



TV/Series

13 | 2018

Diziler : les séries télévisées turques

Diplomatie culturelle et mépris de la culture populaire. La réception critique de *Muhteşem Yüzyıl* en Roumanie

Jonathan Larcher



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/tvseries/2672>

DOI : 10.4000/tvseries.2672

ISSN : 2266-0909

Éditeur

GRIC - Groupe de recherche Identités et Cultures

Référence électronique

Jonathan Larcher, « Diplomatie culturelle et mépris de la culture populaire. La réception critique de *Muhteşem Yüzyıl* en Roumanie », *TV/Series* [En ligne], 13 | 2018, mis en ligne le 03 juillet 2018, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/tvseries/2672> ; DOI : 10.4000/tvseries.2672

Ce document a été généré automatiquement le 1 mai 2019.



TV/Series est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Diplomatie culturelle et mépris de la culture populaire. La réception critique de *Muhteşem Yüzyıl* en Roumanie

Jonathan Larcher

- 1 À l'arrivée de Kanal Doğan, une chaîne turque, dans le paysage médiatique roumain en 2007, les émissions de contenu turc occupent rapidement les *prime time* de la chaîne, au premier rang desquelles se trouvent les séries télévisées. De septembre 2012 à décembre 2014, *Suleyman Magnificul* [*Muhteşem Yüzyıl (Soliman le magnifique)*]¹ est très fréquemment leader d'audience à l'échelle nationale. Seulement l'enthousiasme pour la série qui raconte les amours et le long règne du Sultan Soliman 1^{er} (de 1520 à 1566) ne s'étend pas aux autres contenus diffusés par la chaîne, ni nécessairement aux autres *diziler* (séries ou *telenovelas*) turques.
- 2 Au-delà de ces chiffres d'audience, cet article porte sur la réception et l'interprétation de ce succès par les institutions médiatiques roumaines, et en particulier la presse culturelle. Les discours élaborés par ces acteurs dès l'hiver 2012-2013 ont rapidement généré une véritable diplomatie culturelle à l'égard de cette série turque, tout en reproduisant une attitude de dédain qui persiste depuis plus de vingt ans dans les arènes médiatiques à l'égard de la culture populaire et des audiences des *telenovelas*. L'hypothèse de cette étude est que cette diplomatie culturelle s'explique par le rapport de la presse culturelle à la culture populaire et à une certaine télévision de divertissement, et par la place vacante laissée par les grands récits nationaux de l'époque communiste. Au fil de cette « lutte pour la signification² » engagée autour du succès de la série, se dessinent la configuration des arènes médiatiques roumaines – leurs tensions, leurs rapports de force – ainsi que la hiérarchie culturelle défendue par les acteurs qui détiennent les positions hégémoniques et légitimes au sein de ces arènes.

Des grilles de programme de type « latino-américaines »

- 3 En 2012, la série *Suleyman Magnificul* s'intègre rapidement à l'environnement télévisuel roumain. Introduite comme un « *serial* » ou une « *telenovela* » – le terme « *dizi* » n'existant pas en Roumanie – *Suleyman Magnificul* est diffusé sur un créneau horaire de 20h00 à 22h30, à raison de 100 minutes par épisode.
- 4 Suite à la libéralisation du marché médiatique en 1992, celui-ci s'est rapidement structuré autour de grands conglomérats détenant des agences de presse, des journaux, des chaînes de radio et de télévision, et depuis le début des années 2000 des régies et des studios. Ce phénomène de concentration s'est accompagné d'une homogénéisation des programmes. Depuis 1997, les chaînes ont adopté des grilles de type « latino-américaine » où les séries TV – des *telenovelas* importées puis produites localement à partir de 2004 – occupent le *prime time* des principales chaînes³. Cette programmation est adoptée par les trois principaux conglomérats de médias privés : Media Pro, Intact, ProSiebenSat.1, et, dans une moindre mesure, par la télévision nationale (*Societatea Română de Televiziune*). Comme l'indiquent les études annuelles d'Initiative Media, ces groupes concentrent 60 à 55% des audiences – une part qui est en recul depuis plusieurs années avec l'arrivée de chaînes de niches dans l'environnement médiatique roumain – et près de 90% des recettes publicitaires du marché télévisuel⁴. Pour les audiences, la diffusion de *Suleyman Magnificul* s'inscrit donc dans la continuité de leur expérience télévisuelle, structurée en partie par ces grilles de programmation « latino-américaines ».
- 5 La série turque débarque sur le marché télévisuel roumain dans un contexte où la production des longs formats rencontre des difficultés, après les budgets et les audiences records de la fin de la décennie 2000. La production des *telenovelas* roumaines est au centre des stratégies de développement des émissions de contenus depuis 2004, dans un marché qui connaît une progression croissante des recettes publicitaires jusqu'en 2009, les annonceurs étant le principal – voir l'unique – source de revenus des groupes télévisuels. Cette même année, les deux principaux conglomérats, Media Pro et Intact, ont produit des *telenovelas* avec des budgets records. Le premier a produit la *telenovela Regina* ([*La Reine*], 2008, 2009), avec des dépenses estimées à 4 ou 5 millions d'euros, et le second a budgétisé une *telenovela* de 3,5 millions d'euros, pour *Fetele marinarului* ([*Les Filles du marin*], 2009). Dans le contexte de la crise du marché publicitaire au début de l'année 2009 Intact a ainsi revu à la baisse les dépenses et les arcs narratifs de sa *telenovela*, la réduisant de 120 à 70 épisodes. Dès lors, ces conglomérats se concentrent sur des émissions aux formats beaucoup plus courts ; les sitcoms comme *Spitalul de demență* ([*L'Hôpital de folie*], 2012-2013, Media Pro) ou les séries au format classique de 45 minutes comme *Las Fierbinți* ([*Au village de Las Fierbinți*], 2012-, Media Pro). Pour compléter les grilles de programme, les *telenovelas* sont alors majoritairement importées. Depuis 2014 et le succès d'audience rencontré par la série *Suleyman*, les conglomérats médiatiques roumains, ont importé plusieurs séries turques ; *Karagül* ([*La Rose noire*], septembre 2014, Pro TV), *Sıla* ([*Le Pouvoir du destin*], janvier 2015, Pro TV), *Adını Kalbime Yazdım* ([*La Loi du sol*], avril 2015, Euforia TV), *Asla Vazgeçmem* ([*La Prisonnière de l'amour*], juillet 2015, Antena 1). Une stratégie rarement payante puisque les *diziler* furent souvent déprogrammés des chaînes principales des conglomérats pour être diffusés sur les chaînes annexes (Acasă TV, Euforia TV).

- 6 *Suleyman magnificul* a donc assuré au trust turc Doğan Media Group, représenté en Roumanie par sa chaîne Kanal D, une place parmi les principaux conglomerats autochtones en terme d'audience et de recettes. Son succès est d'autant plus remarquable qu'il eut lieu dans une conjoncture où les régies des médias nationaux peinaient à produire des formats longs.

Engagement des audiences en ligne et réappropriations singulières

- 7 L'engagement des téléspectateurs sur les réseaux sociaux démontre une véritable maîtrise des conventions génériques et une connaissance des arcs narratifs de la série. De nombreuses conversations s'engagent sur les pages Facebook du *serial*. Par le partage des images que les acteurs éditent sur leur compte Facebook personnel ou la publication des images des épisodes diffusés ou à venir, les discussions organisées par les administrateurs des pages, les seuls autorisés à publier, sont construites autour des différents personnages. Les discussions et commentaires parmi les plus récurrents accordent une prévalence aux tensions entre les alliances et les filiations au sein de l'univers fictionnel, démontrant que les administrateurs des pages et les audiences assimilent le *diziler* au genre du mélodrame.
- 8 Les figures, les motifs et les univers narratifs de la série furent l'objet de plusieurs réappropriations au sein de la culture populaire. Devant le rapide succès du *serial*, des copies des bijoux portés par les personnages sont commercialisées, et plusieurs ouvrages de littérature populaire étrangère portant sur le couple formé par le sultan Suleyman et l'esclave/sultane Hurrem sont traduits au cours de l'année 2013⁵. Dans la littérature prenant pour objet la culture populaire roumaine, la série est présentée comme une partie intégrante du paysage ; « pendant ma pause je suis sorti rapidement pour aller au Boieru, où je parlais avec Florică le serveur, ou bien on regardait ensemble *Suleyman Magnificul*, une *telenovela* turque sur Kanal D⁶. »
- 9 La série fait aussi l'objet d'un autre type de réappropriation, par des *maneliști*, chanteurs de *manele*, une musique populaire produite exclusivement (à de rares exceptions près) par des musiciens roms, et dont les auditeurs sont aussi bien roumains que roms. Jon Baiat Bun (Jon le bon garçon) compose ainsi le morceau *Suleyman*⁷ interprété ensuite par plusieurs chanteurs de la société Golden Boy Society (Alex Valea, Rashid et Ruby). Le clip vidéo présente la vision onirique d'un Suleyman dans un harem moderne, entre fantasmagorie orientale et imaginaire pittoresque du proxénète dealer de drogue⁸. Comme dans un certain nombre de vidéos de *manele* contemporaines, Jon Baiat Bun oppose cyniquement ces rêveries, à l'image d'un jeune qui s'est endormi derrière le comptoir d'une pâtisserie, tiré brutalement de sa torpeur par son patron. Cette image d'une domination quotidienne contraste avec l'ensemble du vidéoclip et avec les vers de la chanson qui figurent la puissance économique, sociale et sexuelle du personnage de Suleyman : « Que tu sois heureux man / Que tu n'aies ni chef ni programme / Et que ton prix au gramme fasse la loi / Qu'est-ce t'en dis sur Instagram? », le refrain entonné par une voix féminine (Ruby) reprend ; « Suleyman Suleyman / Tu es le grand sultan / Tu jettes de l'argent sur les femmes / Qu'est-ce que je donnerais pour te posséder. »
- 10 Fort du succès du vidéoclip sur internet, les *maneliști* sont invités à participer à des courts métrages et interviennent sur les plateaux télévisés d'émissions de divertissement⁹. Cette

circulation transmédiatique s'inscrit dans l'histoire visuelle du genre musical *manele*, dont les musiciens et la forme des clips musicaux sont depuis 2010 repris dans des émissions de la télévision *mainstream*¹⁰. Cette stratégie des principaux conglomérats à l'égard des contenus *manele* s'explique par un environnement médiatique qui depuis 2008 voit une partie importante des audiences se désintéresser des chaînes principales pour se tourner vers des programmes plus « spécialisés »¹¹, notamment celles diffusant des vidéoclips de *muzică populară* (Favorit, Etno TV) et de *manele* (Tara TV, Mynele TV), qui ont connu une augmentation importante de leur audience¹². Cette réappropriation du *manele* par la télévision *mainstream* fait écho aux ré-emplois et remixs des musiques *manele* par les amateurs des années 2000 ; un phénomène qui participa à la formation d'une culture musicale, visuelle et numérique des internautes en Roumanie. Ces stratégies convergent par ailleurs avec celle des *maneliști* qui depuis 2013 remixent, avec l'ironie inhérente au genre¹³, les figures pittoresques et exotiques du moyen Orient (Dubai, Égypte). La production de Golden Boy Society est à la fois le ré-emploi d'une figure populaire, mais aussi une réponse à d'autres *maneliști* qui ont introduit depuis l'automne 2013 ces altérités spéculaires dans les productions *manele*.

Histoire des « fictions patrimoniales » cinématographiques et télévisuelles en Roumanie

- 11 Face à ces formes de réappropriations et à la circulation des motifs de la série au sein de la culture populaire, les revues culturelles sortent de leur silence. Pour la première fois depuis l'adoption des grilles de programmation « latino-américaines », les revues culturelles et la presse spécialisée prennent pour objet les feuilletons télévisés. Elles se mobilisent pour traiter du succès de *Suleyman Magnificul* en comparant tout d'abord les productions turques et les *telenovelas* nationales. À cette fin, la question du genre télévisuel acquière une place centrale dans la discussion.
- 12 Or, quand la presse roumaine s'intéresse au « phénomène » *Suleyman*, elle mobilise des conventions génériques très différentes. Les publications en ligne des revues culturelles – *Dilema Veche* [*Le Vieux dilemme*], *Historia* (un mensuel de vulgarisation historique) – et des quotidiens – *Adevărul* [*La Vérité*], *Gândul* [*La Pensée*], *Jurnalul Național* [*Le Journal national*] – qui portent sur la série, donnent deux raisons au succès du *diziler*. L'importance des audiences, inédite depuis *Inimă de Țigan* ([*Cœur de tsigane*], Media Pro, 2007-2008), tranche avec celle des autres séries turques en raison des « conventions génériques » employées par *Suleyman*, et de la piètre qualité des productions roumaines qui n'élaborent plus de telles « fictions patrimoniales¹⁴ » :
- En regardant les autres faire leurs images, et gagner de l'argent avec ça, tu as envie de taper du poing sur le sol et crier: « Mais notre histoire qu'est-ce qu'elle a ? Pourquoi nous ne faisons pas pareil ? » [...] Nous avons nous aussi notre lot d'intrigues et de luttes pour le pouvoir, nous avons des seigneurs courageux, des prétendants envieux, des commandants méritoires, des boyards perfides [...]. Mais de tels sujets ne passionnent pas les producteurs. Ils fonctionnent selon le principe que c'est notre présent et non notre passé qui est glorieux. Alors, il ne faut pas s'étonner que nos *telenovelas* se nomment *Inimă de Țigan*¹⁵.
- 13 Dans une émission web *Dezbatere Historia*, organisée en partenariat par le mensuel *Historia* et le quotidien *Adevărul*, les commentaires des utilisateurs se font l'écho des propos tenus par Ion M. Ioniță, qui est ici le modérateur de l'émission :

Nous ne savons pas utiliser Vlad Țepeș [associé en Occident à Dracula]. Nous pourrions emprunter l'idée aux Turcs ! [...] Nous avons nous aussi des histoires qui peuvent devenir virales en Occident, [ou encore] Nous devons exploiter ce que nous avons de beau et intéressant, autant dans la nature que dans l'histoire ! Malheureusement, nous regardons des films avec des Tsiganes parvenus, ce qui fait que les étrangers assimilent les Roumains à des Tsiganes. [...] Nous avons besoin de films d'inspiration historique ou qui promeuvent les traditions ou les beautés naturelles de 'notre' pays¹⁶.

- 14 Pour comprendre ces propos il faut resituer les *telenovelas* dans une histoire longue des industries culturelles roumaines.
- 15 L'histoire du cinéma roumain est marquée par les conventions génériques des « fictions patrimoniales ». Ces dernières apparaissent dès le début du cinéma roumain. *Independența României* ([L'Indépendance de la Roumanie], Demetriade, 1912), premier film roumain, est une ode à la gloire du roi Carol I^{er} et un hymne aux soldat-paysans roumains qui ont combattu pour l'indépendance de la Roumanie en 1877 contre l'armée ottomane conduite par Osman Pacha. Suite à la nationalisation de l'industrie cinématographique en 1948, ces grands récits connaissent une fortune particulière avec l'ouverture des Studios d'État à Buftea en 1959. Après la relative « libéralisation culturelle » du champ cinématographique au début des années 1960, les acteurs politiques, les élites intellectuelles et les cinéastes exploitent le « concept « d'épopée nationale », vu comme un ample projet cinématographique de restitution de l'histoire roumaine¹⁷. » À ce propos Katherine Verdery notait que dans le courant de cette décennie « le parti a été 'forcé' de pénétrer sur le terrain des valeurs nationales sous la pression des intellectuels, qui ne pouvaient pas être mobilisés autrement, la Nation étant un symbole-clé de leur univers culturel¹⁸. » Lors de la décennie suivante, suite au durcissement des politiques culturelles, « le film historique devient une sorte de lieu de rencontre entre les directives formulées au niveau du parti et l'initiative 'd'en bas' des créateurs et des bureaucrates¹⁹. » Le cinéma roumain produit alors un très grand nombre de fictions patrimoniales qui couvrent une période du royaume des Daces (I^{er} siècle ap. J.-C.) au début du XIX^{me}. Indépendamment du genre, ces films ré-emploient de nombreux symboles historiques nationaux et partagent souvent un même arc narratif, la libération de la *Nation Roumaine* du joug des empires romains, russes, ottomans, et une glorification du *peuple* et de ses leaders charismatiques.
- 16 Toutes ces fictions patrimoniales disparaissent avec la chute du communisme. De 1990 à 2016, les films de patrimoine se limitent le plus souvent à la période du communisme – revisitée de manière critique par les cinéastes de la « nouvelle vague ». Cette « panne » des cinéastes est à situer également dans le contexte d'une précarité des moyens et des infrastructures de production et de diffusion cinématographique en Roumanie. Sur la période la plus récente (2009-2016), la production annuelle oscille entre onze et vingt-sept films (en comptant les co-productions). Les films roumains ne représentent ainsi que 9 à 13,6% des sorties nationales, dans un contexte marqué par la diffusion des productions américaines et un taux de fréquentation qui progresse légèrement de 0,4 à 0,7 entrées par habitant (en France il est de 3,2)²⁰. Les grands récits nationaux cinématographiques rencontrent difficilement leur public en Roumanie. L'espoir pourrait être qu'ils soient devenus télévisuels. Seulement, les quelques « fictions patrimoniales » télévisuelles qui voient le jour se soldent par des échecs d'audience au regard des importantes sommes engagées, et leurs productions s'arrêtent au bout de la première saison. C'est le cas d'*Aniela* ([*Aniela*], 2009-2010) produite par le groupe Media Pro avec un budget record. De fait, comme nous l'avons déjà vu, les séries et les *telenovelas* à succès n'empruntent pas

aux conventions génériques de la fiction patrimoniale. Elles relèvent davantage du mélodrame, *Inimă de țigan*, du sitcom, *Spitalul de demență*, ou de la comédie, *Las Fierbinți*.

Une réception symptomatique du rapport de l'élite culturelle et citadine à la culture populaire

- 17 Derrière cette comparaison avec les séries roumaines et l'insistance à rattacher la série turque à un genre transmédiasique différent de celui que les audiences ont identifié se cachent en réalité deux thèmes centraux du discours de la presse quotidienne et culturelle ; l'identité nationale roumaine, en panne de grands récits historiques, et la hiérarchie culturelle, ce qu'il est de bon goût de regarder.
- 18 Si dans l'ensemble la série *Suleyman* bénéficie d'une plus grande attention médiatique que les séries roumaines à succès des années précédentes, toutes les revues culturelles ne sortent pas pour autant de leur silence. Sur la période de diffusion de la série, de septembre 2012 à décembre 2014, la série est mentionnée dans seulement quelques articles de la revue hebdomadaire *Cultura* (dans les rubriques « culture anthropologique »), tandis que d'autres publications, comme *Vatra*, ignorent simplement le « phénomène ». En définitive, ce sont surtout les publications du conglomerat *Adevărul* Holding (le quotidien *Adevărul*, l'hebdomadaire *Dilema Veche*, et le mensuel *Historia*) qui se sont penchées sur le succès de la série.
- 19 Depuis le milieu des années 2000, les informations fournies par la presse quotidienne sur les *telenovelas* roumaines et étrangères à succès sont toujours classées dans la rubrique *people*, avec des nouvelles des acteurs et actrices, ou se contentent de relever l'audience des différentes émissions et séries. La *telenovela Suleyman Magnificul* fait également l'objet d'un tel traitement dans les médias d'information. Les publications du quotidien *Gândul* sont en ce sens relativement similaires à la manière dont les séries télévisées étaient jusqu'alors discutées par les médias. Les articles publiés sur le site internet mentionnant la série (42) sont classés dans la rubrique consacrée aux images de la série sur les réseaux sociaux et internet (7), dans la rubrique « *Magazin* », avec une focale portée sur les vedettes de *Suleyman* (24), et dans la rubrique « *știri* » [News] pour les informations plus factuelles : audience, changement d'horaires, reprise des épisodes, ou plus étonnant la mention des déguisements inspirés de la série dans le carnaval de Mamaia, organisé par une personnalité politique fantasque (9). Deux mentions sont faites dans des articles portant sur des sujets de politiques internationales (turques). Sur la période de diffusion de la série, de septembre 2012 à décembre 2014, les proportions sont relativement identiques pour les publications de *Jurnalul Național*.
- 20 Dans *Adevărul*, la grille de lecture utilisée est différente. Les raisons du succès de la série sont interrogées et forment le sujet principal de plusieurs articles, une première pour la presse d'information. En effet, après la révolution de 1989, l'élite intellectuelle et les journalistes ont fondé leur vocation sur les modèles respectifs du « gardien des valeurs culturelles » et du « journaliste-sauveur²¹. » Si cette dernière figure s'est estompée au cours de la décennie 2000, le champ journalistique – en particulier les revues culturelles – a néanmoins conservé la première figure pour sa fonction auto-légitimatrice²². Tout au long de ces années, les séries et les émissions de divertissement furent considérées comme des *formats* populaires, et donc inconséquents. La seule télévision qui méritait d'être discutée était celle des journaux télévisés et des émissions politiques. Cet esprit

corporatiste explique la mobilisation des historiens et chercheurs en sciences sociales, des experts du monde ottoman, et des analystes médias par la presse quotidienne pour éclairer les raisons du succès de *Suleyman Magnificul*.

- 21 Enfin, dernier changement notoire ; le *storytelling* autour de la série ne se limite pas aux publications du Doğan Media Group. Une pratique qui se démarque de l'attitude des conglomerats médiatiques qui, jusqu'en 2012, développent un *storytelling* autour des *telenovelas* à succès sur leurs plateformes (site internet, émission de divertissement, presse d'information) et autour des acteurs enrôlés pour leurs séries. Dans le cas d'*Inimă de Țigan*, en valorisant les vedettes et acteurs qui ont émergé par les productions du groupe, Media Pro a ainsi développé la *telenovela* au sein des différentes émissions de contenu comme une même franchise, dans « le désir d'intensifier la loyauté des publics²³ . »
- 22 Jusque là, cette mobilisation exceptionnelle peut donner l'impression que *Suleyman Magnificul* a contribué à une plus grande légitimité des séries télévisées au sein des arènes médiatiques et culturelles. Toutefois, et de manière contrintuitive, les publications ne légitiment nullement le genre télévisuel. Les références à la série obéissent en réalité à de simples stratégies éditoriales.
- 23 Quelques articles utilisent le terme « *Suleyman Magnificul* » pour présenter des éléments de l'histoire et de la culture roumaines. Ainsi la découverte de ruines du XVI^{me} siècle à Timișoara est intitulée : « Découverte surprenante sous la mosquée de Suleyman le Magnifique » [*Moscheea lui Suleyman Magnificul, descoperită în centrul Timișoarei*²⁴]. La série est ici instrumentalisée comme un marqueur de la culture populaire permettant d'attirer du lectorat vers des contenus – art, histoire, culture – moins « attractifs » que les faits divers et les rubriques *people*.
- 24 Le titre de la série fait aussi l'objet d'instrumentalisations pour rendre visibles certains faits divers : « Armani, 'Le prince des Țigani' a été baptisé revêtu d'or comme *Suleyman Magnificul* » [*Armani, 'Prințul Țiganilor', a fost botezat îmbrăcat în aur, ca Suleyman*²⁵]. De la même façon, un titre comme « Un pays de Solimans magnifiques » [*O Țară de Suleymani Magnifici*²⁶] est utilisé pour parler de l'attitude ubuesque du maire de Constanța, déguisé en sultan pour le carnaval qu'il organise dans sa municipalité. Les blogs du site *Adevărul*, ou les articles des journaux *Gândul* et *Jurnalul Național* ont fréquemment utilisé la série comme une simple référence culturelle pour présenter des faits divers relevant de la culture populaire (ou rurale). Les termes employés dans certaines dépêches illustrent parfaitement le dédain pour le « manque de culture » du monde rural : « Galerie photo : les habitants d'une commune de Caraș-Severin se sont déguisés comme des personnages de la série *Suleyman Magnificul* à l'occasion du *Lăsata Secului* (une fête qui marque le commencement du carême) "N'aurait-il pas plutôt fallu quelque chose de traditionnel ? C'est hideux !" » [*Galerie foto - Locuitorii unei comune din Caraș-Severin s-au costumat de Lăsata Secului*²⁷].
- 25 Au-delà de ces instrumentalisations, ce brusque intérêt pour la série a particulièrement porté sur l'authenticité de la reconstruction historique proposée par les producteurs de la série : les modes vestimentaires, la culture matérielle du XVI^{me} siècle, etc. Le numéro d'*Historia* accorde une place importante à une étude critique de l'authenticité des représentations proposées par la *telenovela*. Experts et historiens sont donc mobilisés à l'occasion pour discuter de ce « que l'on n'a pas vu à l'écran » et présenter ainsi « le vrai visage de Roxelana et de l'influence du harem²⁸ » [*Dezbattere Historia : Suleyman Magnificul*,

ce nu ați văzut în film. Adevărata față a Roxelanei și influența haremului]. Le compte rendu que fait le journaliste des propos d'une historienne médiéviste, Paraschiva-Victoria Batariuc, est tout à fait révélateur de l'attitude des journalistes à l'égard des séries télévisées, ici assimilées à des *telenovelas* :

D'un appartement d'un immeuble de Suceava, une ville assiégée et conquise en 1538 du sultan portraituré dans la *telenovela* turque, M^{me} Batariuc regarde *Suleyman Magnificul* avec les yeux d'une docteure en histoire médiévale. À plusieurs reprises, l'intrigue larmoyante emporte son attention, les dialogues, les images en couleurs, les jolis personnages l'amuse, mais immédiatement, la médiéviste se ressaisit, se révolte et sanctionne ce qu'elle considère comme de grosses bourdes, [de la part] des scénaristes de ce film historique²⁹.

- 26 Ailleurs, un journaliste décrit dans des mots relativement semblables l'attitude d'une téléspectatrice : « Bien qu'elle n'ait pas suivi la série depuis le début, Elena Paraschiv, une téléspectatrice de 68 ans a été 'corrompu' [*coruptă*] par les intrigues turques qui relisent une partie de l'histoire du XVI^{me} siècle³⁰. » Ces deux descriptions discréditent une expérience télévisuelle commune, considérée sans intérêt pour comprendre l'engouement des audiences et relevant surtout la manipulation opérée par le « réalisme émotionnel » de la *telenovela* et le « système de relations psychologiques entre les personnages qui ferait écho aux relations effectivement vécues par [les téléspectateurs]³¹. » La seule raison légitime de suivre la série tient aux motifs et figures historiques présentés.
- 27 Ainsi, pour le champ journalistique, le succès de la série ne s'explique pas en fonction de la qualité des arcs narratifs ou du jeu des acteurs, même si la qualité des décors et des productions des studios turcs est parfois évoquée par des anthropologues et observateurs de la société turque. La fortune de la *telenovela* se comprend en raison des *composantes de l'identité nationale roumaine*. Pour reprendre les termes de Iulian Comănescu, un analyste des médias, cités dans le journal *Adevărul* : « Kanal D a exploité intelligemment un type d'*ethos* que l'on retrouve sur Etno TV et Taraf TV. Et cela fonctionne très bien, parce que nous avons un ego balkanique et une identité paysanne³² » ([*De ce are succes Suleyman Magnificul*], *Adevărul*, 28 mars 2013).

Conclusion

- 28 Les acteurs médiatiques ont produit trois types de discours en réponse au succès de la série turque. Après avoir constaté la panne des grands récits nationaux, ils ont utilisé les intérêts de la culture populaire pour mettre en valeur des éléments de la (haute) culture roumaine et ont produit une grille de lecture qui distingue le bruit du signal ; les bonnes choses à regarder des intrigues sirupeuses qui distraient l'attention. Ce contre-discours des médias d'information, opposé à la pratique des audiences et des producteurs de la *telenovela* constitue une véritable diplomatie culturelle. Elle est en somme le dernier avatar d'une longue tradition de déconnexion des « médias bourgeois » à l'égard des pratiques de la culture populaire, et dans ce cas, des usages des images.
- 29 Cette diplomatie culturelle – élaborée avec beaucoup de sérieux est également élaborée sur le mode de la satire dans des émissions télévisées de divertissement. L'équipe d'*Icomedy* de Antena 1 a ainsi produit un court métrage opposant dans une « bataille de rimes » Soliman le Magnifique et Vlad Țepeș (Vlad III l'Empereur, duquel Bram Stoker s'est inspiré pour le personnage de Dracula).

VLAD ȚEPEȘ. Je suis Vlad l'Empaleur né à Sighișoara / Et j'ai terrorisé tout le pays / Vlad Dracula était mon père / Ma mère me disait "va au diable" [Dracu'] quand elle m'envoyait le voir / Beaucoup m'appelait Dracula, y'a de quoi avoir peur / Tu sais que j'ai régné trois fois ? / Personne n'échappait à ma colère / Viens-là le Turc, je t'attends avec mon pal !

SULEYMAN. Salut Țepeș, ton ennemi te parle / Les hommes m'appellent "Sully" et les femmes "le Magnifique" / Tu étais le meilleur en Roumanie il y a de ça des siècles / Mais aujourd'hui, tu es périmé, le deal a changé / *Lacrimi de iubire* [une *telenovela*] ou *Inimă de Țigan* font moins d'audience que moi [...] / J'ai autant de filles dans mon harem que toi d'années de règne / Je suis un sex-symbol, et je suis maintenant au pouvoir [...]

VLAD ȚEPEȘ. Tu crois Sully qu'un homme me fait peur / Toi qui viens d'un pays où tout le monde mange du loukoum / Moi, j'ai construit un pays qui est en Occident ! / Le tien était célèbre pour les jeans et les cigarettes / Toi tu as peut-être un film / Mais Bram Stoker a écrit un livre sur moi [...] [...]

SULEYMAN. [...] Toute la Roumanie se souvient à peine de toi / Mais moi, ils me suivent "non-stop" / Un Roumain sur trois est *fan* de moi / Ils crient comme dans *Dallas* quand passe *Suleyman* / Quand commence un épisode, tous sont rivés à l'écran [...] / Tu es un vampire, mais Suleyman est une star / Je suis à la télé et toi dans les livres d'histoire !

- 30 Diffusée à la télévision et postée le même jour sur le compte Youtube de la chaîne³³, la courte vidéo reprend toutes les composantes de cette diplomatie culturelle élaborée par les acteurs médiatiques. Elle reproduit le constat ironique, et presque autocritique, de l'état des narrations patrimoniales roumaines, qui, quand elles ne sont pas en panne, sont toujours le fait d'étrangers (Bram Stoker et dans une certaine mesure, la *telenovela* turque). Cette remarque est l'occasion de revenir également sur l'inscription ambiguë de la Roumanie dans cette zone de l'Europe orientale ou balkanique. À l'image de ce contre-discours médiatique, la vidéo esquisse un rapport nationaliste à la culture populaire et plus généralement à la hiérarchie culturelle.

BIBLIOGRAPHIE

ANG, Ien (1985 /1982), *Watching Dallas : Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Londres, Methuen & Co.

COMAN, Mihai (2004), « Media bourgeoisie and media proletariat in post-comunist Romania », *Journalism Studies*, vol.5, n°1, p. 45-58.

COMAN, Mihai (1998), « Les Nouveaux professionnels de la presse roumaine. Doutes et rêves de journalistes à la recherche de leur identité » in Kristian FEIGELSON et Nicolas PÉLISSIER (dir.), *Télé-révolutions culturelles : Chine, Europe centrale, Russie*, Paris, L'Harmattan, p. 183-200.

DRAGOTA, Georgiana Lucía (2012), « Construcciones de la identidad étnica en la narrativa de ficción televisiva rumana », *Revista Comunicación*, n°10, vol.1, p. 464-478.

DRĂGAN, Ioan et Valentina MARINESCU (1998), « La Télévision roumaine en quête d'identité et d'équilibre », in FEIGELSON Kristian et Nicolas PÉLISSIER (dir), *Télévolutions culturelles. Chine, Europe centrale, Russie*, Paris, L'Harmattan, p. 229-247.

ESQUENAZI, Jean-Pierre (2011), « Séries télévisées et « réalités » : les imaginaires sériels à la poursuite du réel », in Sarah SEPULCHRE (dir.), *Décoder les séries télévisées*, Bruxelles, De Boeck, coll. Info Com.

HALL, Stuart (2013), *Identités et Cultures 2. Politiques des différences*, traduit de l'anglais par Aurélien Blanchard et Florian Voros, (édition établie par Maxime Cervulle), Paris, Éditions d'Amsterdam.

JENKINS, Henry (2013), « La Licorne origami contre-attaque. Réflexions plus poussées sur le transmédia storytelling », *Terminal*, Dossier « Le Transmedia Storytelling », Traduction de l'anglais par Mélanie Bourdaa, n°112, p. 11-28.

LARCHER, Jonathan (2015), « Partitions chromatiques et convergence des discours médiatiques : l'altérité imaginaire des figures tsiganes à la télévision roumaine », *Émulations*, numéro « Médias et identités », p. 101-110.

MOINE, Raphaëlle et Pierre BEYLOT (dir.) (2009), *Fictions patrimoniales sur grand et petit écran. Contours et enjeux d'un genre intermédiatique*, Pessac, Presses Universitaires de Bordeaux, Collection Cinéma (s).

ȘCHIOP, Adrian (2013), *Soldații. Poveste din Ferentari*, Iași, Polirom.

ȘCHIOP, Adrian (2011), « Cum Au Îngropat Elitele României Manelele. O Poveste Cu Cocalari », *Criticatac* [En ligne], n°2, <http://www.criticatac.ro/3957/cum-au-ingropat-elitele-romaniei-manelele-o-poveste-cu-cocalari/>. Page consultée le 15 septembre 2015.

STOICHIȚĂ, Victor A. (2016), « The Boyar in the Helicopter : Power, Parody and Carnival in Manea Performances », in BEISSINGER, Margaret, Anca GIURCHESCU et Speranța RĂDULESCU (dir.), *Manele in Romania: Cultural Expression and Social Meaning in Balkan Popular Music*, Scarecrow Press, p. 163-184.

URDEA, Alexandra (2014), « Folklore Music on Romanian TV. From State Socialist Television to Private Channels », *Journal of European Television History and Culture*, vol.3, n°5, p. 35-49.

VASILE, Aurelia (2011), *Le Cinéma roumain dans la période communiste. Représentations de l'histoire nationale*. Thèse de doctorat en histoire sous la direction de Serge Wolikow et Lucian Boia, Université de Bourgogne, Université de Bucarest.

VERDERY, Katherine (1991), *National Ideology under Socialism, Identity and Cultural Politics in Ceausescu's Romania*, Berkeley, Oxford, University of California Press.

Discographie

Jon Baiat Bun, *Suleyman*, Cat Music / Golden Boy Society, 5 août 2014.

Webographie

« Armani, "prințul țiganilor", a fost botezat îmbrăcat în aur, ca Suleyman », *Gândul*, 22 juin 2013, <http://www.gandul.info/magazin/armani-printul-tiganilor-a-fost-botezat-imbracat-in-aur-ca-suleyman-magnificul-10999639>. Page consultée le 15 août 2015.

« De ce are succes *Suleyman Magnificul* », *Adevărul*, 28 mars 2013, http://adevarul.ro/entertainment/tv/suleyman-magnificul-domnia-audientelor-1_5153c79c00f5182b855a7623/index.html. Page consultée le 03 août 2014.

« De la *Suleyman Magnificul* la *Inimă de Țigan* », *Historia.ro*, 08 janvier 2014, http://www.historia.ro/exclusiv_web/general/articol/suleyman-magnificul-inim-igan. Page consultée le 15 mai 2014.

« Dezbateri Historia : *Suleyman Magnificul*, ce nu ați văzut în film. Adevărata față a Roxelanei și influența haremului », *Adevărul*, émission enregistrée le 13 décembre 2013, http://adevarul.ro/cultura/istorie/suleyman-magnificul-dezbateri-historia-8_52aac363c7b855ff56ac46c3/index.html. Page consultée le 04 avril 2014.

« Galerie foto - Locuitorii unei comune din Caraș-Severin s-au costumat de Lăsata Secului în personajele din „*Suleyman Magnificul*”. „Nu ar fi trebuit să fie ceva tradițional? E hidos! », *Gândul*, 25 mars 2013, <http://www.gandul.info/magazin/locuitorii-unei-comune-din-caras-severin-s-au-costumat-de-lasata-secului-in-personajele-din-suleyman-magnificul-nu-ar-fi-trebuit-sa-fie-ceva-traditional-e-hidos-video-10687821>. Page consultée le 18 août 2015.

« Moscheea lui Suleyman Magnificul, descoperită în centrul Timișoarei », *Gândul*, 20 décembre 2013, <http://www.gandul.info/magazin/moscheea-lui-suleyman-magnificul-descoperita-in-centrul-timisoarei-11797356>. Page consultée le 20 août 2014.

« O Țară de Suleymani Magnifici », blog *Adevărul*, 28 mars 2013, http://adevarul.ro/news/eveniment/o-tara-suleymani-magnifici-1_5154722300f5182b855e0efd/index.html. Page consultée le 13 août 2015.

« Serialul *Suleyman Magnificul*, la testul istoricilor: “Cadanele nu purtau haine de inspirație venețiană” », *Adevărul*, 18 janvier 2013, http://adevarul.ro/entertainment/tv/video-serialul-fenomen-suleyman-magnificul-testul-istoricilor-1_50f95cfa51543977a97675ad/index.html. Page consultée le 03 août 2014.

NOTES

1. Le titre turc, *Muhteşem Yüzyıl* [*Le Siècle magnifique*] fait allusion à Soliman le Magnifique. C'est ce qui explique que le titre roumain reprenne directement le nom de Soliman, avec *Suleyman Magnificul*. Mais il s'agit de la même série.
2. Stuart Hall, *Identités et Cultures 2. Politiques des différences*, traduit de l'anglais par Aurélien Blanchard et Florian Voros, (édition établie par Maxime Cervulle), Paris, Éditions d'Amsterdam, 2013, p. 249.
3. Ioan Drăgan et Valentina Marinescu, « La télévision roumaine en quête d'identité et d'équilibre », in *Télérevolutions culturelles. Chine, Europe centrale, Russie*, éd. Kristian Feigelson et Nicolas Péliissier, Paris, L'Harmattan, 1998, p. 229-247, [p. 232].; Voir aussi Georgiana Lucía Dragota, « Construcciones de la identidad étnica en la narrativa de ficción televisiva rumana », *Revista Comunicación*, n°10, vol.1, 2012, p. 464-478.
4. Les mesures d'audience et les performances publicitaires citées dans le présent article sont issues des différents numéros du *Media Fact Book* publiés par Initiative Media.
5. Sur les cinq ouvrages, un seul est le fait d'un historien turc spécialiste de l'empire Ottoman ; Erhan Afyoncu, *Suleyman Magnificul și sultana Hurrem* [*Soliman le Magnifique et la sultane Hurrem*], București, Corint, 2013 (2011), traduit du turc par Leila Unal. Les autres sont des ouvrages de littérature populaire, la plupart publiés depuis plus d'une décennie en « occident » : Alain Paris, *Ultimul vis al lui Suleyman* [*Le Dernier rêve de Soliman*], București, Editura Orizonturi, 2013 (1999), traduit en français par Diana Morărașu ; Isaure de Saint Pierre, *Suleyman Magnificul și sultana*

- Hürrem [Suleyman le Magnifique et la sultane Hurrem], București, Editura Orizonturi, 2013 (2002), traduit en français par Mihnea Columbeanu, Corina Dragomir et Mariana Cabalorta ; Jean-Michel Thibaux, *Rivala din harem (vol.1) [La Rivale du harem]*, București, Editura Orizonturi, 2013 (2002) traduit en français par Nicolae Constantinescu ; Jean-Michel Thibaux, *Suleyman, Hurrem și printesa venetiana (vol.2) [Soliman, Hurrem et la princesse vénitienne]*, București, Editura Orizonturi, 2013 (2003), traduit en français par Nicolae Constantinescu.
6. Adrian Schiop, *Soldații. Poveste din Ferentari*, Iași, Polirom. 2013, p.15
 7. Cat Music / Golden Boy Society, 2014
 8. Jon Baiat Bun, *Suleyman*, clip vidéo posté le 04 août 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=fS0Ao8FMRA8> [page consultée le 19 octobre 2014].
 9. Cronica Cărcotașilor, 05 novembre 2014
 10. Jonathan Larcher, « Partitions chromatiques et convergence des discours médiatiques : l'altérité imaginaire des figures tsiganes à la télévision roumaine », *Émulations*, numéro « Médias et identités », 2015, p. 101-110
 11. L'enquête 2008 conduite par Initiative Media S.A. informait déjà que plus de « 48% du public arrivait à saturation » et se désintéressait des chaînes "principales", nombre d'entre elles dépassaient le seuil légal de minutes de publicité par heure ; Initiative Media S.A., *Media Fact Book Romania 2008*, Bucharest, 2008, p....
 12. Alexandra Urdea, « Folklore Music on Romanian TV. From State Socialist Television to Private Channels », *Journal of European Television History and Culture*, vol.3, n°5, 2014, p. 35-49
 13. Victor A. Stoichiță « The Boyar in the Helicopter : Power, Parody and Carnival in Manea Performances », in *Manea in Romania: Cultural Expression and Social Meaning in Balkan Popular Music*, éd Margaret Beissinger, Anca Giurchescu et Speranța Rădulescu, Maryland, Scarecrow press, 2016, p. 163-184.
 14. Pierre Beylot et Raphaëlle Moine, (éd) *Fictions patrimoniales sur grand et petit écran. Contours et enjeux d'un genre intermédiatique*, Pessac, Presses Universitaires de Bordeaux, Collection Cinéma(s) 2009.
 15. "De la Suleyman Magnificul la Inimă de Țigan", *Historia.ro*, 08 janvier 2014
 16. Commentaires de l'émission : « Dezbateri Historia : Suleyman Magnificul, ce nu ați văzut în film *Adevărata față a Roxelanei și influența haremului* », *Adevărul*, 13 décembre 2013.
 17. Aurelia Vasile, *Le Cinéma roumain dans la période communiste. Représentations de l'histoire nationale*. Thèse de doctorat en histoire sous la direction de Serge Wolikow et Lucian Boia, Université de Bourgogne, Université de Bucarest. 2011, p. 573-574.
 18. Vasile, p.36. À propos de Katherine Verdery, *National Ideology under Socialism, Identity and Cultural Politics in Ceausescu's Romania*, University of California Press, 1991.
 19. Vasile, p.576
 20. Ces données sont produites par le *Centrul Național al Cinematografiei* et sont consultables en ligne : http://cncold.gov.ro/?page_id=442
 21. Mihai Coman, « Les Nouveaux professionnels de la presse roumaine. Doutes et rêves de journalistes à la recherche de leur identité » in *Télérevolutions culturelles : Chine, Europe centrale, Russie*, éd. Kristian Feigelson et Nicolas Péliissier, Paris, L'Harmattan, 1998, p. 183-200, [p. 195-197].
 22. Mihai Coman, « Media Bourgeoisie and Media Proletariat in Post-Comunist Romania », *Journalism Studies*, vol.5, n°1, 2004, p. 45-58.
 23. Henry Jenkins, « La Licorne origami contre-attaque. Réflexions plus poussées sur le transmédia storytelling », *Terminal*, Dossier « Le Transmedia Storytelling », Traduction de l'anglais par Mélanie Bourdaa, n°112, 2013, p. 11-28, [p. 13].
 24. *Gândul*, 20 décembre 2013
 25. *Gândul*, 22 juin 2013

26. blog *Adevărul*, 28 mars 2013)
27. *Gândul*, 25 mars 2013
28. *Adevărul*, 13 décembre 2013
29. (« Serialul *Suleyman Magnificul*, la testul istoricilor: “Cadanele nu purtau haine de inspirație venețiană” », *Adevărul*, 18 janvier 2013
30. « *De ce are succes Suleyman Magnificul* », *Adevărul*, 28 mars 2013
31. Jean-Pierre Esquenazi fait ici référence aux observations de Ien Ang sur son étude de la réception de la série *Dallas* et son concept de réalisme émotionnel dans *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Londres, Methuen & Co, 1985 [1982]. Jean-Pierre Esquenazi, « Séries télévisées et « réalités » : les imaginaires sériels à la poursuite du réel » in *Décoder les séries télévisées*, éd Sarah Sepulchre, Bruxelles, De Boeck, coll. Info Com, 2011, p.210.
32. « *De ce are succes Suleyman Magnificul* », *Adevărul*, 28 mars 201
33. *Icomedy*, « *Bătălia în Rime! Suleyman Magnificul vs. Vlad Țepeș* », vidéo postée le 20 décembre 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=rM3ezmxGS3U> [page consultée le 20 août 2014].
-

RÉSUMÉS

De 2005 à 2012, l'espace médiatique roumain est marqué par un grand contraste entre le succès d'audience des telenovelas nationales et le relatif silence qui entoure ce phénomène dans la presse quotidienne, la presse culturelle et les différents médias télévisés. C'est avec la diffusion de la série turque *Suleyman magnificul* [*Muhteşem Yüzyıl (Soliman le magnifique)*] sur les écrans roumains à l'automne 2012, que ces acteurs médiatiques nationaux vont se débarrasser de leur mutisme. Sans aucune concertation, ils opposent dès lors une véritable diplomatie culturelle contre les récits de la telenovela et l'engouement qu'elle suscite. Constatant la panne des grands récits nationaux et des fictions patrimoniales, critiques et journalistes révèlent par la même occasion le “nationalisme” latent et intrinsèque au rapport des élites à la culture populaire en Roumanie et l'inscription ambiguë de la Roumanie dans cette zone de l'Europe orientale ou balkanique.

From 2005 to 2012, a flagrant difference existed between the successful audience ratings of nationally produced telenovelas and the silence of the Romanian media (daily newspapers, cultural magazines or televised reports) to comment on this success. When broadcasts of the Turkish series *Suleyman magnificul* [the Turkish title, *Muhtesem Yüzyil (The Magnificent Century)*] began in 2012, the national media came out of its silence. Absent any concertation, they all immediately directed a sort of cultural diplomacy against the telenovela narratives as well as against TV viewer enthusiasm for the show. Journalists and critics, although admitting the absence of major homemade narratives and heritage fictions, revealed a latent intrinsic nationalism coming from the elites towards popular culture in Romania and the ambiguous inclusion of Romania into the zone of western Europe or the Balkans.

INDEX

Mots-clés : soft power, diplomatie culturelle, arènes médiatiques, telenovela, Roumanie, dizi, fictions patrimoniales

Keywords : soft power, cultural diplomacy, media arenas, telenovela, Romania, dizi, heritage fictions

AUTEUR

JONATHAN LARCHER

Cinéaste et anthropologue, Jonathan Larcher est doctorant à l'EHESS (CRAL) et diplômé en études cinématographiques (Sorbonne Nouvelle Paris 3). À partir d'une enquête et de films documentaires réalisés dans les rues tsiganes d'un village roumain, ses recherches et créations explorent les enjeux épistémologiques, politiques et méthodologiques soulevés par les arts et les archives filmiques en anthropologie. Il travaille également à l'élaboration d'une histoire visuelle et critique des imageries par lesquelles les familles roms/tsiganes ont été appréhendées.

Film director and anthropologist, Jonathan Larcher is a doctoral student at EHESS (CRAL) in Paris and a graduate in cinema studies of the Sorbonne (Sorbonne Nouvelle Paris 3). Based on fieldwork and documentaries of gypsy neighbourhoods in a Roumanian village, Larcher's research and film creations examine the epistemological, political and methodological issues raised by the arts and anthropological film archives. He is also working on developing a visual and critical history of images representing Roms/Gypsy families.