes grand public à accès gratuit<sup>13</sup> sont, de nos jours encore, souvent regardées « en famille ». Quand les enfants sont jeunes, c'est toute la famille qui se trouve devant l'écran, quand ceux-ci commencent à gagner plus en autonomie, ce sont les petits duos ou trios qui se constituent : celui de « mère-fille(s) » dont parlent également les recherches européennes (Pasquier, 1999 : 54-93 ; Esquenazi, 2009) par exemple, mais aussi d'autres, comme les sœurs entre elles, les frères et sœurs ou encore les parents ou le « couple ».

Ainsi, la télévision est, pour tous, mais beaucoup plus pour les femmes, un membre de la « grande famille », et propose une multitude d'autres figures familiales qui sont « adoptées » comme de nouveaux membres. Les séries, par les familles qu'elles mettent en scène, représentent au mieux cet élargissement de la famille réelle. Les fans de séries considèrent les personnages comme des « connaissances » et savent voir au-delà ces personnages des comédiens, voire des personnes réelles « civiles » (Pasquier, 1999 : 54-93) qu'elles suivent de près à travers la presse ou les émissions « people », en fonction de leur *télélettrisme* (Tanriöver, 2003) ou de leur « *mediacy* »<sup>14</sup>. Une femme au foyer de 45 ans, de classe moyenne l'exprime en ces termes : « Une nouvelle série va commencer... J'en ai vu la bande-annonce. J'aimerais bien la regarder, car il y a Perran Kutman [nom de la comédienne]. Je l'aime beaucoup... et ça fait des années que je ne l'ai pas vue. Elle commençait à me manquer. »

## **TÉLÉVISION : SOURCE D'INFORMATIONS PRATIQUES... ET ALTERNATIVES**

<sup>13</sup> Nous ne développons pas dans ce travail les particularités générales de la télévision turque, et celles des séries télévisées. Pour plus d'information cf. Tanriöver 2011b; Danaci Yüce et Güvenli, 2013)

<sup>14</sup> Ce terme est proposé par Esquenazi : « L'anglais propose plusieurs termes associant une compétence et la capacité d'agir qu'elle autorise : *policy* (la conduite de la politique), *agency* (la puissance d'agir), *literacy* (le savoir-lire et par extension le savoir-lire littéraire). J'utiliserai dans cette perspective le franco-anglais '*mediacy*' dérivé de l'anglais *mediacy* que plusieurs auteurs emploient pour désigner nos savoirs acquis concernant la télévision » (2010 : 5).

Nous savons que la télévision constitue pour la grande majorité des Turcs, la principale, sinon l'unique source d'informations (Tanriöver, 2011b), même si pour les générations d'internautes de naissance, les sources internet tendent à la détrôner. Mais outre l'importance de cette source d'informations au sens journalistique, les séries télévisées, qui pourtant relèvent de ce que Jost appelle le « monde fictif » (1999 : 29), offrent aux femmes une source d'informations pratiques pour l'organisation de leur vie quotidienne individuelle et familiale.

Par exemple mon amie allait se marier, l'année dernière. Elle a vu la chambre à coucher de Peyker [personnage de la série *Ayk-ı Memnu (L'amour interdit)*, Kanal D, 2008-2010]. Le papier peint et le lit, elle les a reproduits chez elle. Faut dire que ces modèles étaient à la mode... il y avait des affiches dans les vitrines des magasins de meubles. Comme ça elle a fait faire un lit spécial, uniquement parce qu'elle l'a vu là, dans la série. (C., institutrice, 32 ans, mariée, 1 enfant, cl. moyenne)

Par ailleurs, pour des questions aussi sérieuses que les conflits de générations, l'amour libre ou l'autonomie des jeunes, les séries offrent des modèles grâce auxquels le débat s'instaure au sein des familles. Ainsi une étudiante en mastère de classe moyenne supérieure pense que la grande série familiale très populaire des années 1990, *Süper Baba*, a été « utile » dans sa famille :

Je pense que *Süper Baba [Super Papa, ATV, 1993-1997]* a été utile à ma sœur qui voulait faire des études de théâtre, alors que les nôtres ne pensaient qu'au Droit, Gestion, etc. Moi j'étais petite mais je me souviens, ils discutaient sur les disputes de la fille avec son père [dans la série]. Demet [sa sœur] a finalement terminé le Conservatoire et elle fait du théâtre maintenant.

Parfois c'est en tant que source d'informations « professionnelles » que les femmes déclarent regarder les séries.

Dans une série... par exemple, dans la *Kurtlar Vadisi [La Vallée des Loups, SHOW TV ; ATV ; STAR ; 2003 -...]*, le plateau avec les tasses de thé que porte la fille... comme c'est mon domaine, mon métier, j'ai fait attention à cela. Je regarde même comment les personnages servent le thé, comment ils mettent la table, comment ils mangent. Je les prends comme exemple. C'est vrai... moi je fais attention aux choses comme ça. (N., serveuse, 34 ans, célibataire, vit avec sa famille nombreuse, cl. populaire)

Mais, comme nous l'avons déjà observé dans un terrain et souligné dans un travail antérieur (Uğur Tanrıöver, 2011a), les femmes retrouvent aussi dans leurs séries préférées une source d'informations juridiques. C'était le cas de la production très populaire, traitant de la question du viol sous plusieurs aspects, qui a marqué l'histoire des séries à message « social » en Turquie, *Fatmagül'ün Suçu Ne?* (*Quelle est la faute de Fatmagül?*, Kanal D, 2010-2012) Cette série qui a fait suivre à son audience tout le processus judiciaire d'un cas de viol a constitué aussi pour beaucoup de femmes un catalyseur de leur réflexion sur une question aussi cruciale, ses conséquences, son impact.

Pour moi dans une série, il faut soit que le scénario soit très captivant de manière à ce que ça attire mon attention... soit qu'elle soit conforme à la réalité ; ou alors que j'y trouve quelque chose de moi-même. Moi j'ai regardé deux épisodes de *Fatmagül* [de son vrai titre : *Fatmagül'ün Suçu Ne?*, Kanal D, 2010-2012] et j'ai pensé à ce que je peux faire si une telle chose (le viol) m'arrivait. (F., femme au foyer, mariée 2 enfants, cl. moyenne)

C'est vrai que je fais attention aux choses comme ça dans les séries. S'il arrive quelque chose à quelqu'un. Ou que cela m'arrive à moi... Qu'Allah nous préserve. J'apprends ce que j'aurai à faire. Ça nous apprend beaucoup de choses en fait. S'il m'arrive une telle chose comment j'agirais ? Par exemple, dans *Fatmagül*... [de son vrai titre : *Fatmagül'ün Suçu Ne?*, Kanal D, 2010-2012]. On sait jamais n'est-ce pas. Ou si ça arrive à une voisine, comment dois-je me comporter ? Je vais être indifférente ? Ne plus lui parler ? Ou au contraire... essayer de la comprendre ? (N., serveuse, 34 ans, célibataire, vit avec sa famille nombreuse, cl. populaire)

Les séries télévisées animent également depuis quelques années tout un débat sur l'histoire notamment « officielle » en Turquie. D'abord lancé à travers des productions proposant des récits qui se déroulent dans la période 1960-1980 et reflétant des histoires d'amour, des problèmes de famille, etc., sur fond d'événements politiques dont ne parlent pas les manuels scolaires, ce débat a revu le jour avec la série très populaire *Muhteşem Yüzyıl* (*Le Siècle magnifique*, SHOW TV ; STAR, 2011-2014) sur l'histoire ottomane. Cette histoire « parallèle » pour reprendre le terme de Ferro, et surtout sa narration par l'intermédiaire de faits inconnus et/ou fictifs, de relations affectives, et de situations humaines a séduit tous les publics de série. Sans



ouvrir le débat, certes fort important, de la construction de l'histoire par la culture populaire, nous considérons qu'il est important de voir comment les femmes (et surtout celles qui ont moins de possibilités de scolarisation et/ou d'accès aux sources d'information et de connaissance « accréditées ») ont vécu cette expérience. Notre recherche a pu faire ressortir deux types de relations à la série. D'abord, les femmes, notamment celles des classes populaires et moyennes, celles qui sont peu diplômées et n'ont pas d'identité professionnelle (à commencer par les femmes au foyer) ont vécu à travers leur fidélité à cette série une sorte de processus d'auto-apprentissage. Ces nouvelles connaissances leur ont donné, ont-elles dit, une certaine force notamment face à leurs maris ou leurs enfants. Il y a aussi des femmes qui se sont intéressées à l'histoire et ont voulu en savoir plus. « Du coup j'ai commencé à regarder *Murat Bardakçi*<sup>15</sup> [C'est-à-dire... je n'ai jamais pu tenir jusqu'à la fin, ça se termine trop tard. Mais j'aime bien apprendre ce qui s'est réellement passé. » (S., femme au foyer, 40 ans, mariée, 2 enfants, cl. populaire). La deuxième forme de relations à la série *Muhteşem Yüzyıl* (SHOW TV ; STAR, 2011-2014) ayant comme personnage principal, non pas le Sultan, mais sa femme Hürrem, est essentielle pour comprendre les usages que font les femmes turques des séries : « Elle est mauvaise Hürrem. Diabolique, oui ! Mais qu'est-ce qu'elle est forte, intelligente... Et quel grand amour elle vit. Cela fait plaisir de voir ça », déclare une jeune femme au foyer de classe moyenne. Ce sont probablement ces femmes-là qui ont riposté contre le Premier Ministre Erdogan qui accusait (fortement) la série de falsifier l'Histoire et de parler des histoires d'amour (et d'alcôve !) au lieu des guerres héroïques de Soliman le Magnifique. La série a battu les records d'audimat au lendemain des déclarations du Premier Ministre. On peut voir dans ce geste une forme d'opposition politique, comme d'autres exemples le confirment. Nous y reviendrons ci-dessous.

Mais ce fait confirme également ce que relève Esquenazi, au sujet de Buffy la croqueuse de vampires, qui représenterait pour beaucoup de femmes américaines une solution imaginaire aux problèmes réels qu'elles rencontrent dans leurs relations avec les hommes (Esquenazi, 2010 : 19).

---

<sup>15</sup> Murat Bardakçi est historien, concepteur et animateur d'une émission sur l'Histoire : *Tarihin Arka Odası*, (HABERTÜRK, 2010 - ). La personne interviewée veut dire qu'elle a commencé à suivre l'émission animée par Murat Bardakçi.

Comme le rappelle Mary Ellen Brown en référence à Tania Modleski (1982), la méchanceté d'un caractère (dans le *soap opera*) peut aussi être agréable pour les femmes qui voient ces protagonistes à l'oeuvre. Qu'elles soient bonnes ou méchantes, les femmes fortes existent dans les séries. Les séries offrent ainsi aux femmes des positions fictives qu'elles peuvent rarement occuper dans les médias (Brown, 1994 : 48).

**« LES SCÉNARISTES... NE SONT PAS MIEUX QUE MOI ! » :  
MÉDIALETTTRISME ET LECTURES CRITIQUES DES SÉRIES**

Les femmes turques qui articulent leur culture télévisuelle en général, et leur pratique des séries en particulier, à leur vie quotidienne, semblent avoir développé différentes formes de littéracie<sup>16</sup> (*literacy* en anglais). Elles composent en quelque sorte (on peut même dire « jonglent avec ») plusieurs modes de lecture qu'elles adoptent dans leur vie quotidienne. Si nous reprenons les catégories de lecture proposées par Stuart Hall (1994), nous pouvons dire que les femmes turques adeptes des séries n'en font pratiquement pas de lecture « dominante » ; c'est la lecture négociée qui semble primer, et dans certains cas, la lecture opposée, par exemple dans le cas d'une femme au foyer de classe supérieure, ayant un diplôme universitaire :

Vous pouvez me dire pourquoi dans ces séries les femmes sont toujours subalternes ? [...] Ça m'énerve tellement que parfois je crois regarder les séries juste pour voir si c'est toujours la même chose... ou plutôt avec l'espoir de voir quelque chose de différent. (S., 50 ans, femme au foyer, mariée, 2 enfants, cl. moyenne-supérieure)

Mais nous avons constaté, depuis bientôt vingt ans que nous réalisons des travaux sur le terrain dans ce domaine, que les femmes développent aussi des modes de lecture critique, aussi bien syntaxique que sémantique ou ludique, si nous les considérons en référence aux catégories proposées par Tamar Liebes et Elihu Katz à l'issue de leur importante recherche sur la réception de la série *Dallas* (1992). Notre dernier terrain confirme ce fait et montre que les spectatrices « se perfectionnent ».

---

<sup>16</sup> Cette observation est aussi valable pour les hommes ou pour les enfants (Tanrıöver, 2003 ; 2014).

Les femmes connaissent de mieux en mieux les règles de travail ainsi que les petits « trucs » des métiers de production et de diffusion des séries. Elles regardent ces séries comme des productions et les critiquent, se référant tantôt à leurs expériences antérieures, tantôt à leur lecture des journaux, magazines ou sites internet qui donnent des informations spécialisées sur ce sujet. Les questions de casting, la structure dramatique, les particularités narratives, les choix des jours de diffusion ou la « disparition » subite des séries en raison d'une chute des taux d'audience sont loin d'être des secrets pour elles.

Tenez... ils font la publicité sur une nouvelle série encore qui va commencer sur ATV. Mais, tous les soirs il y a déjà une série. Je m'inquiète pour eux [pour les gens qui travaillent dans la production des séries actuelles]. Ça veut dire qu'une série va se terminer... encore des gens sans travail. Les stars ça va, mais les autres ? (S., femme au foyer, 45 ans, mariée, 2 enfants, cl. moyenne-supérieure)

Quant à la connaissance des astuces scénaristiques, les paroles d'une institutrice chez qui nous avons fait une observation ethnographique nous montrent qu'elles sont connues. Alors qu'elle demandait à son mari d'apporter le thé de la cuisine et que celui-ci ripostait en disant « Attends là... Que je voie au moins qui a sonné à la porte [dans la série] », B. lui a répondu en développant toute l'histoire en détail, lui disant qu'il n'avait pas besoin d'attendre. « D'où tu sais tout ça ? C'est pas toi qui as écrit le scénario ? » lui a alors demandé son mari. La réponse était nette et traduisait la confiance en elle de l'amatrice de séries : « Et alors ? Les scénaristes ne sont pas mieux que moi... ». Cette fan de série confirme l'observation d'Esquenazi qui dit : « La situation est étrange : les 'amateurs' de séries semblent en savoir beaucoup plus que ceux chargés de rendre compte de ces mêmes séries » (2009 : 23). Notre recherche sur les industries de films et de séries (Tanriöver, 2011a) a montré qu'en Turquie, les scénaristes ou metteurs en scène qui suivent autant ces productions et qui développent une connaissance pragmatique à ce sujet, sont moins nombreux que les publics de séries. Il faut tout de même noter que cette attitude est parfois souhaitée par les industries de production mêmes, en réponse au souci de « régularité » qui assure aussi la fidélité du public au produit culturel. « La

régularité est nécessaire, surtout du point de vue des familles », commente Esquenazi.

[On] peut expliquer le procédé d'écriture des séries, qui laisse toujours un petit élément d'intrigue 'repérable' par les spectateurs qui 'devinent' la suite : c'est une manière de les 'rassurer' ; de leur donner un point de repère... De même, les personnages, contextes et univers 'récurrents' jouent le même rôle : assurer la familiarité des spectateurs avec les protagonistes et les récits, faire en sorte qu'ils se sentent chez eux. (Esquenazi, 2010 : 21)

### **RÉSISTANCE AU PATRIARCAT ET DÉCODAGE « POLITIQUE » DES SÉRIES**

Le discours des séries, ou plus exactement les « messages » qu'elles veulent donner, sont également un domaine de réflexion pour les femmes turques. Elles les comprennent, en discutent la portée dans leur entourage, au sein de leur « communauté de publics des séries »<sup>17</sup>, développent des hypothèses sur les choix, sur l'évolution des récits, sur la vie des productions.

Il y a eu à un moment une série sur un foyer pour femmes victimes de violence<sup>18</sup>. Mais ça n'a pas marché je pense. Ça s'est terminé... trop vite. Moi j'avais trouvé intéressant, ils avaient touché à un sujet important. J'ai pas compris pourquoi ça s'est terminé. Elle a dû avoir un taux d'audience bas[avec un sourire]. C'est sûr que les hommes n'ont pas dû trop la regarder. (S., 74 ans, femme au foyer, veuve, vit seule, cl. moyenne)

Nous pouvons voir dans ce commentaire une manifestation de ce que Brown appelle « la connaissance stratégique » et qu'elle explique par la fidélité des spectatrices. Elle souligne que « [N]on seulement les non-initiées ne peuvent accéder à cette connaissance, comprendre cette manière de parler, mais en même temps elles ont accès, grâce à cette pratique, à une connaissance stratégique qui est celle de l'oppression des femmes » (Brown, 1994 : 168).

Certaines femmes poussent même leur réflexion en disant en termes courants ce que les théories de la réception ont conceptualisé depuis

<sup>17</sup> Les communautés de spectatrices constituent un domaine de réflexion et d'analyse fort particulière, nécessitant l'introduction des concepts de socialisation, de communication interpersonnelle, etc. Faute de place, nous ne pouvons développer cet aspect sur lequel nous avons déjà travaillé (Tanriöver, 2003).

<sup>18</sup> Il s'agit de *Güldünya*, diffusé sur STAR en 2009.

plusieurs décennies : le sens d'une série est finalement une construction à laquelle peut participer son public.

Moi j'ai regardé *Ayk-ı Memnu* [Kanal D, 2008-2010], d'abord pour savoir si c'est la même chose que dans le roman. Chacun prend ce qu'il veut comprendre je crois. Par exemple tout le monde a parlé de l'amour de Behlül avec Bihter [personnages principaux de la série]. Alors qu'il y a aussi le fait qu'un homme âgé épouse une toute jeune fille... que quand elle est enceinte, toute la famille s'unit contre elle. De tout cela on n'en a presque pas parlé... Chacun prend ce qu'il veut dans une série. (B., institutrice, 54 ans, mariée, 2 enfants, cl. moyenne)

Ce commentaire ne confirme pas seulement la proposition de Staiger qui écrit « les produits culturels n'ont pas de significations immanentes, leurs variations d'interprétations sont des fondements historiques et ces différences et changements ne sont pas idiosyncrasiques mais dus à des conditions sociales, politiques, économiques, se reflétant dans les divers éléments de construction d'identité, de genre, de préférence sexuelle, de race, d'ethnicité, de classe » (Staiger, 1992 : 6), mais pousse la critique plus loin pour montrer que le discours hégémonique sur une série se construit sur le modèle dominant de lecture, alors qu'une lecture opposée proposerait, comme le fait cette femme, une réflexion sur le discours latent.

Si ce n'est sous forme de critique bien formulée, c'est surtout sous celle de différents modes de ce que Brown appelle « résistance » (1994 : 167-168) que les femmes turques font des lectures oppositionnelles de séries. On pourrait d'ailleurs qualifier ces commentaires, non pas simplement de lectures, mais de positions sociales liées aux pratiques. Les spectatrices construisent à travers leurs pratiques des séries une identité en quelque sorte dissidente. Leur attachement à certaines productions ou leurs rituels d'écoute collective (entre femmes) se transforme en un acte de protestation contre les assignations de genre souhaitées par les maris ou les autres hommes de leur entourage. Ainsi, contre les hommes qui considèrent ces séries comme de « mauvaises fréquentations », ou de mauvais modèles qui peuvent influencer leurs femmes, ces dernières ripostent par une fidélité plus grande voire une revendication identitaire.

[À propos d'*Aşk-ı Memnu*, Kanal D, 2008-2010] Mon mari ne le regardait pas. Il ne voulait pas non plus que je la regarde. C'est-à-dire... Il me disait « regarde pas ça... ». Parce que pour les hommes c'est la femme qui est mauvaise, diabolique. Les hommes... ne veulent pas des choses comme ça dans la famille... ils disent qu'il n'y a rien à regarder, que ça ne donne pas de bons messages. Mais toutes mes amies en parlent [de la série] à l'école. Toutes les femmes la regardent ; nous la regardons toutes ! Et même nous avons organisé une soirée *Aşk-ı Memnu* entre amies : nous nous sommes réunies chez G. Pour regarder ensemble et papoter à notre aise... sans entendre les maris. (M., proviseure; 46 ans, mariée, 2 enfants, cl. moyenne)

Cette résistance au patriarcat à travers les formes de pratiques et de lectures des séries se transforme chez certaines femmes en une prise de position politique. Ce serait peut-être là une des particularités du cas turc. Nous avons pu observer que ce n'est pas à travers la lecture d'une série particulière que les femmes découvrent et critiquent la portée politique des discours. Elles font une évaluation d'ensemble, comparant les productions et les chaînes entre elles, et puisent dans leur expérience (les séries qu'elles ont suivies dans le passé notamment) pour compléter leur analyse.

Avant, ce n'était pas non plus réaliste. Il n'y avait aucun personnage, aucune femme qui porte le foulard, sauf les paysannes les plus archaïques. Maintenant... c'est mieux... mais en même temps. Par exemple *Huzur Sokağı* [ATV, 2013-2014] c'est-à-dire... c'est comme si on fait la leçon... bien sûr parce que c'est ATV [pro-gouvernemental]... Peut-être pas tout à fait comme les films de STV [chaîne de la communauté de *Fethullah Gülen* ; discours islamique] mais quand-même. (S., 36 ans, diplômée de lycée technique, mariée, 2 enfants, femme au foyer, cl. moyenne, porte le foulard).

Les publics de séries ne font pas que décoder les messages et positions politiques, ils interrogent aussi l'économie politique des industries télévisuelles, voire le rapport des médias avec le pouvoir politique.

Ça finit par devenir ridicule... Elle pouvait se faire avorter [commentaire sur la situation d'un personnage de *Karagül*]. Mais voilà, tout tourne autour de la sacralité du bébé. Ils font ça pour donner raison à Erdoğan qui n'arrête pas de demander aux femmes de faire au moins 3 enfants ! Les

chaînes n'osent plus contredire le gouvernement pour ne pas se faire engueuler<sup>19</sup>. (G., 24 ans, étudiante, cl. moyenne-supérieure)

Ces paroles prononcées lors d'un entretien de groupe animent le débat :

Ils ont réussi à diviser les gens... même par les séries ! D'une part les Laïcs, et de l'autre les Musulmans ! Enfin quand je dis Musulmans... Nous sommes bien Musulmanes nous aussi, Dieu merci... Mais vous comprenez n'est-ce pas ? Le gouvernement veut imposer son mode de vie, les libertés... [sont limitées]. Et puis la mascarade de « mosaïquer »<sup>20</sup> les verres à vin, les bouteilles de bière ! Le dîner en tête-à-tête, les bougies et tout... et pas de verres visibles. » (I., 42 ans, diplômée d'université, infirmière, divorcée, 1 enfant, cl. moyenne).

Le débat débouche sur une position collective d'opposition aux politiques du gouvernement en matière d'intervention sur les médias et les cinq femmes, y compris celle qui porte le foulard, reprochent au gouvernement de ne pas respecter les goûts et les préférences des gens.

Il faut également souligner que la mentalité des femmes a changé ces vingt dernières années. Nombreuses étaient alors celles qui commençaient par dire « oh vous savez moi, je ne regarde pas trop les séries... même pas trop la télé. J'aime surtout les documentaires, les débats télévisés... », surtout parmi les femmes ayant un diplôme universitaire et un statut professionnel élevés. De nos jours, qu'elles soient cadres supérieurs ou avocates renommées, les femmes hésitent beaucoup moins à dire qu'elles aiment regarder les séries et on peut entendre, dans les bureaux de professeurs d'université ou les cabinets des médecins spécialistes, des débats et commentaires sur le dernier épisode d'une série. Les paroles d'une fonctionnaire de classe moyenne met en opposition (ou plus exactement rapproche) les pratiques populaires des femmes et des hommes : « Dans les

<sup>19</sup> La jeune femme fait allusion aux déclarations de Recep Tayyip Erdoğan, Premier Ministre de l'époque (actuellement Président de la République) qui véhiculent un discours nataliste ainsi qu'à un scandale qui a éclaté à la veille des élections de mars 2014 faisant état d'entretiens téléphoniques entre Erdoğan et le PDG d'une chaîne de télévision commerciale. Le Premier Ministre ordonnait sur un ton très autoritaire de faire le nécessaire pour faire taire un journaliste qui critiquait le gouvernement.

<sup>20</sup> Allusion au fait de masquer les bouteilles de boissons alcoolisées ou les verres spécifiques dans lesquels on sert ces boissons, par un procédé de « brouillage » de l'image de l'objet en question. Par une législation très stricte, la vue de produits de tabac et d'alcool est strictement interdite à la télévision; même en cas de films classiques, par exemple.

services<sup>21</sup>, les femmes parlent peut-être des séries... Et alors ? Les hommes ils parlent bien de football ! » Et une directrice de banque, mariée, mère de deux filles, rappelle que si les séries sont plus aimées par les femmes, cela ne veut pas dire que les hommes ne les regardent pas : « Il [son mari, informaticien, directeur du département d'informatique d'une autre banque] a bien regardé *Kurtlar Vadisi* des années durant... Il a rien à dire pour nos séances de *Hürrem* [*Muhteşem Yüzyıl*, SHOW TV ; STAR, 2011-2014], les filles et moi... ».

Pour conclure, nous pouvons dire que les femmes turques stambouliotes entretiennent des relations riches avec les séries télévisées. Elles y voient un guide pratique pour leur vie quotidienne, à la manière de la presse dite féminine (Bonvoisin et Maignien, 1996), ou des romans « à l'eau de rose » (Radway, 1984), une source d'informations alternatives qui les poussent à réfléchir et à débattre des « choses sérieuses », comme le pouvoir, l'Histoire, les relations humaines. Également aimées par les autres membres de la famille et de la communauté d'amies, de voisines, de collègues, les séries constituent pour elles un point de repère, parfois même une référence pour les aider à la construction d'une identité : celle du « public de séries » mais aussi de femme, avec toute une série d'interrogations relatives au genre, aux inégalités sociales, au discours sexiste, voire à l'ordre patriarcal.

C'est aussi grâce à cette pratique spectatorielle que les femmes amatrices de séries développent des lectures de plus en plus « travaillées », critiques ou ludiques, remettant en cause ces appels à la « *media literacy* » des experts. Or ces experts, bien moins familiers avec les produits de culture populaire, en savent parfois moins que les fans d'une série sur les rivalités entre les maisons de production, les problèmes de *casting* et les politiques de programmation des chaînes privées qui changent de propriétaires (devenant, par exemple pro-gouvernementales).

---

<sup>21</sup> En Turquie les administrations ou les grandes sociétés privées assurent le transport de leurs salariés par des minicars ou autocars qu'on qualifie de service. Dans le langage courant, le mot « service » désigne ces minicars que prennent les salariés qui passent, dans les conditions urbaines d'Istanbul, en moyenne une à deux heures (aller-retour) par jour.



Et enfin, comme le relève Stempel Mumford (1995 : 48-49) c'est la séparation du public et du privé que les séries, et les femmes qui les aiment, remettent en question par une sorte d'approbation tacite du fait que « le privé est politique ». En effet, c'est ce que nous montre leur évaluation politique bien réfléchie, à la hauteur des débats télévisés relevant de la sphère « publique » par excellence, prenant appui sur les « rendez-vous amoureux » ou les intrigues concernant la maternité des récits de séries relevant du soi-disant « privé ».

## BIBLIOGRAPHIE

- ANG Ien (1985), *Watching Dallas. Soap opera and the dramatic imagination*, Londres, Methuen.
- ANG Ien (2007), « Television Fictions Around the World. Melodrama and Irony in Global Perspective », *Critical Studies in Television*, vol. 2, n° 2, p. 18-30.
- BISCARRAT Laetitia (2013), « L'analyse des médias au prime du genre : formation d'une épistémè », RFSIC - *Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication*, n° 3. [En ligne] <http://rfsic.revues.org/619> [consulté le 28 novembre 2014].
- BONVOISIN Samra-Martine et Michèle MAIGNIEN (1996), *La Presse féminine*, Paris, PUF, coll. Que sais-je ?.
- BROWN Mary Ellen (1994), *Soap Opera and Women's Talk. The Pleasure of Resistance*, London, Sage.
- BOURCIER Marie-Hélène (2004), « Cultural studies et politiques de la discipline : talk dirty to me ! », *Multitudes*, Archives thématiques « Études et politiques postcoloniales ». [En ligne] <http://multitudes.net/Cultural-studies-et-politique> [consulté le 18 novembre 2014].
- CASSATA Mary (1985), « The Soap Opera », dans Brian G. ROSE (dir.), *TV Genres. A Handbook and Reference Guide*, Westport, Greenwood Press, p. 131-149.
- DANACI YÜCE Özlem et Gülsün GÜVENLİ (2013), « Les feuilletons télévisés turcs, indicateurs d'une société en pleine mutation », dans Jean MARCOU et Füsün TÜRKMEN (dir.), *Vingt ans de changements en Turquie (1992-2012)*, Paris, L'Harmattan, p. 123-142.
- DANACI YÜCE Özlem et Barış KARA (2014), « Her Şeyimiz Televizyon », dans Hülya UĞUR TANRIÖVER, (dir.), *Çocukların Medyayı Alımlama ve Kullanım Biçimleri Araştırması*, Ankara, TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı, p. 42-98.

- ESQUENAZI Jean-Pierre (2009), *Mythologie des séries télé*, Paris, Le Cavalier Bleu.
- ESQUENAZI Jean-Pierre (2010), *Les Séries télévisées. L'avenir du cinéma ?*, Paris, Armand Colin.
- FERRY Jules (1992), *Le Nouvel ordre écologique*, Paris, Grasset.
- GERAGHTY Christine (1996), *Kadinlar ve Pembe Dizi [Women and Soap Opera (1991)]* Istanbul, AFA Yayincilik.
- GÖLE Nilüfer (2003), *Musulmanes et modernes. Voile et civilisation en Turquie*, Paris, La Découverte.
- HALL Stuart (1994), « Codage/décodage », *Réseaux*, vol. 12, n° 68, p. 27-39. DOI : [10.3406/reso.1994.2618](https://doi.org/10.3406/reso.1994.2618)
- JOST François (1999), *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris, Ellipses, 1999.
- KAPLAN E. Ann (1992), « Feminist Criticism and Television », dans Robert C. ALLEN (dir.), *Channels of Discourse, Reassembled*, Chapel Hill, University of North Carolina Press, p. 247-283.
- KATZ Elihu et Tamar LIEBES (1990), « Interacting with Dallas. Cross-Cultural Readings of American TV », *Canadian Journal of Communication*, vol. 15, n° 1, p. 45-66. [En ligne] <http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/538/444> [consulté le 18 novembre 2014].
- Katz Elihu et Tamar LIEBES (1992), « Six interprétations de la série Dallas », *Hermès*, n° 11-12, p. 125-144. [En ligne] <http://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-1993-1-page-125.htm> [consulté le 18 novembre 2014].
- LE DIBERDER Alain (1993), « Le Déclin de la Télévision », *Les Dossiers de l'audiovisuel*, n° 51, p. 33-38.
- LIVINGSTONE Sonia et Peter K. LUNT (1992), « Un public actif, un téléspectateur critique », *Hermès*, n° 11-12, p. 145-157. DOI : [10.4267/2042/15377](https://doi.org/10.4267/2042/15377)
- MODLESKI Tania (1982), *Hınçla sevmeek* [traduction en turc de *Loving with a vengeance* (1971)], Istanbul, Pencere Yayınları.
- ÖZBAY Ferhunde (1994), « Women's Labor in Rural and Urban Settings », *Boğaziçi Journal*, vol. 8, n° 1-2.
- PARAMESWARAN Radhika E. (2005), « Resuscitating Feminist Audience Studies. Revisiting the Politics of Representation and Resistance », dans Angharad N. VALDIVIA (dir.), *A Companion to Media Studies*, Oxford, Blackwell, p. 311-336.
- PASQUIER Dominique (1999), *La Culture des sentiments*, Paris, Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- RADWAY Janice (1984), *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Literature*, Chapel Hill, University of North Carolina Press.

- STAIGER Janet (1992), *Interpreting Films. Studies in the Historical Reception of American Cinema*, Princeton, Princeton University Press.
- STEMPEL MUMFORD Laura (1995), *Love and Ideology in the Afternoon. Soap Opera, Women and Television Genre*, Bloomington, Indiana University Press.
- TANRIÖVER UĞUR Hülya (2003), « La reproduction de la division sexuelle du travail à travers les pratiques culturelles. Images de femmes dans les émissions de télévision turque et leur lecture dans le pays et dans l'immigration », thèse de doctorat en Sociologie sous la direction de Mohand Khellil, Université de Montpellier III Paul Valéry.
- TANRIÖVER UĞUR Hülya (2004), « Composition des identités et socialités à travers les pratiques télévisuelles : immigrés turcs et feuilletons télévisés », dans Alain BOCKEL et Işıl KARAKAŞ (dir.), *Diversité Culturelle en Turquie et en Europe*, Paris, L'Harmattan, p. 151-172.
- TANRIÖVER UĞUR Hülya (2011a), *Türkiye'de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedefleri*, Istanbul, İTO Yayinlari.
- TANRIÖVER UĞUR Hülya (2011b), *Turkish Television Broadcasting*, Istanbul, İTO Yayinlari.
- TANRIÖVER UĞUR Hülya (dir.) (2014), *Çocukların Medyayı Alımlama ve Kullanım Biçimleri Araştırması*, Ankara, TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı.