

Du *Loft* et de son hybridation en Tunisie

Riadh Ferjani, Université de Tunis 1 (Tunisie)

En 2002, le paysage télévisuel tunisien semble être traversé par une fracture entre des chaînes hertziennes de moins en moins nombreuses et la multitude des chaînes diffusées par satellite et sans cesse décuplées par le piratage. Ainsi, après la disparition de France 2 en octobre 1999 suivie de celle de Canal Horizons (filiale tunisienne de Canal Plus) en novembre 2001, les détenteurs d'antennes hertziennes peuvent recevoir les deux chaînes étatiques (Tunis 7 et Canal 21) ou la chaîne italienne RAI Uno 1. Mais cette fracture n'est qu'apparente dans la mesure où l'indigence de l'offre télévisuelle nationale fait que les télévisions étrangères (plus précisément les chaînes arabophones et francophones) peuvent rencontrer de larges échos chez les Tunisiens. L'internationalisation de la télévision engendre ainsi depuis une quinzaine d'années une certaine tension entre l'action d'un État soucieux de préserver son contrôle des contenus et les pratiques sociales des différents publics de la télévision.

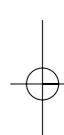
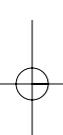
Dans ce contexte, il serait facile de prétendre que le dispositif *Big Brother* n'a pas été adopté par la télévision étatique tunisienne en raison de « blocages » voire de « tabous culturels et/ou politiques ». L'impact de *Loft Story* emprunte des chemins détournés et donc complexes qui échappent à toutes les explications univoques. L'objectif de cette contribution consiste à remonter les différentes pistes de l'hybridation culturelle (García Canclini 2000, p. 72) à travers l'analyse de la réception journalistique de *Loft Story* et de ses deux tentatives d'adaptation télévisée.

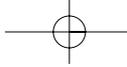
1. Les lectures croisées de *Loft Story*

En l'absence de chiffres fiables sur l'audience tunisienne de *Loft Story*, ce sont donc certains journalistes de la presse écrite qui ont réagi à l'émission de M6. Mais loin du débat de so-

ciété qu'a pu provoquer l'adaptation française de *Big Brother*, les réactions en Tunisie ont été fractales, épisodiques et ont suscité peu d'intérêt dans un climat de dépréciation généralisée du discours médiatique officiel.

De l'analyse d'une vingtaine d'articles² relatifs à *Loft Story* se dégagent trois tendances. La première est celle qui consiste à effacer l'espace et le temps pour créer une proximité sous-entendue avec les lecteurs. Ainsi, dès le 30 avril, plusieurs dépêches de l'AFP ou de l'agence Média France International (MFI) ont été publiées telles quelles dans les quotidiens *La Presse* (titre gouvernemental), *Le Temps* (privé), ou plus rarement dans *Le Renouveau* (organe du RCD, parti au pouvoir), sans réécriture et sans contextualisation pour le lecteur tunisien. D'une manière épisodique, les lecteurs ont été informés que « le CSA rappelle M6 au respect de la dignité humaine » (16 mai), que « certains enseignants [en France] essaient d'utiliser *Loft Story* dans les collèges et les lycées » (23 mai) et que « les condamnations judiciaires pleuvent autour de *Loft Story* » (7 juin). Le temps du 23 mai annoncera à la une que « *Loft Story* écrase le *Bigdil* de T.F.1 ». Si les titres arabophones n'ont consacré que peu d'articles (1/20) au phénomène, ils ont régulièrement publié les photos des différents participants du *Loft* avec une attention particulière pour Loana à partir du mois de juillet (le supplément TV d'*Essabah*, les pages culture de *Ech chourouk*³). Publiées le plus souvent sans légende ou plus rarement accompagnées de la mention « Loana, héroïne de *Loft Story* », ces photos sont une autre manière de faire disparaître l'espace et le temps. Cette tendance atteindra un point culminant lorsqu'une marque de vêtements utilisera l'image de la star du *Loft* pour promouvoir sa collection automne-hiver 2001-2002 avec la simple accroche « Loana by Mabrouk ».





Riadh Ferjani

Du *Loft*
et de son hybridation en Tunisie

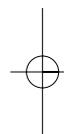
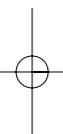
A l'opposé de la proximité sous-entendue, il existe une autre tendance qui fait de *Loft Story* un objet étranger clairement situé dans l'espace et le temps. C'est ainsi que plusieurs articles racontent *Loft Story* comme étant un miroir réfléchissant les maux de la société française de 2001. De cet exotisme inversé on retiendra le penchant de la presse tunisienne à dénoncer de concert le sexe, l'argent et le voyeurisme. « *Loft Story* secoue la France sur fond de sexe et de voyeurisme » titrera *Tunis Hebdo* (14 mai), avant de revenir sur « Loftfric » (28 mai). D'une manière récurrente, *La Presse* et *Le Temps* reviendront sur ces thèmes souvent dans les mêmes termes. Curieusement, peu d'articles ont évoqué le thème du racisme. L'hebdomadaire *Al Bayane*⁴ (28 mai) constate dans un article plutôt élogieux que le public a remarqué « l'éviction successive de Aziz, de père marocain, de Kenza de mère irakienne et du troisième [Stevy ?] de mère arabe ». Comme un contrepoint, la légende de la photo accompagnant cet article souligne que « la célébrité de Aziz a dépassé celle des plus grandes stars du cinéma en France ». Sur ce même thème, *Tunis hebdo* reproduira à la une (4 juin) une dépêche de l'AFP sur la protestation du MRAP auprès de M6 pour des insultes anti-arabes proférées par l'un des « lofteurs ».

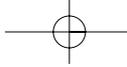
Mais ce processus d'extranéisation de *Loft Story* peut s'inscrire dans un registre plus polémique. Dès le 3 mai, *Le Temps* se demande si « les télévisions françaises ne sont pas en train de sombrer dans la platitude et la vulgarité », avant de dénoncer la manipulation de « journalistes à la dérive ». Dans ce même registre, un chroniqueur du même quotidien (26 mai) estime que « *Loft Story* est une atteinte à la dignité humaine. Mais comme chacun le sait, les droits de l'homme en France sont un produit destiné uniquement à l'exportation ». Dans une tribune libre intitulée « Berlusconi au temps de *Loft Story* et des crimes israéliens contre l'humanité » (*Le Temps* 22 mai), un lecteur non identifié s'interroge sur les finalités de la « campagne orchestrée par *Le Monde* » contre le président du Conseil italien en affirmant que « l'image de l'homme qui gagne, version Berlusconi, n'est pas conforme aux canons de l'ère « Loftstorienne ».

Entre la proximité sous-entendue et l'exotisme inversé, on

retrouve une troisième tendance qui fait du *Loft* un miroir de soi. Ainsi, plusieurs articles ont relevé le « succès » de *Loft Story* dans des formulations qui hésitent entre le constat complaisant « un programme original qui envoûte les jeunes en Tunisie » (*Al Bayane* du 28 mai) ou autocensuré « dans un pays du sud de la Méditerranée (*sic*), un magasin d'appareils électroniques ne désemplit pas depuis que son propriétaire a branché ses postes de télé sur la chaîne diffusant cette émission » (*La Presse* du 25 mai). Parfois, le ton est celui de la confiance ou de l'aveu : « Beaucoup parmi les lecteurs m'envoient des mails et des lettres pour me parler de *Loft Story* » (*Le Temps* du 12 juin) ; « On fait comme tout le monde : on regarde le «Loft» » (*La Presse* du 13 juin).

Mais au-delà de ces premiers constats, la réception journalistique du *Loft* se fait aussi sur des modes identitaires (cf. Ferjani, R. 1995, et Malchiodi, M. 2002). Les références à la culture arabo-musulmane peuvent être suggérées au détour d'une phrase sibylline « On frémit en pensant ce qu'on pourrait faire de ce genre d'émissions » (*La Presse* du 25 mai). Elles peuvent être aussi clairement énoncées quand un chroniqueur du *Temps* (3 mai) s'interroge sur la possibilité d'adapter l'émission de M 6 en Tunisie : « Quelle jeune fille osera « draguer » un mec tout en sachant ses parents devant le petit écran ? [...] On sait tout ce dont on est capable pour posséder une maison ». Comme cette hypothèse lui paraît insoutenable, le journaliste se rétracte et se rassure en affirmant que « nous sommes heureusement trop pudiques pour être loftés ». Quelques semaines plus tard, le ton se fait plus méprisant : « Maintenant que je constate l'ampleur du phénomène chez nous, j'espère que notre télé ne fera pas, même dans un futur lointain, ce genre de bêtises » (*Le Temps* du 26 mai). Entre-temps, le même journal fait entendre un autre son de cloche. L'auteur de l'article sur « les dérives des journalistes français » (cf. supra.) lance l'idée d'une série télévisée « *Elloft*⁵ *Stories* », ayant pour thèmes l'école de demain, les guichets désertés, la circulation routière ou encore les problèmes de civisme car, « dès qu'il s'agit de voir là où le bât blesse, on s'empresse d'entourer la réalité de compresses stériles et de pansements adhésifs pour se donner l'illusion d'être en mesure de tout





soigner ». Pour traiter ces questions, l'auteur recommande le direct, mais aussi *Elloft* pour ne pas « brusquer les responsables et [ne pas] déranger ceux qui dorment d'un sommeil profond » (*Le Temps* du 9 mai).

Ces productions journalistiques ont été certes publiées dans un contexte marqué par une grande restriction de la liberté d'expression. Elles n'en constituent pas moins des indicateurs sur les interrogations d'une société confrontée quotidiennement aux flux télévisuels internationaux.

2. Parodies, emprunts et contextualisation

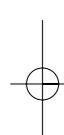
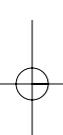
Comment faire du *Loft* sans éveiller le soupçon des multiples instances de contrôle et sans heurter de front la morale dominante ? Telle semble être la question que se posent tous les professionnels de l'audiovisuel, intéressés par la real tv. Entre juin et novembre 2001, les chaînes tunisiennes donneront deux réponses à cette question. *Elloft Story* diffusée sur Canal Horizons et *Tariq Ennoujoum* (La voie des Stars) diffusée sur Canal 7.

2.1. Le détour par la fiction

Elloft Story est une série de cinq sketches de 10 minutes, diffusés entre le 30 mai et le 27 juin 2001 dans le cadre de l'émission *Shams Alik* (Attention au soleil) produite par Canal Horizons Tunisie. Diffusé en clair le mercredi entre 19h10 et 19h40⁶, le magazine branché de la chaîne se présente comme une suite de modules alternant les reportages et les fictions sur des sujets de société animés par un groupe de jeunes comédiens, reflet et porte-parole d'une jeunesse urbaine, libérale et instruite. Dès son lancement en octobre 1999, *Shams Alik* a choisi comme ligne éditoriale l'inscription des Tunisiens dans le monde : commentaire d'un vendeur de tortues sur les rassemblements de Harley Davidson, fictions sur l'émigration clandestine vers l'Italie, reportage sur la stratégie commerciale d'un fast-food local pour la Saint Valentin, ou encore des familles partagées entre les gâteaux de l'Aïd et le sapin de Noël... *Loft Story* fut donc une occasion en or pour l'équipe de *Shams Alik*.

Elloft Story raconte l'histoire de trois filles et trois garçons se désignant comme des « lotfeurs » réunis pendant cinq se-

maines dans une villa de la banlieue nord de Tunis. *A priori*, tout ressemble au *Loft* : les valises des participants, la célèbre piscine, le confessionnal, les demandes du propriétaire ainsi que les psychodrames des départs. Mais très vite, ces signes de ralliement se révèlent comme de simples balises à un récit qui jette une lumière crue sur une certaine jeunesse tunisienne d'aujourd'hui. En effet, les participants sont loin de viser la représentativité sociologique. Leurs profils ont été glanés dans des socio-types contrastés pour créer un mélange détonnant entre le voyou macho et le jeune doublement marginalisé (noir et efféminé), le sportif enfermé dans l'univers des arts martiaux et la fille renfermée sur elle-même, ou entre la délurée et l'étudiante studieuse. Ces histoires d'enfermement narcissique soulignent un désintérêt général pour la vie communautaire et la montée en puissance des stratégies de débrouillardise individuelle : rien ne semble intéresser la délurée autant que se teindre les cheveux ; le sportif, toujours en exhibition, passe beaucoup de temps devant un miroir et le voyou n'hésitera pas à voler dans les affaires de ses concurrents. L'horizon d'attente des personnages semble ainsi limité aux grilles de la villa-prison. Mais, contrairement à *Loft Story* où le huis clos engendre des tensions et un rapport de force diffus entre les participants, le scénario de *Elloft Story* permet d'aller plus loin dans la mise en scène de la violence et des rapports de domination. Après l'échec de ses liaisons avec le sportif et le voyou, la délurée trouve le moyen de prendre le commandement du groupe en exerçant son talent de danseuse. À la demande du propriétaire, elle organise un concours où elle se révélera plutôt sergent instructeur que professeur de danse. Mais comme on peut l'imaginer, c'est le voyou qui règne en maître sur la villa. Allongé au bord de la piscine avec le noir efféminé comme préposé au narguilé, il raille les uns, méprise les autres, quand il ne les terrorise pas tous. Cependant, la liberté en matière de fiction n'est pas sans limite. Même si beaucoup de cinéastes tunisiens se sont autorisés à filmer la nudité corporelle, l'auteur de *Elloft Story* est resté au seuil de l'intimité de ses personnages. L'espace lui-même est marqué par cette limite : absence de salle de bain⁷ et stricte séparation entre la chambre des filles et celle des garçons.



2.2. De l'in vraisemblance

Ceux qui pensaient que la télévision étatique devait rester à la marge de la *real tv* ont dû se rendre à l'évidence avec la programmation de *Tariq Ennoujoum* pendant le mois de ramadan 2001⁸ (du 15 novembre au 13 décembre). Produite par Ulysson, société privée et animée par Raouf Kouka, ex salarié de la télévision étatique, *Tariq Ennoujoum* est une série de 30 épisodes de 20 minutes qui propose au public de Tunis 7 l'élection d'un(e) chanteur(se) parmi une quinzaine de candidats. Diffusée entre 18h30 et 18h50, elle figurait en bonne place parmi les productions nationales susceptibles de reléguer l'éternel feuilleton égyptien au second plan. Mais la proximité que les concepteurs de l'émission voulaient instituer avec le public était truffée d'in vraisemblances qui l'éloignaient et la rapprochaient à la fois des modèles dont elle s'inspire : *Loft Story* et la version américaine de *Star Academy*.

En effet, à l'instar des télévisions internationales, les chaînes étatiques tunisiennes diffusent de plus en plus d'émissions qui font appel au public comme élément du décor, participant aux jeux ou interpellé dans la rue. Ce désir de proximité est encore plus visible dans *Tariq Ennoujoum*. En effet, c'est l'une des rares émissions dont le principe repose sur le vote du public par téléphone. Mais dans un pays où l'expression publique des opinions est toujours problématique, ce vote a été cerné en amont par des modalités de réponse biaisées et en aval par l'absence d'informations sur le nombre réel de votants. Ainsi, les téléspectateurs n'avaient qu'à choisir entre « très bien », « bien » et « passable » pour juger les performances des candidats. Le résultat des votes était à l'image des questions posées : la candidate la mieux placée avait totalisé un taux d'opinions très favorables, supérieur à 90 % alors que le dernier récoltait autour de 70 % de la même mention. Ce qui a été donné à voir comme étant une adhésion plutôt unanime n'est pas sans rapport avec les représentations massifiantes des publics, très fréquentes chez les professionnels de la télévision (cf. Ferjani, R., 2002). Par ailleurs, dans *Tariq Ennoujoum*, l'illusion de la ressemblance entre les candidats et les téléspectateurs est renforcée par la dissimulation de toute al-

lusion aux critères du casting, comme si les aptitudes musicales des candidats étaient un « don divin »⁹ et que le rôle de l'équipe de l'émission était de les former sur le tas, comme en témoigne la récurrence des scènes de répétition. Or, le quotidien *Essabah* (28 novembre 2001), révélera que tous les candidats ont été choisis dans les listings du Festival des musiciens amateurs de Menzel Témime (100 km au sud-est de Tunis) qui a vu naître plusieurs vedettes de la variété. Cette illusion de la ressemblance est loin d'être une invention de *Tariq Ennoujoum*. Elle constitue l'un des ressorts de la *real tv* qui met en scène des personnes/personnages qui ne sont ni tout à fait inconnus, ni médiatiques, mais dans tous les cas familiarisés avec le monde du spectacle.

La dernière des in vraisemblances du récit concerne le rapport entre les différents espaces de la série. A première vue, il existe comme dans *Loft Story* et *Star Academy* trois espaces : celui du présentateur, celui du plateau de télévision et comme espace central celui qui donne à voir la vie des participants au quotidien. La mise en scène du plateau clôturant chaque épisode de *Tariq Ennoujoum* offre peu de nouveauté sur le plan formel. La succession de plans statiques montrant le chanteur et/ou l'orchestre relève d'une esthétique devenue obsolète avec l'apparition du clip. En revanche, dès les premiers instants de chaque épisode, le téléspectateur est placé dans un effet de vérité puisque le décor derrière le présentateur est celui d'une régie avec ses multiples écrans, ses tables de montage et ses techniciens au travail. Ce décor semble être la réponse des producteurs de l'émission aux critiques qui ont souvent reproché à la télévision tunisienne son manque de professionnalisme. La suggestion d'un univers d'hommes de terrain travaillant en direct et dans la transparence est soulignée par les reportages sur les candidats. Enregistré en voix *off*, chaque épisode montre le candidat du jour en train de faire ses courses dans un supermarché, se baladant sur la plage ou plus rarement faisant la sieste dans une chambre d'hôtel. Malgré leurs faiblesses narratives, ces incursions dans la vie des candidats ont pour passages obligés, les séances de répétition et pour les filles, des séances de transformation de l'apparence physique.

Du *Loft*
et de son hybridation en Tunisie

Riadh Ferjani

Comme dans *Loft Story* et plus encore dans *Star Academy*, *Tariq Ennoujoum* a pour ambition de fabriquer des vedettes qui nous ressemblent. Mais le contexte dans lequel elle a été conçue, produite et diffusée fait que les emprunts qu'elle fait aux autres dispositifs de la *real tv* basculent dans la fabrication de la normativité sociale.

Bibliographie

GARCIA CANCLINI, N. 2000, « Cultures hybrides et stratégies communicationnelles », in *Hermès* n°28, pp. 71-81.

FERJANI, R. 1995, *L'Etat et l'internationalisation de la télévision en Tunisie*, Thèse de doctorat, Paris, Université Panthéon-Assas Paris II, p. 455.

FERJANI, R. 2002, « Les publics de la télévision en tant que construction sociale et politique », in SFISC, *Les recherches en information et communication et leurs perspectives*, Actes du 13^{ème} Congrès, Marseille, pp. 243-250.

MALCHIODI, M. 2002, « L'exposition à la télévision italienne en Tunisie : un nouveau regard sur l'autre et sur soi », in BRAS, J-P. et CHOUIKHA, L. (dir.), *Médias et technologies de communication au Maghreb et en Méditerranée*, Tunis, IRMC, pp. 145-158.

Notes

- ¹ Après avoir joué un rôle historique dans la démonopolisation de la programmation télévisuelle, RAI Uno est aujourd'hui confinée dans des taux d'audience confidentiels.
- ² Ce corpus est le résultat d'une recherche systématique dans les six quotidiens et une quinzaine d'hebdomadaires nationaux pendant la période allant du 26 avril au 31 juillet 2001.
- ³ *Essabah* journal tunisien du groupe Essabah ; *Ech Chourouk*, tabloïd tirant à 80.000 exemplaires, classé au premier rang des quotidiens tunisiens. [*Essabah* est également le titre d'un journal marocain et *Ech Chourouk* un quotidien algérien en langue arabe (*ndlr*)].
- ⁴ L'hebdomadaire tunisien *El Bayane* est le premier journal tunisien à avoir adopté à la fin des années 70 la formule des tabloïds britanniques. [*Al Bayane* est également un quotidien marocain édité à Casablanca (*ndlr*)].
- ⁵ En arabe tunisien, *elloft* est une interjection exprimant l'étonnement. Il s'agit à l'origine de l'abréviation d'une supplique demandant à Dieu sa clémence. Selon les contextes, elle peut être traduite par « Dieu nous en préserve ».
- ⁶ *Shams Alik* est la seule production de Canal Horizons Tunisie à avoir bénéficié d'une rediffusion régulière le dimanche à partir de 13 heures et d'un *best off* durant les trois mois d'été.
- ⁷ La salle de bain est un élément central du dispositif scénique de l'émission de M6.
- ⁸ Au cours de ce mois, la temporalité sociale se trouve polarisée autour de la rupture du jeûne au moment du coucher du soleil. Pour les chaînes de télévision, tout l'*access prime time* devient une tranche à forts taux d'audience. Les annonceurs ne s'y trompent d'ailleurs pas puisque l'Etablissement de la Radio Télévision Tunisienne réalise au cours de ce mois une moyenne de 25 % de ses recettes publicitaires annuelles.
- ⁹ Cette expression a été utilisée à plusieurs reprises lors de la présentation des candidats.