

Les réseaux sociaux

Nouveaux supports pour diffuser les séries turques

Notre mode de vie s'est développé du jour au lendemain grâce aux nouvelles technologies qui répondent à certains besoins.

Certes, le besoin de s'informer est l'un des besoins fondamentaux de l'être humain. D'ailleurs, plus les besoins sont devenus nombreux, plus les supports de l'information se sont multipliés afin de subvenir à ce besoin, à l'ère de la « société de l'information » dont parlait Manuel Castells¹. Nombreuses sont les évolutions des innovations enregistrées en matière de transmission électrique d'information, d'enregistrement des images et des sons et de production.

Selon Jean Bianchi, la « société de l'information et de la communication » se caractérise entre autres par la « constitution du triangle télécommunication/ audiovisuel/ micro-informatique »². On parle donc, de la convergence médiatique qui est une alliance de technologies autrefois séparées.

Dans le dictionnaire du journalisme et des médias, la convergence est définie comme suit « tendance des groupes de médias à combiner les différents supports techniques dans la fabrication et la diffusion des produits »³.

¹ CASTELLS (MANUEL), « La société en réseaux », Fayard, 2001, 671 p.

² PATRASCU (MARCELA), « Emergence de nouvelles pratiques info-communicationnelles entre rupture et continuité », <http://essachess.com/index.php/jcs/article/view/86>, consulté le 07/07/2013

³ LE BOHEC (JACQUES), Dictionnaire du Journalisme et des Médias, Presses Universitaires de Rennes, 2010, p.155

De son côté, Eric Neveu⁴, souligne que le rapport entre le projet sociétal émergent et la convergence multimédia apparaît tout d'abord dans l'ouvrage de Zbigniew Brzezinski *Between two ages. America's role in the technetronic area* (1970), traduit en français sous le titre *La révolution technétronique*⁵.

Selon Erik Neveu, la révolution technétronique définit « *l'émergence d'un monde, naissant de la fusion progressive entre télévision, télécommunications et informatique, dans lequel l'information et la maîtrise des réseaux seraient la clé de la croissance* ». Il prend appui sur l'affirmation de Brzezinski selon qui : « *après l'ère de la canonniers et celle du commerce et des finances, les techniques et les réseaux de communication représentent le troisième génération de domination du monde* ».

On parlait auparavant, du « unicast » ou « point à point » (d'un récepteur vers un émetteur) en tant qu'un mode de diffusion. Mais, aujourd'hui, on parle du « broadcast »⁶ ou « multi-points » (émetteur vers un nombre quasi-infini de récepteurs).

Entre temps, depuis le 19^{ème} siècle, l'humanité a enregistré son entrée dans l'âge industriel qui a mené à la révolution informationnelle et l'apparition de la société de l'information. On a commencé ainsi, à parler de la « Culture Monde » voire l'«hyper culture », définit premièrement par « la fin de la disjonction de la culture et de l'économie, deuxièmement par l'excroissance de la sphère culturelle, troisièmement par l'absorption de celle-ci par l'ordre marchand »⁷. Il s'agit d'une culture de consommation hypertrophique et généralisée qui a été traitée par l'école de Francfort sous le nom des « industries culturelles », c'est-à-dire des œuvres reproductibles destinés au marché de la grande consommation. Celles-ci ont été analysées par Horkeimer et Adorno en tant des produits uniformes. Cette culture n'est pas créée pour une élite sociale et intellectuelle mais pour tout le monde.

⁴ NEVEU (Eric), Une société de communication ? Paris : Editions Montchrestien, 2006

⁵ BRZEZINSKI (Zbigniew), La révolution technétronique, Paris : Calmann-Lévy, 1971

⁶ http://www.loria.fr/~ichris/Teaching/dea_04_multicastl.pdf, consulté le 15/10/2013

⁷ Lipovety (Gilles), Seuoy (Jean), « Réponse à une société désorientée », aodile Jacob, octobre 2008

Les premiers produits qui ont obéi à la règle des industries culturelles étaient les films américains et les telenovelas mexicaines, sous une logique de diversification de renouvellement permanent. Un film chasse l'autre, une vedette arrache la place d'une autre et une telenovela remplace la précédente. « Le transitoire, le fugitif, le contingent » de Baudelaire s'appliquait au cœur de la production massive de produits non durables et dont leur premier objectif est le divertissement.

D'ailleurs, « les industries culturelles et l'univers cyberspace constituent des pièces maîtresses de la culture monde »⁸, vu qu'ils ont facilité la diffusion de cette culture, via les différents outils de communication. A un certain moment, MacLuhan a évoqué l'avènement du « Village Global », ce village qui a été créé grâce aux images circulées par la télévision en marquant le triomphe de la vitesse, de l'instantané et du scoop. Mais aujourd'hui, d'autres outils communicationnels cherchent à appliquer le concept du village global.

En fait, l'humanité a vécu ces dix dernières années l'implication des réseaux sociaux dans notre quotidien, notamment suite à la création du Facebook en 2004. Mais, les premiers réseaux sociaux se sont créés à partir des années 80, comme le *Bulletin Board Systems* en 1978 puis *The Well* en 1985.

De son côté, le sociologue français Emmanuel Lazega définit le concept « réseaux sociaux » comme étant « un ensemble de relations spécifiques (par exemple : collaboration, soutien, conseil, contrôle ou encore influence) entre un ensemble fini d'acteurs »⁹.

Le terme désigne « un site Internet permettant à l'internaute de s'inscrire et d'y créer une carte d'identité virtuelle appelée le plus souvent « profil ». Le réseau est dit social en ce qu'il permet d'échanger avec les autres membres inscrits sur le même réseau : des messages publics ou privés,

⁸ ibid

⁹ Christine Balagué, David Fayon, Facebook, Twitter et les autres, Pearson Education France, Paris 2010

des liens hypertexte, des vidéos, des photos, des jeux... L'ingrédient fondamental du réseau social reste cependant la possibilité d'ajouter des « amis », et de gérer ainsi une liste de contacts »¹⁰.

A travers cette recherche, nous allons dépasser le modèle traditionnel de la culture de masse qui se basait sur les médias classiques, entre autre le mass média, en tenant compte du self media basé sur les échanges en réseau. D'ailleurs, la télévision s'est placée elle-même sur la toile.

Donc, entre les fantasmes technologiques et la réalité économique, l'évolution de la télévision obéit néanmoins à un certain nombre de constantes qu'a analysées Pierre Musso¹¹.

Ces évolutions seront, en effet, toujours justifiées en tant qu'elles doivent permettre le développement d'alternatives par rapport au modèle de la télédiffusion centralisée autour de quatre termes :

- Proximité VS Centralisation
- Alternative VS Communication hiérarchique
- Interaction VS Intransitivité
- Multiplication VS Rareté des canaux

La diffusion s'est développée ainsi, à travers la convergence qui mène à la multiplication des canaux de communication. Sur le Net, on surfe sans avoir des limites. Mais, parallèlement à la multiplication des canaux, une communauté virtuelle se construit autour d'un centre d'intérêt commun.

Inscrite dans le champ disciplinaire des sciences de l'information et de la communication, cette recherche se propose d'analyser la manière avec laquelle les séries turques ont marqué leur présence dans le monde arabe, en tant qu'une industrie culturelle.

¹⁰ <http://blog.lefigaro.fr/hightech/2008/01/definition-reseau-social.html>, publié le 01/01/2008, consulté le 26 Février 2013

¹¹ « L'antenne de l'antenne du futur » dans Les Dossiers de l'audiovisuel n°112 novembre-décembre 2003 : *Un siècle de télévision – Anticipation, utopie, prospective.*

Il ne s'agit plus donc, de se limiter à la vision de ces séries sur l'écran classique car grâce aux réseaux sociaux, les téléspectateurs bénéficient d'autres éléments. Nous avons alors décortiqué les modes de diffusion et les modes de réception des séries sur les réseaux sociaux, en prenant la série « Muhteşem Yüzyıl / Le siècle magnifique » comme exemple.

- **Problématique**

Les médias classiques ne sont plus considérés en tant que des mono-médias grâce à la numérisation des messages. On est parvenu alors, du pluri-média rendu possible par la nouvelle technologie.

Dans certains pays bien avancés, les pratiques professionnelles ont tiré profit de la technologie et ont commencé à revoir les frontières traditionnelles entre l'écrit, l'oral et le visuel. Ils ont effectué ainsi, des avancements en direction des pluri-médias. Les spécialistes cherchaient ainsi, un moyen pour que tout le monde reçoive le message émis par la télévision. Il s'agit de diversifier les outils de la communication avec le public, en multipliant le nombre des canaux susceptibles d'envoyer les messages.

Par rapport à la télévision, il s'agit d'une nouvelle forme liée au web après avoir enregistré l'émergence de la télévision sur les supports numériques à savoir les téléphones portables, les sites d'Internet, les réseaux sociaux...etc.

La problématique de cette recherche peut être traduite par la question suivante :

Comment la nouvelle technologie participe –t- elle à la diffusion des séries turques, suite à l'émergence des réseaux sociaux sur le web en tant qu'acteurs du partage et de l'évaluation des programmes de la télévision qui en a résulté des nouvelles pratiques d'exposition?

D'ailleurs, ce partage, ainsi que les commentaires introduisent une interactivité nouvelle entre les différents acteurs de la production et de la consommation des produits médiatiques, ce qui ne manquera pas d'avoir une influence sur la fabrication des contenus audiovisuels mis en ligne

sur le web et reliés par les réseaux sociaux (Facebook, YouTube, Myspace, Google+..etc.).

D'autres questions découlent alors de la question centrale :

- Comment les téléspectateurs réagissent sur la toile avec les séries turques ?
- Les réseaux sociaux forment-ils un espace de parole libre ?
- Quelle est la méthode de gestion des réseaux sociaux susceptible d'accorder aux citoyens un espace de parole libre ?

- **Diffusion de la série turque « Muhteşem Yüzyıl » sur les réseaux sociaux**

Afin de suivre la diffusion des séries turques et leur réception dans le monde arabe, nous avons pris comme corpus de recherche la série turque « Muhteşem Yüzyıl », qui s'est imposée dans la liste des programmes les plus suivis par le public arabe.

Appelé en français, « Le Siècle magnifique », cette série est produite par Timur Savcı et diffusée depuis le 05 janvier 2011 jusqu'à aujourd'hui sur la chaîne de télévision turque. Elle compte quatre saisons. Elle s'inspire de la vie de Soliman I^{er}, ou Soliman le Magnifique, dixième sultan de la dynastie ottomane au XVI^e siècle, et de Roxelane, sa favorite et future épouse et de la vie de son harrem. Le tournage se déroule principalement dans les villes d'Istanbul et d'Edirne, en Turquie.

Bien que le téléspectateur arabe ait l'habitude de suivre les séries et les feuilletons sur l'écran classique, la série turque « Muhteşem Yüzyıl » a changé le processus de vision. On n'est plus obligé d'attendre la diffusion de l'épisode traduit sur l'écran classique, après avoir mis à la disposition des internautes dans le monde arabe un site Internet « <http://www.7rem-alsultan.com/#> ».

Ce site dont le titre est « Harem Soltan » contient :

- Les épisodes traduits de la série
- Des informations sur la série et les acteurs

- Des albums photos et des vidéos
- Des spots d'annonce des épisodes suivants
- Des informations à propos de l'histoire des Ottoman, à l'ère de Solimane le Magnifique
- Analyse des personnalités historiques
- Analyse des changements politiques à l'ère de Solimane le Magnifique
- Des liens vers les réseaux sociaux
- Les sonneries de la série
- Des textes publiés dans les journaux

La langue officielle du site est la langue arabe vu que l'équipe qui gère ce site est formée de jeunes de différents pays du monde arabe (Iraq, Emirats, Egypte...etc.). La société Times compagny qui appartient à Dubai Media s'en charge.

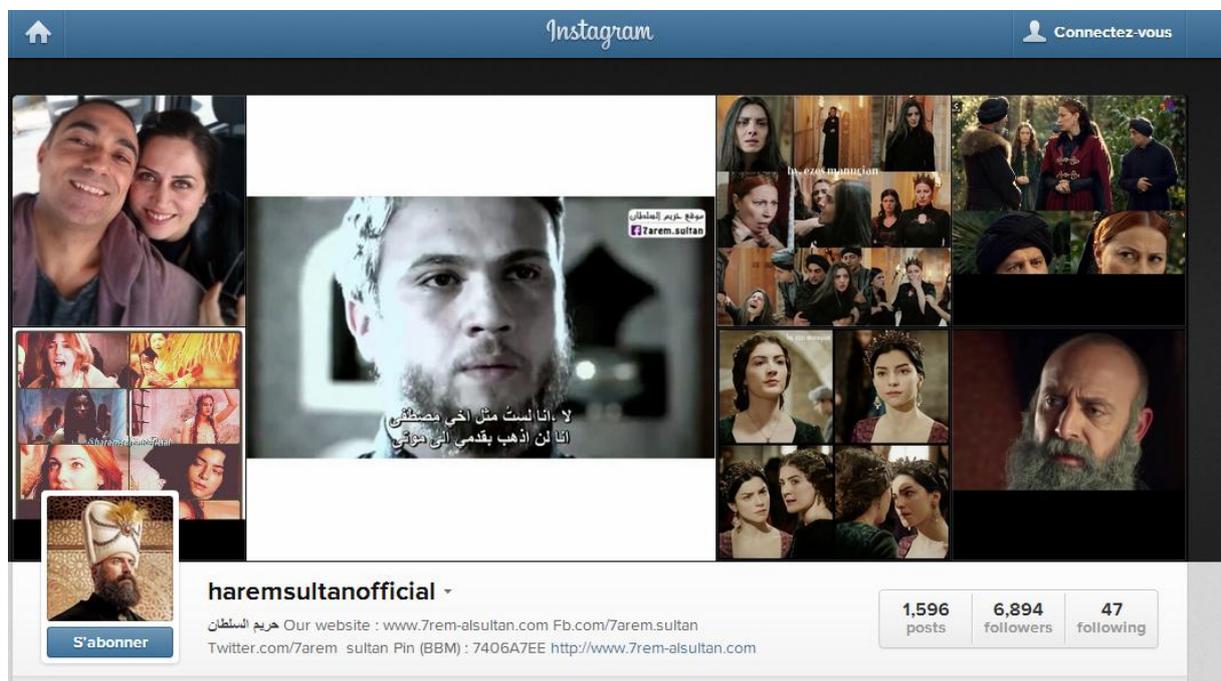
Mais, pour assurer la promotion du contenu de ce site, les responsables ont recours aux différents réseaux sociaux : Facebook, YouTube, Dailymotion, Instagram, twitter...etc.

Réseau social	Nombre des fans ou des abonnés
Facebook	
Twitter	12 938
Facebook	282
Dailymotion	317
Instagram	6 894
YouTube	13 008

Nombre de fans pour chaque réseau social en mars 2014

 إشترك خلاصات الموقع	 12,938 متابعون	 281,725 متابعون
 13,008 متابعون	 1 متابعون	 0 متابعون

Les réseaux sociaux liés au site



The screenshot shows the Instagram profile for 'haremsultanofficial'. The profile picture is a portrait of a man with a beard and a white turban. The bio includes the name 'haremsultanofficial', a link to the website 'www.7rem-alsultan.com', and social media links for Facebook, Twitter, and BBM. The statistics show 1,596 posts, 6,894 followers, and 47 following. The main post is a video with Arabic subtitles: 'لا، أنا لست مثل أخي مصطفى... أنا لن أذهب بقدمي إلى تونس'. The grid of posts features various scenes from the TV series 'Harim al-Sultan'.

Harim Soltan sur Instagram – Mars 2014



Harim Soltan sur Facebook– Mars 2014



Harim Soltan sur Dailymotion - – Mars 2014

Dés que l'épisode en langue turque est diffusé sur les chaînes turques, l'équipe du site veille à assurer la traduction de l'épisode en arabe et à le lancer sur la toile, à travers les réseaux sociaux.

Bien que la première diffusion se faisait, au cours des trois premières saisons sur la web Tv PANET (la première web Tv dans le monde arabe), la diffusion des épisodes de la quatrième saison s'est limitée au site officiel de la série en arabe. Le site contient les liens de la vidéo publiée sur les réseaux sociaux de

type vidéo tel que YouTube et Dailymotion. L'internaute a le choix de choisir la qualité de la vidéo : Haute définition (HD) ou moyenne ou autre.

- **La page Facebook de Harem Soltan, un espace de parole libre :**

Afin de déterminer d'une manière détaillée, la manière avec laquelle l'équipe de la traduction de la série « Harem Soltan », diffusent l'épisode sur les réseaux sociaux et le mode de réception des internautes, nous avons essayé d'analyser le contenu de la page Facebook¹² de la série, pendant une période bien définie.

Et vu que l'épisode de l'exécution du prince Mustapha par le Soltan a attiré le plus grand nombre d'internautes depuis la diffusion de cette série turque (information confirmée par un statut publié sur la page le 13/02/2014), on a décidé d'analyser le contenu de la page Facebook, avant la diffusion de cet épisode, entre autres du 12 février 2014 au 13 février 2014. Et on a été appelé à faire une comparaison avec l'épisode suivant.

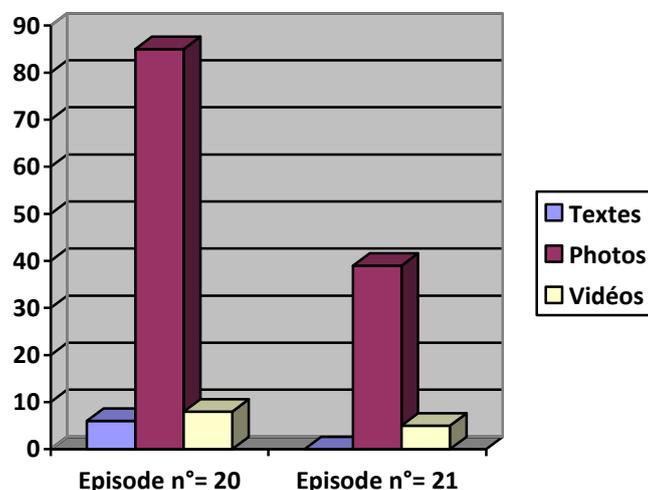
Il s'agit bel et bien de compiler les données résultant de la codification, en inscrivant les données (textes, photos, vidéos, nombre de cliques j'aime, nombre de commentaires et nombre de partages) sous-forme de tableaux et en appliquant les techniques d'analyse statistique, permettant de décrire ces données.

Il est à signaler aussi, que la page est gérée par trois administrateurs. Leurs noms sont ouverts au public connecté.

Episode	Episode n°= 20	Episode n°= 21
Textes	6	0
Photos	85	39
Vidéos	8	5
Nombre de cliques j'aime	22027	1230035

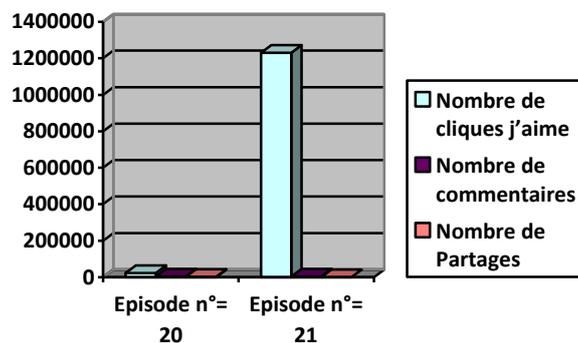
¹² La page Facebook : <https://www.facebook.com/7arem.sultan>

Nombre de commentaires	3281	3653
Nombre de Partages	1600	153



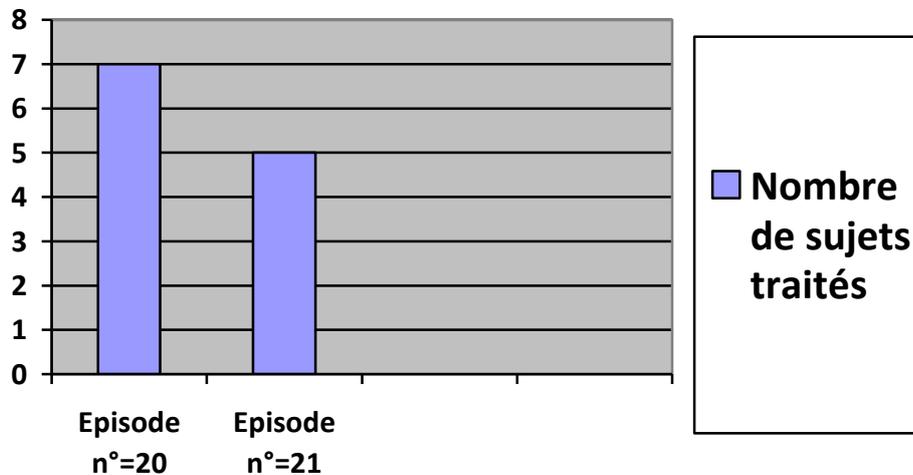
Histogramme n°=1 : Total des éléments publiés avant et après la diffusion de l'épisode

Selon l'histogramme n°=1, il s'avère que les administrateurs de la page accordent beaucoup plus d'importance aux photos. Les statuts (textes) et les vidéos sont moins publiés sur la page.



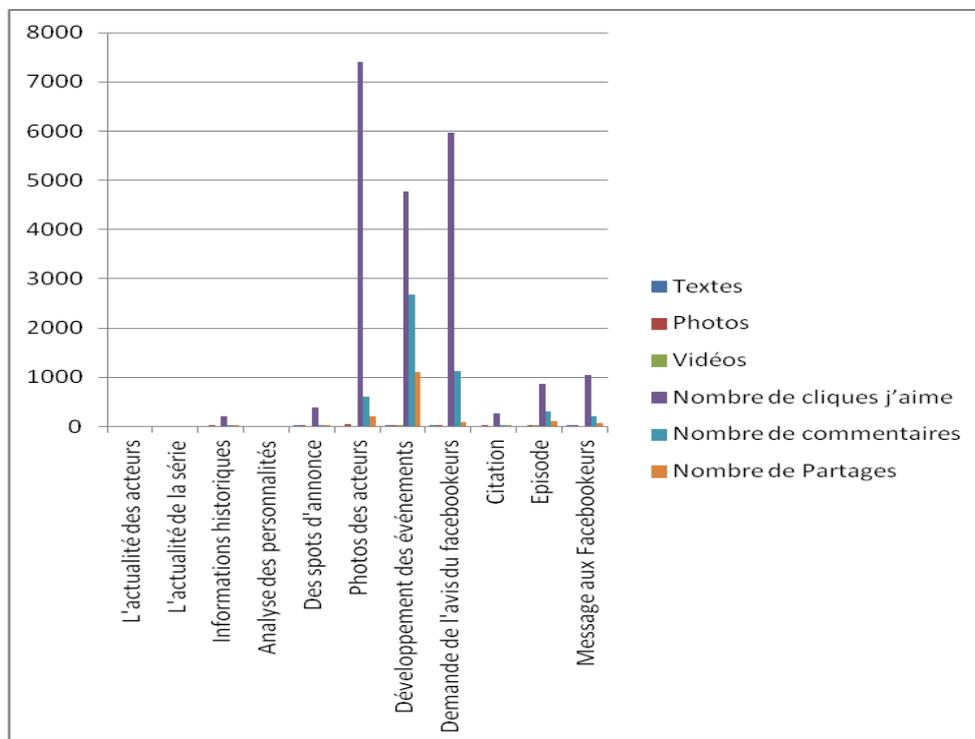
Histogramme n°=2 : Total des réactions avant et après la diffusion de l'épisode

Selon l’histogramme n°=2, il s’avère que les internautes réagissent beaucoup plus à travers les cliques j’aime. C’est rare qu’il partage le contenu.

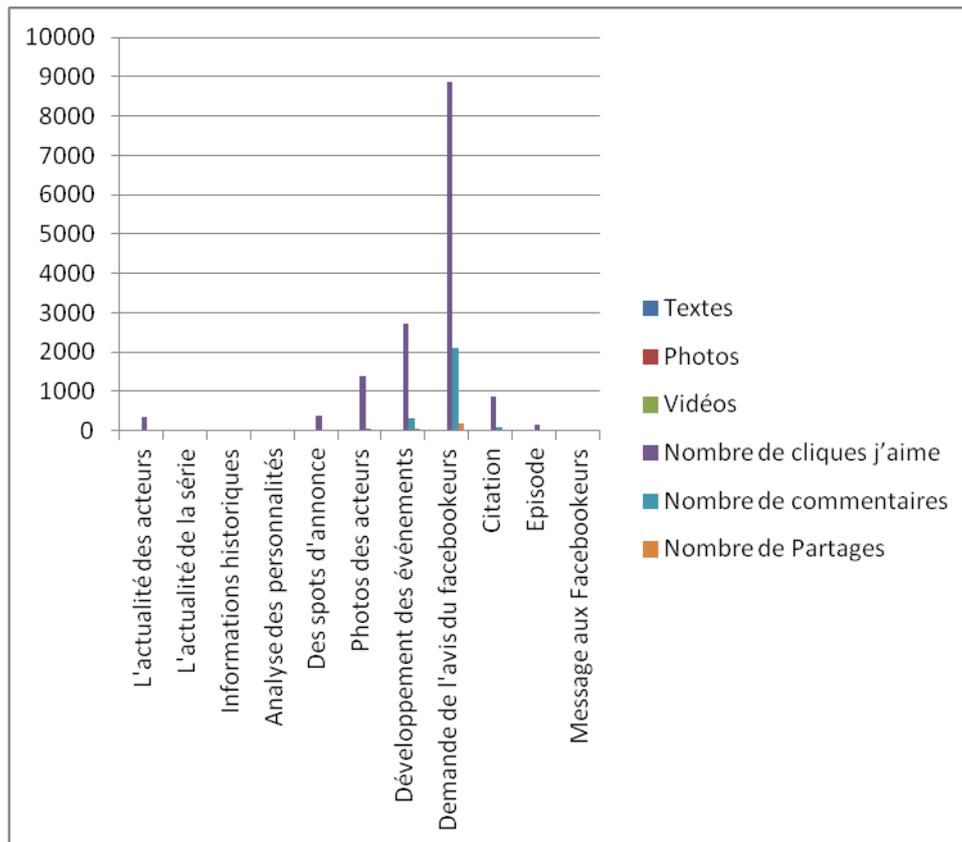


Histogramme n°=3 : Total des éléments publiés selon les sujets traités

Selon l’histogramme n°=3, l’épisode de l’exécution du prince Mustapha était tellement important que le nombre de sujets traités au cours de cet épisode a dépassé le nombre des sujets traités au cours de l’épisode antérieur.



Histogramme n°=4 : Total de variables et de réactions selon les sujets traités au cours de l’épisode n°=20



Histogramme n°= 5: Total de variables et de réactions selon les sujets traités au cours de l'épisode n°=21

Selon, l'histogramme n°=3 et 5, on remarque les administrateurs de la page ne se limitent pas à la publication du lien de la vidéo (l'épisode) mais, ils traitent plusieurs sujets :

- L'actualité des acteurs
- L'actualité de la série
- Des informations historiques
- Analyse des personnalités
- Des spots d'annonce
- Photos des acteurs
- Développement des événements
- Demande de l'avis du Facebookeurs
- Citations
- Message aux Facebookeurs

L'épisode de l'exécution du Prince Mustapha était tellement important, au point que les administrateurs ont publié assez de contenu qui décrit de développement des événements.

Au même temps, les administrateurs de la page demandent aux facebookeurs leurs avis par rapport à un fait bien précis

Il paraît ainsi, que la page Facebook de la série turque Harem Soltan est un espace de parole libre car on ne se limite pas à la publication des différents éléments, mais on demande l'avis de l'internaute. Sur cette page, l'internaute s'exprime librement par rapport à l'actualité des acteurs, au développement des événements et autres.

Le commentaire est parmi les options proposées par Facebook. Or, un commentaire peut être négatif ou positif puisque les opinions des internautes sont différentes.

Il s'agit ainsi, d'un espace hétérogène, là où les internautes réagissent d'une manière différente. Selon une observation participante, on a énuméré les différents types de commentaires : positifs, critiques, questionnement, suggestion...etc. Il y avait ceux qui soutenaient les acteurs qui présentent des personnalités historiques et d'autres les critiquaient. Mais, la majorité des internautes a apprécié la manière avec laquelle les acteurs ont joué leurs rôles, notamment le prince Mustapha.

La page Facebook a enregistré avant et après la diffusion de chaque épisode une interactivité massive. Elle peut être considérée ainsi en tant qu'un espace public, tel il a été décrit par Habermas « un espace où le public est constitué d'individus faisant usage de leur raison, s'approprie la sphère publique contrôlée par l'autorité et la transforme en une sphère où la critique s'exerce contre le pouvoir de l'Etat »¹³.

Pour finir, plusieurs enseignements peuvent être tirés à travers cette étude sur l'usage des réseaux sociaux en tant qu'un outil de diffusion des séries turques.

¹³ *Ibid.*, p.61

A travers notre analyse comparative entre l'épisode n°=20 et l'épisode n°=21, nous avons remarqué l'évolution du nombre des éléments publiés par rapport aux événements. Ce qui explique l'intérêt accordé à l'exécution du Prince Mustapha. La page Facebook de Harem Soltan était très active ce jour là que se soit au niveau des publication ou au niveau de la réaction des internautes.

Nous avons constaté que le nombre des publications sur la page dépendent du développement des événements, ce qui a poussé les internautes à réagir via les différentes options offertes par Facebook.

L'équipe de la traduction de la série Harem Soltan a profité du réseau social Facebook pour, d'une part, exprimer ses idées et d'autre part, pour permettre à l'internaute de réagir. Il ne s'agit plus de diffuser l'épisode traduit mais, de céder la parole aux téléspectateurs, pour éventuellement critiquer cette information. C'est une forme de passage d'un récepteur passif à un récepteur actif, un modèle appliqué grâce à la convergence médiatique qui favorise le feedback.

Donc, les internautes ont pu concrétiser les valeurs de la démocratie participative à travers ces pages Facebook. Le monde virtuel représente ainsi, un terrain favorable pour la pratique de la parole libre. Il ne s'agit plus de regarder mais aussi de réagir.

Comment gérer les réseaux sociaux pour assurer une bonne diffusion de la série turque ?

Après avoir analysé le contenu publié sur la page Facebook de « Harim Soltan » et les différents liens des réseaux sociaux auxquels l'équipe de la diffusion de cette série turque ont recouru, nous avons décidé d'adresser une liste de questions sous-forme d'un entretien directif à cette équipe afin de vérifier les informations collectées à travers l'« observation participante » ou l'analyse de contenu de la page Facebook. La mission était un peu délicate, vu les contraintes géographiques et temporaires. Toutefois, nous avons réussi, en fin du compte, à avoir les réponses nécessaires. Notre entretien portait sur la manière avec laquelle les membres de l'équipe de la diffusion de la série « Harim Soltan » dans le monde arabe gère les réseaux sociaux pour diffuser cette série.

L'équipe confirme que l'idée de la construction du site (version arabe) en 2011, est née suite à l'appréciation des différents membres du perfectionnisme de la série « Harim Soltan », sur tous les plans : histoire, acteurs, décor, De même, suite à la notoriété de cette série qui a été appréciée par le public arabe, l'équipe a décidé de lancer le site pour mettre à la disposition de ce public les différents épisodes en bonne qualité et une couverture détaillée de chaque épisode (actualité des acteurs, critiques...etc.). Mais aussi, pour se plonger dans cette période historique importante et faire la comparaison entre les différentes histoires relatées dans les livres des historiens. L'objectif est de mettre le public au courant des détails de cette période historique pour mieux visionner la série, sachant qu'au début, le site était sous-forme de blog jusqu'à ce que la plateforme actuelle ait été créée.

Il s'est avéré que l'équipe s'est limitée pendant les deux premières saisons à diffuser les épisodes traduits par la société Times compagny qui appartient à Dubai Media. Les épisodes des deux premières saisons se diffusaient sur l'écran télévisé classique. Puis, l'équipe le diffuse sur Internet, à travers le site ou les réseaux sociaux. A partir de la troisième saison de « Harim Soltan », le système de diffusion a changé. Afin de gagner du temps, l'équipe a décidé de traduire la série sous-forme de sous-titrage, vu que la procédure de l'achat de la série en langue turque par les chaînes arabes et la traduction en langue arabe (dialecte syrien) nécessitait beaucoup de temps afin de diffuser l'épisode traduit sur l'écran classique.

L'idée a été appréciée par le public dans le monde arabe qui se trouvait branché sur réseaux sociaux. Au lieu d'attendre quelques mois pour regarder la série traduite sur l'écran de quelques chaînes arabes, l'équipe de la diffusion de la série sur Internet ne prenait que quelques jours pour la lancer sous-titrée sur les réseaux sociaux. C'était une réponse aux demandes des passionnés de la série qui voulaient suivre les événements après avoir visionné les deux premières saisons. Bien que les chaînes arabes aient poursuivi les procédures d'achat et de traduction, l'équipe confirme que l'internaute préfère suivre la série sous-titrée, car la voix réelle de l'acteur transmet ses émotions par rapport au développement des événements.

Les épisodes sous-titrés (format vidéo) sont diffusés sur le réseau social russe VK, sur Google archive et sur Dailymotion. Ils sont ensuite diffusés sur Twitter et Facebook. Ce dernier considéré comme le réseau social le plus important pour

assurer une bonne diffusion. Instgaram est utilisé pour la publication des photos commentées par un texte. L'objectif est de diffuser l'épisode auprès du maximum d'internautes ce qui permettra de développer les relations professionnelles de l'équipe et de développer la qualité de la traduction de l'épisode.

L'équipe a signalé aussi qu'elle a toujours reçu des messages d'encouragement de la part des internautes pour poursuivre cette mission. Il y a toujours une interaction de la part des internautes avec le contenu publié sur la page Facebook (version arabe) à travers les clics j'aime, les partages ou les commentaires. De leurs cotés, les administrateurs essaient de répondre à tous les messages et à tous les commentaires et discuter avec le public concernant tous les détails de la série.

En ce qui concerne les pages parallèles (celles des acteurs de la série), elles étaient construites après avoir remarqué que certains acteurs ont attiré l'attention du public. Donc ces pages traitent l'actualité de l'acteur.

A propos des caractéristiques du public qui suit la série via les réseaux sociaux, la majorité est âgée entre 13 et 40 ans. Elle est de différentes nationalités. D'ailleurs, l'équipe pense que ce qui attire le public arabe vers la série « Harem Soltan » est : la qualité de l'image, le décor, le perfectionnisme des acteurs et leur élégance, la qualité du scénario et de la réalisation et la culture turque qui ressemble à la culture arabe. Le public s'est trouvé ainsi convaincu par la crédibilité de l'histoire de la série et sa bonne qualité.

L'équipe dont les membres sont de différents pays arabes (Iraq, Liban, Egypte, Emirats, Palestine,..Etc.) gère son travail via la nouvelle technologie (email, skype et Facebook). Chaque semaine, ils partagent entre eux les tâches (traduction, montage, diffusion...etc.). Ils organisent des réunions virtuelles pour négocier les statistiques de l'audience. Selon la réponse de l'équipe, la page Facebook (version arabe) enregistre chaque jour l'ajout de 150 fans, ce qui assure plus de deux milles vues sur le site, chaque mois. Le taux d'audience est plus élevé les lundi, mercredi, jeudi et vendredi.

Bref, les membres de l'équipe de la diffusion de la série « Harem Soltan » sur les réseaux sociaux sont des community managers. Leur tâche consiste à produire, diffuser et gérer le contenu sur la toile. Ces community managers

travaillent tous les jours, mais le taux d'audience augmente pendant certains jours, ce qui touche le rythme de leur travail.

Leur premier rôle consiste à présenter au public connecté aux réseaux sociaux l'épisode traduit en bonne qualité et à le mettre au courant de l'actualité de la série et de ses acteurs. Leur deuxième rôle est la gestion des messages et des commentaires. Donc, il ne s'agit plus de transmettre une information mais aussi de réagir, ce qui crée une interactivité qui se développe chaque fois qu'il y a plus de réactions de la part des internautes. D'ailleurs, ces derniers trouvent un espace pour présenter leur avis à propos de cette fameuse série turque et la partager avec un public homogène.

Selon la réponse de l'équipe, il s'est avéré aussi que la diffusion sur les réseaux sociaux est très efficace puisqu'elle touche un large public dans le monde arabe, notamment sur Facebook. Et derrière ce système de diffusion, il y a un travail bien organisé et structuré.

Conclusion :

Le public arabe a accueilli sur la toile et précisément via les réseaux sociaux à bras ouverts les séries turques, ce qui a appliqué le concept du « village global ». Tellement il est adepte de télévision en général et de feuilletons en particulier, il a trouvé sur les réseaux sociaux un espace public virtuel non seulement pour visionner les épisodes de sa série préférée mais aussi pour commenter et discuter les événements de cette série. Ce ne sont plus les héros glamour, les charmantes héroïnes, les thèmes abordés et le décor de rêve seulement qui attirent le public, mais aussi l'analyse des événements, l'actualité des acteurs et l'échange des idées entre un public hétérogène qui représente le monde arabe. Nous ne parlons plus d'un public passif mais plutôt d'un public actif qui a profité de la proximité, de l'interaction et de la multiplication des canaux.

Il importe néanmoins, de saisir la portée effective de ces alternatives. Ce sont des investissements en ligne, décentralisés, immédiats et réactifs qui participent à l'intéressement de nouveaux publics. Ils semblent, par exemple, pouvoir donner naissance à des formes d'association publique pour échanger des idées. Cette convergence médiatique s'avère importante vu qu'elle nous fait d'une part gagner du temps et d'autre part toucher un large public. Donc les réseaux sociaux ont réussi à bien diffuser les séries turques avant qu'elles ne soient

diffusées sur l'écran classique. Mais, il faut savoir entre temps gérer les réseaux sociaux pour attirer le public virtuel en créant un contenu attirant et en lui offrant cet espace de parole libre. Et d'ailleurs, personne ne peut nier qu'il y a un potentiel au niveau de la mobilisation de Facebook pour diffuser la série turque Harem Soltan. L'internaute trouve à sa disposition plusieurs options (vidéo, image, statut, clic j'aime, partage, commentaire,...), ce qui engendre de nouvelles pratiques.

Il semble, d'après cette étude, qu'il ne suffit plus de diffuser une série sur l'écran classique de la télévision mais il faut penser sérieusement à la lancer sur les réseaux sociaux en tant que nouveaux supports de diffusion et de communication. La télé interactive semble être un support primordial. Les réseaux sociaux s'en chargent de cette mission puisqu'ils représentent une plateforme interactive qui applique les normes du web 2.0.

Références bibliographiques :

Ouvrages :

- BRZEZINSKI (Zbiniew), La révolution technétronique, Paris : Calmann-Lévy, 1971
- CASTELLS (MANUEL), « La société en réseaux », Fayard, 2001, 671 p.
- Christine Balagué, David Fayon, Facebook, Twitter et les autres, Pearson Education France, Paris 2010
- LAMIZET (Bernard), La médiation culturelle, Paris, Editions l'Harmattan, 1999
- LE BOHEC (JACQUES), Dictionnaire du Journalisme et des Médias, Presses Universitaires de rennes, 2010, p.155
- Lipovety (Gilles), Seuoy (Jean), « Réponse à une société désorientée », aodile Jacob, octobre 2008
- NEVEU (Eric), Une société de communication ? Paris : Editions Montchrestien, 2006
- PATRASCU (MARCELA), « Emergence de nouvelles pratiques info-communicationnelles entre rupture et continuité »,

<http://essachess.com/index.php/jcs/article/view/86>, consulté le 07/07/2013

- PROULX, S., L. Poissant, M. Sénécal, éd(s), Communautés virtuelles : penser et agir en réseau, Presses de l'Université Laval, Québec 2006

Articles :

- « L'antenne de l'antenne du futur » dans Les Dossiers de l'audiovisuel n°112 novembre-décembre 2003 : *Un siècle de télévision – Anticipation, utopie, prospective*.
- PAQUIENSEGUY (FRANCOISE), « La formation des usages l'ère des TIC numériques » in Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels, Université Michel Montaigne- Bordeaux3, Gresic, tome 2, 2005, pp 129- à 138

Liens :

La page Facebook de la série : <https://www.facebook.com/7arem.sultan>

http://www.loria.fr/~ichris/Teaching/dea_04_multicastI.pdf, consulté le 15/10/2013

<http://blog.lefigaro.fr/hightech/2008/01/definition-reseau-social.html>

<http://blog.lefigaro.fr/hightech/2008/01/definition-reseau-social.html>, publié le 01/01/2008, consulté le 26 Février 2013

« Les séries turques défendent sur les petits écrans », publié le 07/02/2013, <http://www.youtube.com/watch?v=9GTxMt3dSzo> , consulté le 02/03/2014

« Soliman le magnifique et sa vie », publié le 12/06/2013, <http://www.youtube.com/watch?v=VCyBumnGcO4>, consulté le 02/03/2014