

**LES JOURNAUX TRADITIONNELS EN LIGNE:
UN NOUVEL ESPACE PUBLIC POUR LES LECTEURS?***

İdil Engindeniz Şahan**

Résumé

L'objectif de notre communiqué est de répondre à la question suivante: Est-ce que la partie consacrée aux lecteurs des journaux nationaux sur leurs sites Internet peut être considérée comme un nouvel espace public? Pour répondre à cette question il nous faut d'abord de définir les particularités de l'espace public. Après avoir défini l'espace public Habermasien nous allons traiter les critiques faites envers Habermas et les « autres » définitions d'espace public. Ensuite, nous allons examiner l'apparition et l'évolution de l'espace public de l'Empire ottoman jusqu'à la Turquie actuelle. La partie suivante sera consacrée à l'Internet en liaison avec l'espace public. Dans notre étude de cas, nous allons analyser les commentaires faits dans différents journaux, aux articles sur l'acceptation du dossier de clôture du parti politique au pouvoir en Turquie, AKP, Parti pour la justice et pour le développement. Ensuite nous allons analyser les résultats d'un enquête mené auprès de 34 lecteurs / commentateurs.

Mots-clés : Espace Public; Journaux en ligne; Lecteurs; Turquie

* Doctoriales du GDR TIC & Société 24-25 juin 2008.

** Arş. Gör. İdil Engindeniz Şahan, Université Stendhal – Grenoble III, Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication (GRESEC), idilengindeniz@gmail.com

Les journaux traditionnels en ligne en Turquie : un nouvel espace public pour les citoyens ?

L'objectif de notre communiqué est de répondre à la question suivante: Est-ce que la partie consacrée aux lecteurs des journaux nationaux sur leurs sites Internet peut être considérée comme un nouvel espace public? Pour répondre à cette question il nous faut d'abord de définir les particularités de l'espace public, de Habermas jusqu'aux nos jours. Nous admettons déjà qu'un tel travail mérite d'être traité beaucoup plus profondément, nous essayerons juste de faire notre mieux dans les limites de notre communiqué.

Après avoir défini l'espace public Habermasien nous allons traiter les critiques faites envers Habermas et les « autres » définitions d'espace public. Ensuite, nous allons examiner l'apparition et l'évolution de l'espace public de l'Empire ottoman jusqu'à la Turquie actuelle. Comme notre étude de cas implique l'Internet nous croyons qu'il faut parler aussi de l'Internet en liaison avec l'espace public. Pour ce faire nous allons baser sur des travaux empiriques réalisés à propos de l'utilisation de l'Internet comme un espace public. Dans notre étude de cas, nous allons analyser les commentaires faits dans différents journaux, aux articles sur l'acceptation du dossier de clôture du parti politique au pouvoir en Turquie, AKP, Parti pour la justice et pour le développement. Nous allons justifier nos choix dans la partie concernée. Pour ne pas se limiter aux ressources secondaires nous avons réalisé aussi une enquête auprès de 34 lecteurs / commentateurs.

Définition de l'espace public selon Habermas

Le terme espace public nécessite une différenciation entre le public et le privé. Cette distinction trouve ses origines dans la cité grecque où le *polis* (la chose commune) et *oikos* (propre à chaque individu) étaient strictement séparés. Pourtant cette sphère publique n'était réservée qu'aux « citoyens » ce qui excluait surtout les femmes et les esclaves. L'égalité dans la sphère publique basait en vérité sur une inégalité.

Dans les sociétés féodales du Moyen Age, nous n'observons pas une stricte distinction entre le public et le privé. Pourtant, avec les termes de Habermas, ce n'est pas « un hasard si les attributs du pouvoir, comme le sceau du prince, sont qualifiés de 'publics' (...) »¹. Il s'agit

¹ Habermas Jürgen, « L'espace public », éd. Payot, 1986, Paris, p. 19 et Habermas J., « *The Public Sphere: An Encyclopedia Article, in Critical theory and society* », édité par Stephen Eric Bronner et Douglas MacKay Kellner, éd. Routledge, 1989, New York.

d'*une sphère publique structurée par la représentation*. Dans cette sphère le statut de seigneur est représenté publiquement comme l'incarnation d'une autorité. L'autorité appartenant au pouvoir politique nécessite aujourd'hui aussi une représentation à haut niveau par le président de l'Etat. Pourtant au sens de la sphère publique bourgeoise, la représentation de la nation par exemple est différente de ce type de représentation liée à l'existence concrète du seigneur.

Quant au mot privé elle s'explique comme « dépourvu de fonction publique », c'est-à-dire elle s'exclut de la sphère de l'Etat qui s'est formé avec l'absolutisme et qui s'objective face à la personne du souverain. Pourtant, dans son évolution l'un des éléments essentiels des pouvoirs féodaux, l'Eglise (la religion), est devenu une partie de la sphère privée. Ce premier changement qui nous emmènera à la sphère publique bourgeoise se réalisera à l'inverse plus tard, les sujets privés deviendront publics, et causera la transformation de cette dernière.

Suivie de l'importance diminuée de l'agriculture, la concentration de la population dans des villes, la naissance du grand commerce, le système économique et la structuration de la société sont transformés. « Parallèlement a la naissance d'un Etat moderne, une nouvelle classe sociale est apparue : la 'bourgeoisie', et qui vient occuper au sein du 'public' une place centrale »². Dans cette atmosphère *la sphère publique structurée par la représentation* a laissé sa place à *la sphère publique bourgeoise*. Habermas la définit « étant la sphère des personnes privées rassemblées en un public. Celles-ci revendiquent cette sphère publique réglementée par l'autorité, mais directement contre le pouvoir lui-même, (...). Le médium de cette opposition entre la sphère publique et le pouvoir est original et sans précédent dans l'histoire : c'est l'usage public du raisonnement »³. C'est une partie de notre vie publique où il est possible de construire une certaine opinion publique⁴. Les individus définis en tant que citoyen peuvent y communiquer sans aucune contrainte et peuvent interagir sur des questions qui leur intéressent. Ces questions sont surtout sur la vie politique, sur le fonctionnement du gouvernement. Cet espace public doit être accessible à tout le monde. Verstraeten résume les éléments de l'espace public comme le suivant⁵ :

1) Possibilité d'accès par plusieurs personnes, un forum où différentes expériences peuvent être exprimées et partagées.

² Habermas Jürgen, op. cit. 1986, p. 33.

³ Habermas Jürgen, op. cit. 1986, p. 38.

⁴ Habermas, Jürgen, art. cit. 1989.

⁵ Verstraeten Hans, « *The media and the transformation of the public sphere* », European Journal of Communication, no 11(3), p. 347-370.

2) Différentes idées doivent s'affronter dans une discussion rationnelle. Il doit y avoir des alternatives et des choix d'interprétation pour le choix politique rationnel.

3) L'objectif est de critiquer les politiques gouvernementales de façon systémique.

Le principe de publicité

Le principe de publicité est un élément très important dans la pensée de Habermas. Avant tout, il s'agit d'une transparence de l'Etat. L'Etat doit rendre public toutes les informations qui intéressent les citoyens, les décisions prises, les projets de tout genre, etc. Les médias servent de l'intermédiaire entre l'Etat et les citoyens. Comme ça, les citoyens bien informés peuvent discuter les sujets qui leur concernent, les analyser et décider d'après leurs propres raisonnements et construire une opinion publique.

Pour Habermas, le « principe de publicité » est indissociable de l'usage de la Raison⁶. Girod résume que chez Habermas la Raison indique « la capacité de l'être humain de bien juger, de distinguer le vrai du faux, de développer une argumentation logique, afin de faire apparaître, de 'mettre en lumière' la vérité »⁷.

L'opinion publique

Après être informé et après avoir analysé ces informations sous la lumière de la raison, les citoyens sont censés de fournir une opinion publique « susceptible de s'ériger en contre-pouvoir et d'exercer une influence sur l'Etat »⁸.

De nos jours le sens de l'opinion publique renvoie plutôt à l'opinion du public en tant que des convictions, des croyances et des tendances, une sorte de résultat des sondages d'opinion. Pourtant chez Habermas, l'opinion publique est construite suite des débats, de l'affrontement des idées différentes, « de l'échange d'arguments logiques »⁹ et il s'agit toujours un consensus atteint par ces discussions.

⁶ Girod Alain, « Les mutations de l'espace public et la construction médiatique de 'l'opinion publique' » thèse de doctorat sous la direction de Jean-François Tétu, Université Lumière Lyon 2, décembre 2000, p. 21.

⁷ Girod Alain, op. cit. p. 22.

⁸ Girod Alain, op. cit. p. 26.

⁹ Girod Alain, op. cit. p. 26.

La presse avait une grande importance dans cette sphère décrite au-dessus. A la deuxième moitié du 18ème siècle, le journalisme n'était plus une activité de publication des annonces, ne se contentait plus de donner des informations et des comptes rendus, mais les mettait en discussion¹⁰. Sa transformation entraînerait aussi la transformation de l'espace public bourgeois. « Ce n'est qu'avec l'établissement de l'Etat constitutionnel bourgeois et (la légalisation de la sphère politique orientée) que la presse critique (...) put abandonner son attitude polémique et s'ouvrir aux possibilités de réaliser un profit, comme n'importe quelle entreprise commerciale. Cette évolution qui conduit la presse d'opinion à se transformer en presse commercialisée sous la forme d'une entreprise s'amorce durant les années trente du XIXe siècle (...) »¹¹.

Une autre cause de la transformation de la sphère publique bourgeoise était comme nous avons indiqué en haut la tendance d'interpénétration de la sphère publique avec la sphère privée¹². Les intérêts contradictoires qu'il n'était plus possible de résoudre dans la sphère privée sont transférés dans la sphère publique.

Avec les interventions de l'Etat et des institutions économiques, surtout les médias commercialisés, dans l'espace public, il est subi à une nouvelle féodalisation. Avec ces changements et avec le passage de capitalisme libéral concurrentiel au capitalisme monopoliste et ensuite à l'Etat 'social' capitaliste, la sphère publique bourgeoise s'est enfoncée.

Habermas souligne que « l'espace public bourgeois » est le résultat d'une période spécifique de l'histoire qui a pu être vécu plus ou moins différemment dans des pays européens et qu'il n'est pas possible « de la détacher de l'histoire tout a fait singulière qui fait apparaître la 'société civile' au cours du Haut Moyen Age, pour ensuite en faire un type-idéal universalisé et l'appliquer a diverses réalités historiques qui seraient identiques d'un point de vue formel »¹³. Pour cette raison, après avoir examiné l'espace public au sens occidental nous allons essayer de définir son évolution au sein de l'Empire ottoman et la jeune république Turquie.

¹⁰ Ndiaga Loum, *Médias et démocratie: le quatrième pouvoir en question*, conférence prononcée pour la Maitrise de communication de l'UQAM, le 25 septembre 2002.

¹¹ Habermas Jürgen, op. cit. 1986, p. 192.

¹² J. Habermas, *Kamusalığın yapısı dönüşümü* (Traduction en turc du livre 'Espace public'), éd. İletişim, 2003, İstanbul, p. 255-270.

¹³ Habermas Jürgen, op. cit. 1986, p.9

Les critiques envers Habermas et les définitions « actuelles »

La critique la plus étendue faite envers Habermas est le fait qu'il avait négligé d'autres espaces publics. Plusieurs critiques sont centrés sur le fait que Habermas excluait d'autres classes sociales que la bourgeoisie de l'espace public. Oscar Negt et Alexander Kluge insistent sur l'exclusion de la classe prolétaire chez Habermas (même s'il l'a cité dans son œuvre), pourtant l'espace public prolétaire n'est pas le seul à émerger. Entre autres nous pouvons citer Nancy Fraser du mouvement féministe qui insiste sur l'exclusion des femmes et qui a construit un contre espace public. Encore, les jeunes, les minorités, les noirs, les homosexuels ont construit leurs propres scènes de combat, leurs propres cultures, leurs propres espaces publics¹⁴.

Une autre critique souligne qu'il sous-estimait les côtés basés sur la rhétorique et le jeu de l'agir communicationnel¹⁵ alors que les gens s'expriment aussi par les fêtes, par les festivals, par l'humour, par ironie, etc. De ce point de vue, la glorification de la raison exclu l'autrui et le discours de l'autrui qui est en général esthétique et affectif¹⁶. Garnham ajoute que ce point est assez important dans les discussions sur le rôle des moyens de communication de masse dans les démocraties actuelles¹⁷. L'auteur souligne aussi qu'après de l'espace public bourgeois les différents espaces publics sont construits parallèlement sur différentes valeurs (la solidarité au lieu d'individualisme concurrentiel) et différentes institutions (comme les syndicats). Les nouveaux acteurs de l'espace public ne vise plus la communication entre l'Etat et le public et un certain consensus, ils visent plutôt de défendre les intérêts des différentes couches sociales et un consensus relatif entre tous les intérêts différents¹⁸.

Un chercheur turc, Süleyman Seyfi Ögün, indique que la crise de l'espace public est avant tout culturelle¹⁹. Les nouvelles participations (des femmes, des homosexuels, etc.) dans l'espace public ne peuvent rien faire que de renforcer cette crise parce que chaque nouvelle

¹⁴ Şahan Mutlucan, mémoire non publié.

¹⁵ Garnham Nicholas, « *The Medias and Public Sphere* » in Habermas and the Public Sphere, Cambridge: MIT Pres, 1992.

¹⁶ Öztürk Serdar, « Osmanlı İmparatorluğu'nda Kamusal Alanın Dinamikleri » (Les dynamiques de l'espace public dans l'Empire ottoman), in Gazi İletişim, 2005 (21).

¹⁷ Garnham, art. cit.

¹⁸ Şahan Mutlucan, op. cit.

¹⁹ Ögün Süleyman Seyfi, Kamusal Hayatın Kültürel Kökleri Üzerine: Sennett, Habermas ve Abdülaziz Efendi (Sur les origines de l'espace public: sur Sennett, Habermas et Abdoulaziz Efendi), in Doğu Batı, novembre-décembre-janvier, 1998-1999, p. 55-61.

participation utilisera le discours bourgeois jusqu'à ce qu'elle obtient ce qu'elle veut et après avoir établi une place dans l'espace public (ou après avoir établi son propre espace public) ne fera qu'ajouter un pas de plus aux codes culturels du conservatisme bourgeois. D'après le chercheur la crise de l'espace public se trouve dans le fait qu'il ne peut pas créer des nouvelles formes d'expression.

Une critique beaucoup plus profonde appartient à Hans Verstraeten qui affirme que l'espace public n'a jamais été construit complètement et le concept doit être redéfini par rapport au fonctionnement de la société moderne.

A ce point-là il faut souligner que celle de Habermas n'est pas la seule définition d'espace public. D'après le modèle libéral économiste de Weintraub, l'espace public est l'Etat. D'après le modèle classique républicain symbolisé par Hannah Arendt, l'espace public est le lieu d'une citoyenneté active et de la politique, d'après le modèle dramaturgique symbolisé par Philip Aries, Richard Sennett, Jane Jacobs, l'espace public est une sorte de lieu de socialisation.

Seyla Benhabib fait une distinction entre trois approches d'espace public²⁰. La première est inspirée de Hannah Arendt et intitulé l'approche « agonistique ». Dans ce modèle, l'espace public est le lieu de la « vertu républicaine » ou de la « vertu civique ». Pour Arendt, l'espace publique est un lieu de liberté. Face à la modernité elle privilégie plutôt le *polis* grec. Le second est appelé le modèle « libéral », l'idée centrale est « un espace public juste et stable ». La conception de « dialogue publique » de Bruce Ackerman occupe une place importante. Le troisième est celui de Habermas, « espace public discursif », il envisage la restructuration des sociétés (post) capitalistes de façon démocratique et socialiste.

Prenant en compte les conditions de nos sociétés actuelles, nous croyons que la classification des espaces publics faite par Keane est très importante²¹. Keane classe les espaces publics existants en trois parties :

- 1) Les micros espaces publics (sous l'état nation)
- 2) Les espaces publics moyens (état nation)

²⁰ Benhabib Seyla, « *Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal tradition and Jürgen Habermas* », in *Habermas and the Public Sphere*, édité par Craig Calhoun, éditions MIT, 1992.

²¹ Keane John, « *Structural Transformations of the Public Sphere* », in *The Communication Review* 1 (1):1-22, 1995.

3) Les macros espaces publics (ultra-national, global)

D'après Keane, l'Internet est le dernier exemple des macros espaces publics. Il indique que certains utilisateurs se servent de l'Internet en tant que citoyens et il peut y avoir des discussions sur le pouvoir et sur les principes. Cette approche nous paraît importante avec son ajout de dématérialisation de l'espace public. Keane affirme que l'espace public ne peut plus être limité par des frontières physiques²². Indiquant que l'Internet est considéré comme un espace public par certains chercheurs, nous voulons ajouter aussi la remarque faite par Bernard Miège : « (...) les techniques modernes de communication politique (...) sont loin d'avoir fait la preuve de leurs avantages démocratiques »²³.

L'évolution de l'espace public en Turquie

Soit dans le modèle bourgeois d'espace public, soit dans d'autres contre modèles, la presse occupe une place importante et déterminante. La mise en parallèle de la transformation de l'espace public avec la transformation de la presse citée par Miège en est une preuve²⁴. Miège résume le processus depuis la presse d'opinion vers la presse commerciale, les médias audiovisuels de masse et jusqu'à la communication généralisée (ou les relations publiques généralisées). Nous aussi, nous allons essayer de commencer à la recherche de l'espace public dans l'Empire ottoman par la recherche de la presse.

L'arrivée de l'imprimerie n'était pas très tardive en Empire Ottoman, la Turquie actuelle, mais son utilisation était surtout réservée aux non musulmans. La permission de possession d'une imprimerie pour les musulmans date de 1727. Alors, pour les citoyens musulmans, il s'agissait d'un décalage de près de 270 ans. En outre, au début il était interdit de publier des livres religieux. Nous croyons que ces détails sont importants afin de montrer que le pays n'a pas eu le même itinéraire que les pays européens et qu'il est difficile d'y adapter les concepts qui lui sont plutôt étrangers.

Le premier journal en turc publié à Istanbul, le capital de l'Empire ottoman, date 1831, c'est-à-dire encore plus de cent ans après l'imprimerie, par l'initiative du sultan²⁵. Ce fait aussi nous montre qu'il sera injuste d'analyser l'apparition et l'évolution de l'espace public au

²² Keane, op. cit.

²³ Miège Bernard, « *L'espace public: perpétué, élargi et fragmenté* », in *L'espace public et l'emprise de la communication*, (sous la dir. de) Isabelle Pailliart, Ellug, Grenoble, 1995, p. 171.

²⁴ Miège Bernard, art. cit., p. 165-168.

²⁵ Topuz Hıfzı, *Türk Basın Tarihi* (L'histoire de la presse turque), éd. Remzi, novembre 2003.

sein de l'Empire ottoman et la jeune république turque de la même façon que les pays européens. La raison de publication du journal était expliquée dans son premier numéro en tant que tel : « comme le peuple ne pouvait pas apprendre les réalités immédiatement, il se peut qu'il interprète mal les événements et ça peut causer des problèmes pour l'Etat ».

Habermas indique qu'à Paris, à la fin des années 1700 et vers le milieu des années 1800, il y avait plus de deux cents journaux appartenant plutôt aux hommes politiques²⁶. Comme nous avons indiqué en haut, le premier journal publié dans l'Empire ottoman a vu le jour par l'initiative du sultan. Le deuxième journal, *Ceride-i Havadis* (1840) a été publié par un anglais, bénéficiaire des capitulations de l'époque accordées aux étrangers. Le journal subventionné par l'Etat a été publié à peu près jusqu'à la fin des années 1800. Le premier journal « privé » publié sans aucune aide de l'Etat fut *Tercüman-ı Ahval* (1860-1866). Même si les propriétaires avaient des postes dans des institutions étatiques, le journal avait une approche critique envers l'Etat. Cependant, ce fut une faute de naissance comme dit un journaliste réputé, Mehmet Altan, qui a duré jusqu'à nos jours avec des journalistes ayant toujours des liens assez étroits avec l'Etat. En retournant au nombre donné par Habermas, nous devons indiquer que dans toute l'Empire ottoman le nombre total des journaux ne dépassait pas cents titres.

Un trait intéressant de l'époque qui est en relation avec notre sujet d'étude est de voir qu'il existait déjà le concept de « courrier des lecteurs ». Dans le journal *Muhbir* (1866) dirigé par un révolutionnaire connu nommé Ali Suavi, nous observons une grande place accordée aux courriers des lecteurs questionnant de façon indirecte le gouvernement.

Même si l'apparition d'un certain « espace public » peut être débutée par le premier journal privé publié dans l'Empire ottoman²⁷, il y a d'autres thèses qui défendent une existence ultérieure de l'espace public. L'historien Cemal Kafadar affirme qu'avec l'apparition de « kahvehane » (des cafés ouverts aux hommes) dans l'Empire ottoman au 16ème siècle, une sorte d'espace public est apparu aussi. Pour les femmes, les « hammams » et les fontaines qu'on voit le nombre augmenté entre 1500 et 1800, étaient une forme d'espace

²⁶ Habermas J., op. cit. 1986, p.191-192.

²⁷ Mardin Şerif, « Türk Toplumunu İnceleme Aracı Olarak Sivil Toplum » (La société civile en tant qu'un moyen d'observation la société turque), in *Türkiye'de Toplum ve Siyaset*, (der.) Mümtazer Türköne, Tuncay Önder, éd. İletişim, İstanbul, 1994.

public²⁸. Georgeon qui n'est pas d'accord avec cette approche, défend l'importance de trois éléments dans la construction de l'espace public dans l'Empire ottoman²⁹ :

- 1) Le réseau des écoles modernes développé surtout après la période Tanzimat
- 2) Un besoin d'information né avec la guerre de Kırım (1854-1856)
- 3) Le changement d'identité de la presse qui dépendait de l'Etat vers les années 1860, le développement d'une presse libre de l'autorité de l'Etat.

Nous croyons que de la part de la naissance d'un espace public Habermasien, le classement de Georgeon est assez pertinent. Pourtant les dynamiques de l'espace public comme la critique du pouvoir, la discussion existaient bien avant de la naissance de la presse et de la classe bourgeoise (que l'existence est discutable même de nos jours). Comme nous avons indiqué ci-dessus les « kahvehane » étaient très important dans la construction de cet espace public.

Il faut souligner aussi que de nos jours le concept « espace public » est devenu très populaire en Turquie avec les discussions déroulées autour du foulard et le terme a connu un usage qui n'est pas conforme à son sens originel. Il a été relié strictement à l'Etat et à un espace physique (les institutions, les écoles publiques, etc.).

Internet et l'espace public

Rien n'est parfait, l'Internet non plus. Pourtant dès son apparition mais plutôt à partir de son extension au niveau des utilisateurs, les approches qui la considèrent comme un moyen à sauver la démocratie ne nous ont pas manquées. L'Internet possédait tous pour revenir au modèle grec de la démocratie participative. Depuis son apparition en 1969 aux Etats-Unis et de son extension auprès des usagers non académiques ou non militaires il s'est passé plusieurs dizaines d'années et l'évolution de l'Internet fut plutôt vers la commercialisation.

Internet offrait un monde où il n'y avait pas des frontières, où il y avait de l'interaction entre les individus qui n'avaient même pas besoin de se voir physiquement pour partager leurs idées et tout était faisable en temps réel. En outre, selon une sociologue turque, Nilüfer

²⁸ Entretien fait avec M. Cemal Kafadar par Nuriye Akman, dans le journal Zaman (Temps), 11 avril 2004, <http://www.zaman.com.tr/?bl=roportaj&alt=&trh=20040411&hn=35744>

²⁹ Georgeon François « *Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde İstanbul Kahveleri* » (Les cafés stambouliotes vers la fin de l'Empire ottoman), in Dogu'da Kahve ve Kahvehaneler (publié en français Les cafés d'Orient revisités chez CNRS ethnologie), (sous la dir. de) Georgeon François, Desmet-Grégoire Hélène, éd. Yapı Kredi, Ankara, 1999.

Timisi, les auteurs qui font référence à la relation entre l'Internet et la démocratie défendent leurs opinions autour de cinq thèmes essentiels³⁰ : l'accès facile, l'organisation de l'Internet en dehors des autorités, une liberté d'expression sans contrainte et un contrôle très difficile sur le contenu, l'augmentation de la participation politique, l'extension et la globalisation de la société civile. La disproportion à son accès, son contrôle excessif par les gouvernements ou l'effet « Big Brother » aux objectifs commerciaux (le suivi des données personnelles) nous montrent qu'on est bien loin de cet Internet idéal de Castells parmi les autres. Cependant c'est le même Internet qui a rendu possible la réunion des milliers des personnes aux protestations de Seattle en 1999, il est toujours un outil important pour le mouvement alter mondialiste. Nous croyons que l'Internet reflète l'espace public éparpillé de nos jours. Pour certains mouvements sociaux ou pour certaines organisations de société civile il peut être très bien utilisé comme un moyen qui facilite la réunion des individus (des membres) qui se trouvent un peu partout et être un moyen à faciliter la discussion entre eux. Comme ça il peut dépasser les limites physiques d'un espace public « classique ». Par contre il peut contribuer à donner une certaine illusion. Participer à un forum, publier / partager / échanger ses idées, animer des discussions sur Internet ne veut pas toujours dire qu'il y a une vraie communication entre les participants qui mènera la discussion à quelque part. Alors nous défendons l'idée que l'essentiel se passe encore au sein des organisations « traditionnelles » qui servent des fois de l'Internet comme un espace public mais ce qui anime la communication politique se passe plutôt en dehors de l'Internet.

Ceux qui sont opposés à l'idée que l'Internet soit un espace public, soulignent d'abord la disproportion à son accès. Même s'il est ouvert théoriquement à la participation d'un grand nombre de public, la pratique ne coïncide pas avec la théorie surtout s'il s'agit des pays sous-développés ou en développement³¹. D'autre part ils indiquent que le débat politique n'est pas très visible sur Internet et surtout ce n'est pas le but ultime de tous les utilisateurs. Une enquête menée en Turquie par l'institution des statistiques en 2005 fait preuve de la validité de ces critiques pour la Turquie³² : Seulement 8.66% du pays possède un outil ayant accès à

³⁰ Şener Gülüm (rapporté par), Küresel kapitalizmin yeni kamusal alanı olarak internet : yeni toplumsal hareketlerin interneti kullanımı (Internet comme le nouvel espace public du capitalisme global : l'utilisation de l'Internet par des nouveaux mouvements sociaux), thèse soutenue non-publiée, Université Marmara, Istanbul, 2006.

³¹ Demircan Birol, Internet ve kamusal alan : Kamusal tartışma zemini olarak çevrimiçi forumlar (Internet et espace public: les forums comme un lieu de débat public), mémoire non publiée, Université Ankara, Ankara, 2006.

³² Une recherche menée par Devlet İstatistik Enstitüsü (Institut d'Etat des statistiques) en 2005, <http://www.die.gov.tr/TURKISH/SONIST/HHBilisim/hhbilisim.html>

l'Internet. 82.45% de la population n'ont jamais y accédé. 78.23% des utilisateurs utilisent l'Internet pour des objectifs communicationnels comme envoyer/recevoir des e-mails, de faire chat, etc. 90.16% l'utilisent pour obtenir des informations, 15.95% pour la commerce.

Etude de cas

Pour l'étude de cas, nous avons choisi les articles publiés dans quatre journaux nationaux en Turquie (Hürriyet, Milliyet, Zaman, Sabah) sur l'acceptation du dossier de clôture du parti politique au pouvoir, AKP, Parti pour la justice et pour le développement. Les articles datent 31 mars 2008. Nous avons eu certaines limites concernant le choix des journaux. Ce choix ne peut se justifier que par la possibilité d'accès. Nous avons analysé tous les journaux que nous avons pu accéder aux commentaires des lecteurs. Le tirage des journaux aussi peut justifier ce choix. D'après un site Internet spécialisé sur les médias turcs³³, la semaine qui précède notre recherche, le journal le plus vendu (avec près de 760 milles exemplaires) est Zaman qui est un journal de tendance droite et dont la propriété appartient a une grande communauté religieuse appelé partant du nom de leur leader, « Fetullah Gülen cemaati » ou « Fetullahçılar » en Turquie. Au deuxième rang il y a le journal Posta qui n'a pas de place de commentaire pour ses lecteurs et pour cette raison qui est exclu de notre recherche. La troisième place est au journal Hürriyet avec 511 milles exemplaires. « La Turquie appartient aux turcs » est le slogan du journal. Il se trouve dans le plus grand groupe de médias en Turquie qui appartient à M. Aydın Doğan, un homme d'affaire ayant plusieurs d'autres activités dans d'autres domaines. Le journal qui se trouve au quatrième rang est Sabah (413 milles exemplaires). Le journal appartenait à un groupe d'origine journaliste mais après le groupe a eu d'autres activités et a fini par la faillite. Après des périodes de déstabilisation le journal appartient maintenant à un groupe proche au gouvernement et même dont l'un des dirigeants est le beau-fils du premier ministre. Au cinquième rang se trouve le journal Milliyet avec 259 milles exemplaires et qui appartient au même groupe que celui de Hürriyet.

Le nombre des commentaires :

Hürriyet : 613

Milliyet : 242

³³ www.dorduncukuvvetmedya.com (quatrième pouvoir médias)

Zaman : 58

Sabah : 8

La raison de la demande de clôture de AKP se trouve dans l’assertion que le parti a des activités contre la laïcité. Alors, les commentaires tournent autour des débats sur la laïcité et la démocratie. Ceux qui sont contre la clôture du parti indiquent que c’est un mauvais pas dans la voie d’Union européen, que c’est la perte de la démocratie. Ils insistent surtout sur le fait que le parti ait obtenu 47% des votes dans les élections précédentes (qui datent le mois de juillet 2007) et ils considèrent que ce procès est la preuve de ne pas prendre en compte la volonté du peuple. Certains affirment qu’ils ne voteront plus si finalement ça sera a sept personnes (le nombre des membres de la cour constitutionnelle) a décider qui va gouverner. Certains d’autres disent l’inverse indiquant qu’ils n’avaient pas voté pour AKP mais qu’ils le feront certainement lors de la prochaine élection. Un autre argument de ceux qui sont contre la clôture est la possibilité de perdre la stabilité économique obtenue pendant la gouvernance de AKP. Ceux qui sont pour défendent l’idée que la laïcité est plus importante que le reste, qu’ils défendront jusqu’au bout la république fondée par Atatürk et les révolutions kémalistes. Un slogan est utilisé dans ce genre de commentaire : « la Turquie est laïque et le restera ».

Il faut bien souligner que le but des commentaires n’est pas d’arriver à un consensus sur le sujet commenté. Il s’agit plutôt d’exprimer les opinions individuelles. Pourtant il est possible d’observer certaines discussions. Il arrive que certains commentateurs critiquent un autre commentateur en s’adressant directement à lui (souvent par l’usage de son pseudonyme). D’autre part, l’enquête que nous avons menée nous a montré que les commentaires / réponses sont traités d’après le processus habituel par les responsables du journal. Alors le suivi du débat est lié plutôt à ces responsables. Comme un commentaire/réponse n’est pas indiqué comme tel, une négligence non désirée est possible aussi. Une recherche faite pour un mémoire de DEA sur les forums Internet montre que dans ce type de relation la discussion peut laisser assez facilement sa place à une sorte de dispute³⁴. Notre recherche vérifie cette remarque. Face aux commentateurs qui affirment qu’« ils ont honte de vivre dans un tel pays », plusieurs d’autres commentateurs utilisent le jargon des nationalistes turcs avec leur fameux slogan : « Soit tu aimes soit tu t’en vas ». Il était quasiment impossible de trouver un commentaire qui argumente son opinion. Tout se tourne

³⁴ Demircan Birol, op. cit.

plutôt autour des exclamations et des expressions sentimentales. Un de nos enquêtés en fait preuve affirmant qu'il commente quand il s'énerve. Nous pouvons supposer que l'absence d'une communication physique encourage les commentateurs à l'utilisation d'un langage plus « libre », moins « gentil ». Mais pour prouver cette hypothèse il faut les observer dans une communication physique aussi.

Pour éclaircir les raisons de cette polarisation nous devons citer quelques grands événements de l'été 2007. Le président de la république, Ahmet Necdet Sezer (un homme de droit qui soulignait toujours son approche kémaliste et qui s'opposait au gouvernement) avait du terminer sa fonction. Il y a eu beaucoup de discussions sur la candidature pour le nouveau président. AKP voulait nommer quelqu'un qui lui serait proche, l'opposition en était contre. Après la première vote à l'Assemblée nationale le parti d'opposition a fait recours au cour constitutionnel en raison de viol d'un article ambiguë sur les conditions de vote, le cour a décidé à l'annulation de la vote. Alors AKP a décidé à renouveler les élections. Jusqu'aux élections les parties opposées ont organisé plusieurs meetings qui soulignaient l'importance des révolutions kémalistes et la laïcité. AKP a pris 47% des votes, a nommé une personne très proche au premier ministre actuel, Abdullah Gül et depuis le débat n'a pas terminé sur la légitimité du parti, du président, de tout ce qui est lié à AKP. Le taux 47% de vote a bien marqué l'opposition. Nous l'observons dans les commentaires aussi. Ceux qui sont pour la clôture disent que AKP était devenu intraitable (gâté ?) après les élections et la décision d'acceptation du dossier de clôture fut une bonne réponse à lui, que Hitler aussi avait obtenu la majorité des votes mais ça ne justifiait pas ses actes. Ceux qui sont contre « provoquent » les autres en indiquant qu'aux prochaines élections ils viendront avec 80%.

Un autre point qui a attiré notre attention fut le fait que ceux qui étaient pour la clôture du parti exprimaient leurs contentements en faisant références aux symboles religieux ce qui est d'une certaine façon contradictoire pourvu qu'ils sont conte un parti « religieux ». Pourtant ça peut être considéré comme un élément à renforcer l'argument de ceux qui affirment qu'ils sont aussi religieux mais qu'ils sont contre AKP. Nous croyons que c'est un moyen de défense pour éviter des accusations qu'on rencontre assez souvent quand il s'agit des sujets délicats comme la religion.

Il est intéressant de voir que dans les journaux Sabah et Zaman, nous n'observons qu'un seul commentaire qui est pour la clôture, pourtant dans les journaux Hürriyet et Milliyet il y a un certain équilibre. Il est possible d'expliquer ce cas par la nature de propriété

des journaux. Comme nous avons déjà indiqué en haut les deux premiers journaux appartiennent aux groupes proches du gouvernement. Nous pouvons y voir aussi une preuve que les responsables des journaux choisissent les commentaires qui leur conviennent comme en plaignent certains de nos enquêtés. Ils affirment aussi que quand ils critiquent le journal ou les médias leurs commentaires ne sont pas publiés.

L'enquête

Même si nous avons examiné plusieurs journaux réservant une place de commentaire pour ses lecteurs, nous avons mené notre enquête sauf auprès des lecteurs du journal Hürriyet. La justification se trouve dans l'impossibilité d'accès aux lecteurs des autres journaux. Déjà pour Hürriyet aussi l'accès aux lecteurs n'était pas facile. D'après le système du journal, il faut d'abord s'inscrire en tant que lecteur / commentateur. Nous avons fait cette inscription sous notre vrai nom afin de créer une confiance auprès des futurs enquêtés. Après avoir fait l'inscription il faut devenir « ami » avec les autres lecteurs / commentateurs pour pouvoir leur envoyer des messages. Alors nous avons choisi les commentateurs les plus populaires (les plus votés) de notre semaine de recherche et aussi les commentateurs les plus actifs. Ces deux listes étaient composées plutôt par des mêmes noms. Nous leur avons envoyé notre demande d'amitié. Comme nous n'avons pas eu de réponse dans une dizaine de jour, nous avons élargi notre exemplaire. Nous avons ajouté cette fois-ci les commentateurs qui écrivaient leurs idées aux articles politiques de la semaine parmi lesquels se trouvaient les discussions sur le rassemblement des syndicats à Taksim pour le premier mai, une place où le gouverneur interdisait d'accès en raison des problèmes de sécurité et qui a une grande signification pour les syndicats qui y ont perdu plus de 30 personnes lors du premier mai 1977.

Dans cette deuxième phase, nous avons envoyé 234 invitations. En même temps nous avons réorganisé notre page d'accueil en précisant notre métier et le but de notre recherche. Nous avons reçu 82 réponses positives, les autres demandes sont toujours en attente, pourtant nous avons pu observer que la plupart de ces commentateurs sont encore actifs sur le site. Alors, l'absence de réponse peut être interprétée comme une absence de motivation de participer à notre enquête aussi. Par contre, parmi ces 82 personnes qui ont accepté notre demande, nous n'avons eu que 34 réponses à notre enquête.

Notre enquête avait pour but de comprendre le niveau d'interaction et de discussion entre les commentateurs. Les questions sont organisées pour répondre à cette question.

Pendant notre recherche nous avons eu l'occasion d'observer la face cachée du monde de commentaires aussi. Nous avons constaté qu'en dehors des commentaires faits sous les articles les commentateurs sont en interaction grâce aux messages envoyés dans leurs cercles d'amis. La, ils expriment leurs opinions sur des sujets d'actualité, ils essaient de s'organiser pour faire accepter leurs demandes aux responsables de Hürriyet (par exemple : augmentation de place accordée aux commentaires), il arrive même qu'ils disputent entre eux ou qu'ils critiquent le ton des commentaires.

Les informations démographiques :

Comme dans plusieurs autres domaines de la vie, la aussi nous faisons face à une domination masculine avec 24 hommes contre 10 femmes.

La population des enquêtés est plutôt jeune. Le tiers des enquêtés sont entre 20-30 ans (11 personnes), dans la période de 30-40 il y a 8 personnes, entre 41-50 il y a 5 personnes, et il y a sept personnes qui ont plus de 50 ans.

Le troisième et dernier critère démographique était le niveau d'éducation. Alors, parmi les 31 personnes qui ont répondu à cette question 13 personnes sont diplômés d'une université de quatre ans (41.94%), 12 personnes sont au niveau de lycée (38.71%), 4 personnes sont au niveau d'une haute école de deux ans (12.90) et deux personnes sont en master (6.45%). Par rapport aux données de 2006-2007, en Turquie le niveau d'éducation après le lycée atteint 20% et jusqu'à la fin du lycée atteint 56.51%³⁵. Nous pouvons en conclure que nous avons devant nous un monde masculin, jeune et qui est relativement bien éduqué. Parmi 32 personnes qui ont répondu depuis combien de temps ils commentaient, 15 personnes commentent depuis plus de six mois (dont les plus anciens depuis 3 ans avec deux personnes) et 17 personnes commentent depuis moins de six mois.

Dans un premier temps nous avons voulu apprendre les habitudes de lecture des enquêtés, surtout sur le net. Nous leur avons demandé d'abord pourquoi achetaient-ils du journal (ou lisaient-ils sur le net). Pour cette question, les 30 participants ont pu faire des choix multiples ce qui nous donne 45 réponses. La première raison de lire un journal est l'envie d'apprendre ce qui se passe dans la vie politique intérieure (24 réponses 80%). S'informer sur d'autres sujets comme le sport, l'art, etc. est la deuxième raison de nos

³⁵ http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=135

enquêtés avec 10 réponses (33.33%). La lecture d'un journal précis crée le sentiment d'appartenance à un certain point de vue chez sept personnes (23.33%). L'un des enquêtés avait souligné l'importance de l'instantanéité de l'Internet en affirmant qu'il lit le journal afin d'avoir l'information de dernière minute. Pour un autre enquêté qui vit à l'étranger, le journal en ligne est le moyen le plus facile de savoir ce qui se passe dans le pays d'origine. Un autre enquêté considère la lecture de journal comme une gymnastique mentale qui lui rend conscient et compétent. Un dernier enquêté avait indiqué qu'une société qui ne lit pas de journaux est condamnée au néant. Nous pouvons conclure de ces données que les journaux sont encore la plus importante source d'information auprès du public.

Le regroupement des commentaires confirme la raison de lecture des journaux avec un taux de 90.91% pour les articles de la politique intérieure, au deuxième rang il y a la politique extérieure (57.50%) suivi par les faits divers (45.45%) et le sport (27.27%). Pourtant nous croyons qu'un autre article mené auprès des commentateurs choisis parmi les articles de magazine donnera des informations assez différentes. Avec une observation générale nous pouvons dire que les articles de magazine sont bien sollicités par les commentateurs, le débat y tourne surtout sur la moralité et les valeurs traditionnelles. Nous croyons qu'une recherche qui examinera l'approche moraliste des commentaires peut avoir des résultats très intéressants.

Vingt-six participants (86.67%) avaient indiqué qu'ils lisent d'autres journaux que Hürriyet sur le net. Les trois autres journaux lus par nos enquêtés sont les mêmes que nous avons choisis pour l'analyse de commentaires. C'est une donnée qui rend plus pertinente notre enquête, ceux qui y participent ne sont pas seulement les lecteurs d'un seul journal mais de plusieurs. 47% de nos enquêtés font des commentaires dans d'autres journaux aussi. Les deux premiers rangs sont encore partagés par des journaux qui se trouvent dans notre analyse : Milliyet et Zaman.

Hors de la consultation des journaux, plus que la moitié des 22 enquêtés (12 personnes) qui ont répondu à notre question servent de l'Internet pour obtenir de l'information, le reste pour le loisir (des jeux, le site de leurs équipes préférées, etc.). Deux enquêtés avaient indiqué qu'ils visitent le site www.bizkackisiyiz.com (on est combien ?). C'est le site d'un mouvement soi-disant kémaliste construit en été 2007 lors des discussions sur l'élection du nouveau président, une époque que nous allons détailler en bas. Deux autres enquêtés avaient cité un site d'information www.haber7.com, un site de tendance droite.

Dans les réponses et dans les commentaires analysés nous voyons aussi la présence de ces deux points de vue différents qui s'affrontent sans avoir la tendance d'une acceptation réciproque.

Une dernière question sur les habitudes d'usage des enquêtés demandait s'ils ont une autre place sur Internet sauf la page qui leur est accordée en tant que commentateur. Parmi 30 réponses obtenues 22 n'ont pas d'autre page sur le net (73.33%). Quatre personnes ont leurs propres sites Internet et quatre personnes ont un blog (13.33% pour chacun).

Dans un deuxième temps, nous avons voulu savoir la raison de rédaction de commentaires des lecteurs. Par quel(s) but(s) ils font des commentaires aux articles lus ? Nous avons eu 31 réponses à cette question. Vingt réponses entre elles soulignent le côté individuel des commentaires. Pour 14 personnes la raison de commenter est d'exprimer leurs propres opinions sur le sujet concerné. Pour six personnes, les commentaires sont des moyens de faire entendre leurs voix. Dans les réponses du premier groupe il est bien souligné que les gens partagent leurs opinions à eux avec les autres. L'un d'entre eux résume bien le processus : « Quand on lit un article il naît un certain sentiment nous dedans, il faut l'exprimer. Je veux que les autres sachent ce qu'on pense sur un tel sujet, en tant qu'opinion publique. Et d'autre part, l'expression des idées est comme une responsabilité de conscience (?) ». Le deuxième groupe privilège plutôt l'absence d'autres moyens pour faire entendre leurs voix. Un ton de pessimisme est dominant dans ces réponses qui affirment qu'avec les commentaires ils peuvent accéder au moins aux lecteurs du site Internet du journal Hürriyet. Le taux de 68.75% de personnes n'étant ni membre d'un parti politique, ni d'un ONG, ni même un club de sport, de culture, etc. prouve cette absence d'une sphère où exprimer ses opinions librement. D'autre part, la réponse d'un enquêté explique très bien cette situation : « Je ne suis pas membre d'une quelconque organisation. Je suis quelqu'un qui aime sa patrie, qui cherche de la paix dans son pays et qui travaille pour son bien-être ». C'est une phrase qui reflète le point de vue des années qui ont suivi le coup d'état 1980 en Turquie. Au niveau national, la souffrance des milliers de personnes en raison de leurs appartenances politiques, au niveau international l'effet du capitalisme qui privilégie des individus programmés à consommer ont donné leurs fruits en Turquie avec une population qui a « peur » de toutes formes d'organisation. Dans une telle atmosphère même des commentaires peuvent créer une illusion de participation directe à la vie politique.

Un troisième groupe de réponse est composé de ceux qui commentent par pure réaction (9 personnes). Cette réaction peut être face à l'article, aux autres commentaires trouvés subjectifs, mais surtout face à AKP et à ceux qui « abusent la religion pour ses propres intérêts ». Deux entre eux indiquent qu'ils sentent un besoin de donner une réaction envers ce qui se passe dans le monde. Nous pouvons en conclure que cette partie est considérée par certains comme « un lieu de combat », un lieu où il faut être présent pour défendre son opinion.

L'un des objectifs de notre enquête était de voir s'il y avait une interaction entre les commentateurs, si une personne qui faisait un commentaire lisait ceux des autres aussi. Nous avons consacré la dernière partie de notre enquête aux questions réunies autour de ce thème. Tous les participants ont répondu cette dernière question, 95.68% lisent les autres commentaires faits à l'article qu'ils ont fait ou non un commentaire. La première raison de cette lecture est l'envie de savoir ce que pensent les autres (94.12%). Ils argumentent cette envie par plusieurs façons :

- Pour moi celui qui lit l'article est assez même plus important que celui qui l'écrit parce que la perception de l'article marque le résultat et c'est important pour certains sujets.
- Les opinions de ceux avec qui je vis sous le même ciel me sont importantes. Je veux voir où on est.

Deux autres enquêtés critiquent le journal :

- Je veux savoir quelles idioties qu'ils avaient écrites... parce que 90% des commentateurs de Hürriyet pensent de la même façon et ils commentent juste pour satisfaire leurs propres ego.
- Je veux apprendre les pensées des autres sur l'article. Pourtant Hürriyet supporte les mêmes types de commentaires quand il s'agit des articles qui critiquent le gouvernement. Si je fais un commentaire qui dit l'inverse je ne sens plus le besoin d'écrire puisqu'ils ne le publient pas.

Quand ils lisent les commentaires d'un article qu'ils avaient déjà commenté une autre envie rentre en scène : l'envie de voir s'il y avait eu des réponses à leur commentaire (38.24%). Ce besoin d'être lu, d'être pris au sérieux par les autres se montre aussi des qu'on

leur demande s'ils font attention à certaines règles dans leurs commentaires (orthographe, grammaire, utilisation des minuscules ou des majuscules, l'heure, autre chose...).

Parmi 30 réponses obtenues 16 personnes font attention à l'orthographe, pour 3 personnes le bon usage de la langue est très important. L'un enquêté résume cette tendance comme tel : « Quand quelqu'un ayant un autre point de vue politique lit mon article je ne voudrais pas qu'il dise 'son écriture montre déjà qu'il est ignorant' ». Pour attirer l'attention ou bien pour montrer une réaction forte ils font recours aux majuscules. Un enquêté parmi eux affirme qu'il utilise la majuscule pour les mots qui lui sont importants comme « FENERBAHÇE, TURQUIE, MHP », le premier est une équipe de football, le deuxième est le nom du pays et le troisième est un parti politique extrême nationaliste. Par peur de faire une généralisation, nous n'allons pas dire que les hommes turcs supportent leur parti politique de la même façon qu'ils supportent leur équipe de football.

Un autre point important est de s'exprimer par un minimum de mots comme la place réservée est limitée. Les enquêtés indiquent qu'être lu est important et ils le prennent en compte en écrivant :

- Pour être lu des fois j'utilise des majuscules et des fois minuscules.
- Ce qui compte pour moi c'est la publication de mon commentaire.
- J'essaie d'écrire de façon amusante. Je n'aime pas utiliser des mots classiques. Pour un article sur un événement à succès je ne fais pas de commentaire juste pour dire « félicitations ».

Deux enquêtés se plaignent de la façon dont les responsables de Hürriyet traitent les commentaires. Ils indiquent que d'après leurs impressions les responsables choisissent les commentaires par hasard et quand ils font des commentaires argumentés ils ne les publient pas, ils préfèrent de publier des commentaires de quelques mots, qui renforcent des fois les limites d'argot. Nous n'avons pas eu l'occasion de tester la validité de ces critiques pourtant il est vrai que les commentaires ne sont jamais argumentés comme nous avons indiqué ci-dessus.

Pour voir le niveau d'interaction entre les commentateurs nous leur avons demandé d'abord s'ils rentrent en contact avec d'autres commentateurs. Nous avons eu 57 réponses venant de 32 personnes. Au premier plan il ne s'agit pas tout à fait d'une interactivité puisque

seulement 18.79% des enquêtés envoient des messages aux personnes qu'ils partagent ou non ses opinions. Pourtant une communication passive est plus sollicitée avec la consultation des pages personnels des autres commentateurs (43.75%), leur ajouter a la liste des amis (34.38%) ou/et a la liste des commentateurs conseillés (18.75%). Quand on leur demande s'ils répondent aux commentaires faits à propos de le leurs nous obtenons une réponse affirmatif pour 60.61% venant de 33 personnes. Pourtant la encore ils préfèrent d'écrire un nouveau commentaire sous l'article (54.55%) que d'envoyer un message personnel a cette personne (6.06%). Nous y observons encore le besoin de se montrer en public. 36.39% des enquêtés ne répondent pas a ce genre de commentaires soit parce qu'ils ne veulent pas créer une polémique soit parce qu'ils respectent aux idées propres a chacun. Cependant de 68.75% de nos enquêtés écrivent des commentaires pour répondre à un commentaire déjà fait pour donner une réaction.

Conclusion

Telle qu'elle est définie par Habermas, nous avons vu que les spécificités de l'espace public se regroupaient autour du principe de publicité, de discussion, de raisonnement et de consensus. Avec le temps passé, les critiques faites et les acteurs changés ces éléments aussi sont soumis aux changements, peut-être sauf la discussion, d'après des points de vue adoptés.

Après l'analyse des commentaires et la réalisation d'une enquête nous pouvons dire que la place accordée aux lecteurs pour les commentaires dans des journaux en ligne n'est pas un espace public au sens classique. L'accès est contrôlé par des responsables, les opinions et/ou les critiques envers le gouvernement ne sont pas argumentés, il ne s'agit pas d'arriver à un consensus. Pourtant c'est bel et bien un lieu ou les gens peuvent s'exprimer d'une certaine manière (avec une liberté limitée par des critères qui nous sont inconnues), un lieu ou des personnes ordinaires n'hésitent pas à rendre public leurs opinions. Nous craignons quand même que ce besoin naisse d'une nécessité de se montrer. Les listes des commentateurs les plus populaires et les plus actifs renforcent cette nécessité. Au lieu des idées, les sentiments sont privilégiés. Nous défendons alors l'idée que cette partie réservée aux lecteurs n'est pas une sorte d'espace public mais un lieu qui donne l'illusion d'en être. Pour approfondir la recherche nous croyons qu'il faut faire recours aux responsables des commentaires, aux directeurs des journaux afin de comprendre par quelles motivations ils réservent une telle place, ils choisissent les commentaires, si ces commentaires ont une certaine influence sur les choix rédactionnels, etc. La seule information sur ces questions que nous avons pu accéder se

trouve dans un article publié dans le journal Milliyet³⁶. D'après l'article intitulé « Milliyet est leader sur l'Internet aussi », les commentaires des lecteurs sont considérés comme une partie indispensable de l'information et le journal reçoit près de huit – neuf milles de commentaires par jour. L'article nous informe sur le fonctionnement de sélection aussi : les commentaires sont lus un par un par les éditeurs de commentaire, s'ils ne contiennent pas des injures, des éléments pornographiques ou qui ne sont pas conformes aux lois de la république turque tous les commentaires sont publiés. L'article indique qu'avec les commentaires il devient possible d'apprendre ce que pense la Turquie et souligne que le site du journal devient « un tribun libre » avec ces commentaires et ils sont devenus un élément marquant augmentant le taux de visite du site. Pourtant il y a d'autres journalistes qui supposent que les commentaires ne peuvent même pas refléter l'opinion publique en Turquie puisque le taux de lecture des journaux n'atteint pas 4 millions face a une population plus de 70 millions³⁷.

Comme nous avons indiqué en haut, nous croyons que la place des commentaires donne une illusion d'espace public mais il faut admettre qu'il s'agit quand même d'un lieu qui procure une sorte de déclinaison pour l'expression des lecteurs de façon plus ou moins saine. Selon nous, un des points traité dans l'article du journal Milliyet résume mieux la raison d'existence de cette place, « avec les commentaires il devient possible d'apprendre ce que pense la Turquie, le site du journal devient 'un tribun libre' avec ces commentaires et ils sont devenus un élément marquant augmentant le taux de visite du site ». Le mot clé est l'augmentation de taux de visite qui augmente les publicités. Le fait de souligner « le tribun libre » n'est qu'un moyen pour attirer les lecteurs qui se sentent « libres a s'exprimer ».

Bibliographie

- 1) Benhabib Seyla, « *Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal tradition and Jürgen Habermas* », in *Habermas and the Public Sphere*, édité par Craig Calhoun, éditions MIT, 1992.

³⁶ <http://www.milliyet.com.tr/2007/08/30/ekonomi/aeko.html>

³⁷ <http://yenisafak.com.tr/yazarlar/default.aspx?t=24.01.2007&y=KursatBumin> “Quelle réalité reflètent les commentaires des lecteurs?”

- 2) Demircan Birol, *Internet ve kamusal alan : Kamusal tartisma zemini olarak cevrimici forumlar (Internet et espace public: les forums comme un lieu de débat public)*, mémoire non publié, Université Ankara, Ankara, 2006.
- 3) Garnham Nicholas, « *The Medias and Public Sphere* » in *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge: MIT Pres, 1992.
- 4) Georgeon François « *Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde İstanbul Kahveleri* » (Les cafés stambouliotes vers la fin de l'Empire ottoman), in *Doğu'da Kahve ve Kahvehaneler* (publié en français Les cafés d'Orient revisités chez CNRS ethnologie), (sous la dir. de) Georgeon François, Desmet-Grégoire Hélène, éd. Yapı Kredi, Ankara, 1999.
- 5) Girod Alain, « Les mutations de l'espace public et la construction médiatique de 'l'opinion publique' », thèse de doctorat sous la direction de Jean-François Tétu, Université Lumière Lyon 2, décembre 2000.
- 6) Habermas J., « *The Public Sphere: An Encyclopedia Article, in Critical theory and society* », édité par Stephen Eric Bronner et Douglas MacKay Kellner, éd. Routledge, New York, 1989.
- 7) Habermas Jürgen, *L'espace public*, éd. Payot, Paris, 1986.
- 8) Habermas Jürgen, *Kamusallığın yapısal dönüşümü* (Traduction en turc du livre 'Espace public'), éd. İletişim, İstanbul, 2003.
- 9) Keane John, « *Structural Transformations of the Public Sphere* », in *The Communication Review* 1 (1):1-22, 1995.
- 10) Mardin Şerif, « *Türk Toplumunu İnceleme Aracı Olarak Sivil Toplum* » (La société civile en tant qu'un moyen d'observation la société turque), in *Türkiye'de Toplum ve Siyaset*, (der.) Mümtazer Türköne, Tuncay Önder, éd. İletişim, İstanbul, 1994.
- 11) Miège Bernard, « *L'espace public: perpétué, élargi et fragmenté* », in *L'espace public et l'emprise de la communication*, (sous la dir. de) Isabelle Paillart, Ellug, Grenoble, 1995
- 12) Ndiga Loum, « *Médias et démocratie: le quatrième pouvoir en question* », conférence prononcée pour la Maîtrise de communication de l'UQAM, le 25 septembre 2002.
- 13) Ögün Süleyman Seyfi, *Kamusal Hayatın Kültürel Kökleri Üzerine: Sennett, Habermas ve Abdülaziz Efendi* (Sur les origins de l'espace public: sur Sennett, Habermas et Abdoulaziz Efendi), in *Doğu Batı*, novembre-décembre-janvier, 1998-1999.
- 14) Öztürk Serdar, « *Osmanlı İmparatorluğu'nda Kamusal Alanın Dinamikleri* » (Les dynamiques de l'espace public dans l'Empire ottoman), in *Gazi İletişim*, 2005.

- 15) Şahan Mutlucan, mémoire non publié, Université Galatasaray, Faculté de Communication, Istanbul, 2005.
- 16) Topuz Hıfzı, L'histoire de la presse turque (Türk Basın Tarihi), éditions Remzi, novembre 2003.
- 17) Verstraeten Hans, « *The media and the transformation of the public sphere* », European Journal of Communication, no 11(3).

Sources d'Internet

- 1) Entretien fait avec M. Cemal Kafadar par Nuriye Akman, dans le journal Zaman (Temps), 11 avril 2004,
<http://zaman.com.tr/?bl=roportaj&alt=&trh=20040411&hn=35744>
- 2) www.dorduncukuvvetmedya.com (quatrième pouvoir médias)
- 3) http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=135
- 4) <http://www.milliyet.com.tr/2007/08/30/ekonomi/aeko.html>
- 5) <http://yenisafak.com.tr/yazarlar/default.aspx?t=24.01.2007&y=KursatBumin> “Quelle réalité reflètent les commentaires des lecteurs?”
- 6) <http://www.die.gov.tr/TURKISH/SONIST/HHBilisim/hhbilisim.html>