

PETITS ÉCRANS ET GRANDES CHAIRES :
SOCIÉTÉS DU SPECTACLE
ET CULTURES URBAINES

Big Brother, l’Afrique te regarde

Sean Jacobs

Nigerian Video: the Infrastructure of Piracy

Brian Larkin

Les « humanités » contribuent-elles à l’humanisation ?

Femi Osofisan

Mots choisis. **Chansons haoussa**

SEAN JACOBS*

BIG BROTHER, L'AFRIQUE TE REGARDE

LES RÉACTIONS À L'ÉMISSION DE TÉLÉ-RÉALITÉ "BIG BROTHER AFRICA", PRODUITE PAR M-NET ET MULTICHOICE AFRICA, ET RETRANSMISE DANS 46 PAYS RECUEILLANT UN PUBLIC DE 30 MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS, ONT ÉTÉ DU PLAISIR LE PLUS GRAND À L'OPPROBRE LA PLUS RADICALE. CETTE SÉRIE POSAIT LA QUESTION DES RELATIONS ENTRE L'AFRIQUE ET LE MONDE, MAIS AUSSI SON INTERACTION AVEC LA GLOBALISATION, OBLIGEANT À UNE ANALYSE PLUS ORIGINALE.

Le dimanche 7 septembre 2003, la Zambienne Cherise Makubale a été consacrée vainqueur du *reality show* télévisé *Big Brother Africa*. Le dernier épisode de la série, diffusée quotidiennement pendant plus de trois mois à travers l'Afrique par canaux satellite et terrestre, a été retransmis depuis Johannesburg à un public estimé à 30 millions de téléspectateurs, dans 46 pays du continent. En direct, ce public a pu voir Makubale, gestionnaire dans une entreprise de Kitwe, ville du nord de la Zambie, battre les cinq autres candidats et remporter le premier prix, qui s'élevait à 100 000 dollars. Le lendemain, elle a été reçue par l'ancien président sud-africain Nelson Mandela dans sa résidence officielle. Devant un parterre de journalistes, Mandela l'a qualifiée d'« exemple pour la jeunesse africaine [...]. Je félicite [...] ceux qui [comme elle] apportent une contribution à l'Afrique¹ ». Peu après, Makubale s'est envolée

* Je remercie Farzanah Badsha, Jessica Blatt, Brett Davidson, Jonathan Faull, Elva Gomez de Sibandze, Irvin Kinnes, Gail Smith, Keyan Tomaselli et Herman Wasserman pour leurs commentaires et conseils. 1. *Mail & Guardian Online*, 9 septembre 2003, <<http://www.mg.co.za>>. Voir aussi « The lady who charmed Africa », *Saturday Nation* [Zambie], 13 septembre 2003.

pour Lusaka, la capitale zambienne, où elle a été accueillie par le président Levy Mwanawasa en personne. Plusieurs membres du gouvernement et 40 000 personnes en liesse postées tout le long de la route venant de l'aéroport national se sont associés au chef de l'État pour lui souhaiter la bienvenue. Avec un enthousiasme peu habituel, le gouvernement zambien l'a fêtée et élevée au rang de citoyenne modèle. En direct, Mwanawasa l'a accueillie chez lui et, sur-le-champ, a annoncé qu'il la nommait « ambassadeur de bonne volonté » ; elle représenterait désormais la Zambie et bénéficierait des privilèges diplomatiques.

Les observateurs attentifs de la scène politique zambienne ne purent s'empêcher de le souligner : avant que la télévision ne l'emporte sur la réalité, Mwanawasa était confronté sur différents fronts à une sérieuse opposition. « Au sein même de son *Movement for Multi-Party Democracy (MMD)* », rapportait *Africa Confidential*, « [Mwanawasa] est aux prises avec des opposants qui sont restés fidèles à son prédécesseur Frederick Chiluba. Il doit aussi affronter des grèves, des mécontentements et une insatisfaction généralisée, sans oublier la désapprobation des bailleurs de fonds, dont son gouvernement dépend pour fonctionner² ». En l'occurrence, les résultats de *Big Brother Africa* pouvaient apparaître comme un moyen opportun d'occulter un certain nombre de problèmes relatifs à sa gestion du politique.

Rien de bien surprenant ici. Tout au long des années 1990, en effet, la classe politique zambienne avait fait un usage fort efficace de la déferlante télévangéliste à la radio et à la télévision pour détourner l'attention du public de l'incapacité du gouvernement à gérer toute une série de crises politiques et économiques (entre autres, la corruption et le chômage). Le message des télévangélistes véhiculait une politique de responsabilité individuelle et de soumission spirituelle. On retrouve, en filigrane, une focalisation comparable sur l'individu et la soumission (ici, à la nation et au prêt-à-porter idéologique du nationalisme) dans l'épisode Makubale. Dans les deux cas, quoique de manière nettement moins subtile pour ce qui est de l'affaire *Big Brother*, *l'establishment* zambien a recruté des célébrités « fabriquées » par la télévision pour conforter son hégémonie³.

Le phénomène *Big Brother Africa* est intéressant à analyser, et ce à plus d'un titre ; la série a eu un impact et des conséquences profondes dans tout le continent, et pas seulement dans les pays où elle fut retransmise. Comme nous le montrerons ici, ces effets ont été imprévisibles et parfois contradictoires. Ils éclairent un ensemble de problèmes complexes trop souvent négligés dans les discussions sur les phénomènes culturels en Afrique au sud du Sahara, notamment la perception de soi et des autres, les questions de race et de classe, ou encore les relations économiques entre pays. Dans le même temps, ils compliquent passablement les analyses dominantes de la télé-réalité,

dont la plupart nous viennent des États-Unis et d'Europe occidentale. Enfin, et cela est essentiel, ils mettent en lumière des débats intra-africains sur les processus de globalisation.

« BIG BROTHER AFRICA », UN PHÉNOMÈNE MÉDIATIQUE

Big Brother Africa était la troisième série de son genre produite par M-Net, une société sud-africaine de télévision commercialisée dans le reste du continent sous le nom de MultiChoice Africa. Les deux premières séries ne mettaient en présence que des candidats sud-africains et ont connu un très large succès auprès des téléspectateurs et des annonceurs de la « Nation arc-en-ciel ». En janvier 2003, M-Net a déclaré qu'elle allait héberger une série « continentale⁴ ». Après auditions, douze candidats ont été retenus, représentant le Ghana, le Kenya, l'Ouganda, la Tanzanie, le Malawi, la Zambie, l'Angola, la Namibie, le Botswana, le Zimbabwe, le Nigeria et l'Afrique du Sud. Onze candidats venaient de pays où l'anglais est la langue d'usage parmi les élites ; quant au douzième – l'Angolais –, il était lusophone. La présence écrasante de l'Afrique australe reflète le statut régional de M-Net, numéro un du marché des décodeurs et des services télévisés par satellite. De même, des considérations commerciales ont imposé l'inclusion du Ghana et du Nigeria, tout comme le choix de l'Angola, client de M-Net dont la croissance est la plus rapide en dehors de l'Afrique du Sud⁵.

2. « Watching *Big Brother* », *Africa Confidential*, vol. 44, n° 9, 1^{er} septembre 2003, p. 4-6, <<http://www.blackwell-synergy.com/doi/abs/10.1111/1467-6338.00169>>.

3. L'ancien président zambien, Kenneth Kaunda, s'est joint lui aussi au « délire » entourant l'affaire Makubale. Lors d'une réunion privée (mais en présence des médias), Kaunda lui a conseillé « de ne pas se laisser ramollir l'esprit par quelques individus qui critiquent la télé-réalité », critiques qu'il a comparées à celles rencontrées par les mouvements nationalistes et indépendantistes : « Certains d'entre nous qui avons été témoins de l'indépendance et de la croissance de la Zambie pouvons vous dire que nous avons été exposés à des tentations, mais que nous sommes restés inébranlables. » Voir « Now KK joins BBA winner Cherise frenzy », *Times of Zambia*, 12 septembre 2003, <<http://www.zamnet.zm/newsys/news/viewnews.cgi?category=3&id=1063351583>>.

4. On a beaucoup évoqué la nature continentale du *show*. En Afrique, il s'agissait d'une première, ailleurs non. Plusieurs programmes *Big Brother* régionaux (pluriétatiques ou continentaux) avaient été produits auparavant, notamment pour le Moyen-Orient et la Scandinavie. Une version régionale pour l'Amérique centrale est prévue fin 2005.

5. Voir « Is it the end of the rainbow ? », *Mail & Guardian*, 6 septembre 2004.

Le 26 mai 2003, les candidats se sont installés dans un pavillon spécialement conçu dans une banlieue huppée de Johannesburg. Les producteurs avaient baptisé l'endroit *Maison de l'Afrique*. Gaffe monumentale ou référence délibérée aux goûts des élites, l'habitation était meublée d'« un ensemble d'objets de style colonial », souvent fabriqués en Chine, et manifestant des « influences italienne, marocaine et zanzibarite ⁶ ». D'après le site web de la série, on avait voulu créer un espace « traduisant l'esprit d'ensemble de l'Afrique sans introduire le moindre biais en faveur d'un pays particulier ⁷ ».

La maison était équipée de 27 caméras et de 56 microphones (dissimulés derrière des miroirs ou scellés dans les murs) fonctionnant en permanence pour saisir chaque instant des activités des résidents. L'enregistrement était diffusé non-stop sur un canal satellite créé à cet effet par MultiChoice Africa. Il était aussi transmis sur Internet. Un programme quotidien de trente minutes, qui reprenait les moments les plus intenses de la journée, et, le dimanche soir, un programme d'« élimination » d'une heure étaient diffusés sur les canaux habituels de M-Net dans 47 pays. Ils pouvaient aussi être visionnés gratuitement en décodé grâce à un accord passé avec les émetteurs terrestres d'un certain nombre de pays africains.

Durant toute la durée de l'émission (106 jours à partir de fin mai 2003), les candidats sont restés isolés du reste du monde. Ils ne pouvaient ni quitter leur habitation, ni utiliser le téléphone ou quelque autre moyen de communication, ni écouter la radio ou regarder la télévision. Chacun était tenu d'accomplir des « tâches » particulières définies par les producteurs. La façon dont celles-ci étaient assumées devait révéler le degré de « créativité et d'originalité » de chaque candidat et permettre de déterminer sa popularité tant auprès du public que de ses partenaires au sein de la maison. Chaque semaine, le vote des téléspectateurs éliminait le candidat le moins apprécié. Le dernier restant repartirait avec le pactole de 100 000 dollars. Comme dans des émissions similaires diffusées ailleurs (*Big Brother* dans ses versions étasunienne et britannique ; *Loft Story* en France), les candidats passaient ici la plupart de leur temps à faire des choses plutôt ordinaires : manger, discuter, s'amuser en rajoutant pour les caméras dans un jacuzzi dont l'emplacement en faisait un point de mire ⁸.

Le spectacle répondait aux caractéristiques de la télé-réalité, genre télévisuel qui a été largement analysé et critiqué aussi bien dans la littérature académique que dans les médias populaires ⁹. En choisissant soigneusement les angles de prise de vues et les séquences, les producteurs intervenaient donc sur ce que les téléspectateurs devaient voir, démentant ainsi le caractère spontané de la « réalité » mis en avant dans le discours racoleur de la série. Sur place, les activités étaient définies dans des scénarios établis quotidiennement et

hebdomadairement, les candidats devant incarner des caractères stéréotypés classiques. Ce que percevait le public était donc prédéterminé par les plans et les intrigues imposés d'en haut. De même, l'influence exercée en permanence par les producteurs sur certains types très particuliers de « créativité » et d'« originalité », et sur ce qu'ils appelaient « une volonté de jouer le jeu », décidait de qui allait rester dans la maison ou en être exclu, démentant ainsi une autre affirmation des producteurs selon laquelle le vainqueur serait choisi par le public et par lui seul. Malgré ces défauts – ou peut-être grâce à eux –, *Big Brother Africa* fut perçu comme un « phénomène médiatique », c'est-à-dire tel « un texte idiosyncrasique qui provoque soudain une attention intense durant sa phase initiale, lançant à travers les médias et la société un débat sur la télévision et la société¹⁰ ».

L'un des succès de *Big Brother Africa* a donc été l'ampleur de son audience¹¹. La série a réussi à attirer un public considérable, soit, en moyenne, 30 millions de téléspectateurs par soirée tout au long de sa diffusion, un exploit pour le continent africain. Cette audience était d'autant plus remarquable qu'en 2003 M-Net ne comptait que 1,3 million d'abonnés, dont 80 % vivaient en Afrique du Sud¹². Grâce aux relais qui, à travers l'Afrique australe et au-delà, ont décidé de programmer les épisodes quotidiens, l'audimat a connu une

6. Consulter le site Internet officiel de la série, <<http://www.bigbrothersa.co.za>>.

7. *Ibid.*

8. Voir E. Wax, « An African "Big Brother" unites and delights », *Washington Post*, 14 juillet 2003, p. A01 ; « Africa's sexy *Big Brother* cuts across great divide », *The Times* [Londres], 16 juillet 2003 ;

K. MacGregor, « Africa's satellite effect. They are creating the first Pan-African TV networks – and hits », *Newsweek* [édition internationale], 18 août 2003 ; S. Robinson, « Reality TV, African style », *Time*, 23 juin 2003,

<<http://www.time.com/time/europe/magazine/article/0,13005,901030623-458741,00.html>> ; M. Lacey, « Reality TV houses Africa under one roof », *International Herald Tribune*, 10 septembre 2003.

9. Voir S. Murray et L. Ouellette (eds), *Reality TV: Remaking Television Culture*, New York, New York University Press, 2004 ; J. Corner, « Performing the real: documentary diversions », *Television and New Media*, vol. 3, n° 3, 2002, p. 255-269 ; N. Couldry et G. Palmer, « *Big Brother*. An experiment in governance », *ibid.*, p. 311-322.

10. D. Kompare, « Extraordinarily ordinary: the osbornes as an American family », in S. Murray et L. Ouellette (eds), *Reality TV...*, *op. cit.*, p. 100.

11. Voir, entre autres, A. Bahi, « Internet use and logics of social adaptation of youth in Abidjan cybercafés », *Bulletin du Codesria*, n° 1-2, 2004, p. 67-71 ; I. Brown et P. Licker, « Exploring differences in Internet adoption and usage between historically advantaged and disadvantaged groups in South Africa », *Journal of Global Information Technology Management*, vol. 6, n° 4, octobre 2003, p. 6-26 ; B. M. Chivhangu, « An evaluation of the impact of the Internet in Africa », *Aslib Proceedings*, vol. 52, n° 10, 2000, p. 373-383.

12. Consulter, à ce sujet, le site Internet <<http://www.dstvafrica.com>>.

croissance exponentielle dépassant tous les records antérieurs. Jusqu'alors seuls des événements sportifs, en particulier les matchs de la Coupe du monde où participaient des équipes africaines, avaient suscité un tel engouement de la part des téléspectateurs. Les matchs d'ouverture de la Coupe en 1990 et 2002, remportés par le Cameroun et le Sénégal contre les champions sortants, l'Argentine et la France, avaient réuni un public considérable. La médaille d'or du Nigeria, vainqueur du tournoi de football des Jeux olympiques de 1996, avait elle aussi fait recette, tant à la radio qu'à la télévision, et ce d'un bout à l'autre de l'Afrique¹³. Pourtant, aucun de ces événements n'a suscité l'intérêt ou eu l'impact de *Big Brother Africa* sur la culture télévisuelle du continent. Pendant les trois mois qu'a duré la série, un nombre sans précédent de personnes, en milieu urbain mais aussi rural, abandonnaient toute activité le temps de l'émission. Partout où l'on trouvait un poste de télévision – dans les bars, les galeries marchandes et autres lieux publics –, il y avait foule.

Les grands médias se sont faits l'écho de ce mouvement de masse. Certains – le magazine américain *Time*, notamment – ont salué le programme comme une manifestation de l'unité du continent, opposant la relative entente entre les candidats à la division que beaucoup, au « Nord », estiment être la ruine de l'Afrique. D'après *Time*, « trois décennies après le fiasco du concept de panafricanisme, la télévision par satellite réussit là où la philosophie de la libération a échoué : relier et moderniser le continent le plus pauvre du monde¹⁴ ». L'influent hebdomadaire sud-africain *Sunday Times*, de son côté, consacrait en ces termes un éditorial relatif à l'impact de la série : « *Big Brother Africa* a réussi là où l'Organisation de l'unité africaine a échoué, en unifiant les Africains¹⁵. » D'autres journaux ont vu en *Big Brother Africa* un antidote à la xénophobie, aussi bien pour ceux qui cohabitaient dans la maison que pour la population du continent tout entier. « Pour les Africains, pouvait-on lire dans *Cincinnati Post*, le *show* s'est avéré révolutionnaire car il leur a permis pour la première fois de se connaître entre eux¹⁶. » Le correspondant à Johannesburg du journal étasunien *Christian Science Monitor* fit lui aussi l'éloge de la série : « [*Big Brother Africa* constitue] l'in vraisemblable catalyseur de l'entente culturelle à travers un continent souvent divisé par les conflits ethniques, le nationalisme et la xénophobie¹⁷. »

Les initiateurs de la série ont vivement encouragé ces points de vue. Carl Fischer, producteur de télévision pour le marché intérieur de M-Net et acteur clé de l'une des déclinaisons antérieures spécifiquement sud-africaines de *Big Brother Africa*, a monté en épingle les objectifs censément nobles du programme : « Pour la première fois, on n'offre [aux téléspectateurs africains] que des images africaines, des personnages africains, des héros africains, de la musique africaine¹⁸. » Pour Marie Rosholt, producteur exécutif de la série,

Big Brother Africa a provoqué un véritable séisme : « [Le programme] a permis de faire voler en éclats des idées fausses. Dans le reste de l'Afrique, on pense que les Nigériens sont malhonnêtes, que les Sud-Africains sont arrogants. Je pense que notre spectacle remet en question ces points de vue¹⁹. »

Comme nous le montrerons plus loin, ces remarques émanant des producteurs de la série illustrent surtout des approches sud-africaines (et en particulier sud-africaines blanches) de l'Afrique et du concept de race, approches qui n'ont que peu d'écho sur le reste du continent. Mais voyons tout d'abord comment les téléspectateurs à travers l'Afrique ont réagi, à leur manière, à la série *Big Brother Africa*.

**« BIG BROTHER AFRICA », MONDIALISATION ET
« DÉMOCRATISATION »**

À travers l'Afrique, *Big Brother Africa* a provoqué toute une gamme de réactions allant de l'engouement à l'opprobre. Si nombre de ces réactions étaient prévisibles, d'autres, en revanche, ont surpris, non tant par leur contenu que par les alliances inattendues qu'elles ont fait apparaître. Parmi ces dernières, une retiendra tout particulièrement notre attention : la convergence d'une opposition émanant de groupes consternés par les effets de la mondialisation sur l'Afrique et ses habitants. Ces opposants à *Big Brother Africa* constituaient un groupe hétéroclite ; loin d'être à l'unisson, ils formaient une étrange équipe réunissant des gouvernements, des chroniqueurs nationaux, des personnalités du monde littéraire, des démocrates militants, des universitaires et des groupes chrétiens conservateurs. Rarement d'accord sur quoi que ce soit, ils s'étaient pourtant unis, transcendant barrières de classe, de foi et de nationalité, dans leur opposition à *Big Brother Africa*.

13. Voir le dossier réalisé par C. Ambler et E. Akyeampong, « Leisure in African history : an introduction », *International Journal of African Historical Studies*, vol. 35, n° 1, 2002.

14. S. Robinson, « Reality TV, African style », art. cit.

15. « A chance to "visit" the birthplace of our BBA house mates », *Sunday Times* [Afrique du Sud], 24 août 2003.

16. « *Big Brother Africa* », *Cincinnati Post*, 14 juillet 2003.

17. N. Itano, « Reality TV hit Unites Africa in "Brother"-hood », *Christian Science Monitor*, 8 juillet 2003, <<http://www.csmonitor.com/2003/0708/p01s04-woaf.html>>; voir aussi « *Zambian Churches demand end to "Immoral" Big Brother* », *Mail & Guardian*, 4 juillet 2003; « *Sexy reality show angers Church leaders* », *InterPress Service/Global Information Network*, 23 juillet 2003.

18. « Reality TV, African style », art. cit.

19. *Ibid.*

Cette opposition reflétait un réel malaise face aux changements sociaux en cours, tout en étant souvent mal fondée ou opportuniste. On y invoquait des « traditions inventées » pour dénoncer le caractère « non africain » de l'émission. Des conceptions essentialistes de la parenté et des valeurs patriarcales africaines en net déclin faisaient cause commune avec le moralisme du christianisme missionnaire pour condamner le voyeurisme de la série.

Quelques grandes voix de l'Afrique se sont jointes au chœur des objections à *Big Brother Africa*. Pour Wole Soyinka, le spectacle « est banal, [il] n'apport[e] rien au continent²⁰ », soulignant que le Nigeria aurait tout aussi bien pu produire sa propre émission de télé-réalité : « On n'avait qu'à embaucher des prostituées et quelques cinglés qui se promèneraient nus pour rien²¹. » Soyinka a volontiers avoué préférer les productions indigestes de l'industrie vidéo nigériane²² – sacrée boutade quand on connaît le mépris des élites politiques et intellectuelles nigérianes pour « Nollywood »... Le politologue kenyan Stephen Ndegwa, expert auprès de la Banque mondiale pour la gouvernance du secteur public et éminent théoricien de la démocratisation, a tenu des propos tout aussi dédaigneux sur ce programme. Aussi attaché qu'il dit être aux idéaux de la démocratie, il a préconisé l'établissement d'une censure gouvernementale compétente pour traiter d'émissions comme *Big Brother Africa*. Dans un article publié dans le *Daily Nation* de Nairobi, il s'interroge :

« Pourquoi avoir oublié que nous sommes Africains et [que] nous avons nos propres coutumes et traditions ? Pourquoi sommes-nous si prompts à accepter des idioties pourvu qu'elles viennent de l'Occident ? Pourquoi ne sommes-nous pas aussi agressifs pour promouvoir à l'extérieur nos propres valeurs et styles de vie ? Je soutiens les *leaders* du Malawi et de Namibie, ainsi que la communauté religieuse en Ouganda, qui ont censuré l'émission *Big Brother Africa*. Qu'apprennent de ce spectacle nos enfants sinon à regarder des jeunes gens se baigner nus et vomir après des heures d'excès²³ ? »

En Zambie, de même, il a été question de censurer l'émission. Les groupes chrétiens conservateurs, à qui Frederick Chiluba avait fait une très large place dans son projet de « Nation chrétienne » au début des années 1990, sont montés au créneau, faisant pression sur l'État pour qu'il retire le programme des ondes nationales en raison de son caractère « immoral » et de sa « non-africanité²⁴ ». Il est significatif que différentes Églises, s'affrontant d'habitude sur les méthodes de prosélytisme et les moyens d'influencer le gouvernement et la société, se soient retrouvées unies dans leur opposition à la série²⁵.

En Zambie comme ailleurs, toutefois, ces points de vue sont restés minoritaires. Malgré l'opposition à l'émission de la part d'acteurs influents, la série a bénéficié d'un large soutien auprès du public. Ce soutien constituait, pour partie, une forme de protestation, de rejet – ou en tout cas de mise en

question – des points de vue et des motifs sous-jacents des élites. Parmi les jeunes, faisait remarquer InterPress Service (IPS), on s'interrogeait sur ce qu'il y avait réellement derrière l'engagement des Églises zambiennes. Ainsi Joseph Bwalya, étudiant en arts, à qui IPS donnait la parole :

« Lorsque *Big Brother* a été diffusé pour la première fois avec seulement des candidats sud-africains, il y était passablement question de sexe, et on a même vu une scène franchement osée où figurait un concombre... Cependant, les Églises n'ont pas réagi. [Si elles le font maintenant], c'est simplement parce qu'elles veulent attirer l'attention sur elles, sachant que tout le continent est dans le coup²⁶. »

Ou encore le juriste Godfrey Manda, partisan lui aussi de *Big Brother Africa* :

« Les Africains sont devenus cosmopolites. Le comportement des candidats – mi-pudibond, mi-exhibitionniste – est représentatif des vies et des points de vue dans la nouvelle Afrique mondialisée. Il n'a que peu ou même pas du tout d'affinité avec les institutions, les normes, les valeurs traditionnelles... L'immoralité, les beuveries, les *funalleries* dans la maison de *Big Brother* ne sont pas plus européennes qu'africaines. Vous ne pouvez donc pas qualifier ça de non africain. Les vêtements que nous portons ne sont pas d'origine africaine. Même la religion qui est prêchée [dans ce pays] n'est pas d'origine africaine. Alors, où ces pasteurs placent-ils la barre²⁷ ? »

Les observateurs des médias ont vu dans l'expression de ces sentiments par le public le signe d'une dissidence latente mais largement répandue. Ils ont également conclu à un rejet des formes de l'ordre établi, en particulier lorsque les candidats de la série s'insurgeaient contre les producteurs, dont ils

20. E. Ukudolo, « Soyinka criticises BBA », *Daily Independent* [Lagos], 21 juin 2003, <<http://www.odili.net/news/source/2003/jul/21/328.html>>.

21. M. Lacey, « Reality TV houses Africa under one roof », art. cit.

22. Kole Omotoso, célèbre universitaire nigérian (voir *infra*), qui est intervenu comme « conseiller culturel » de l'émission, a répondu aux critiques de W. Soyinka dans un article du journal nigérian *The Guardian*. À la suite de quoi, le cinéaste nigérian Ola Balogun s'est interrogé sur les motifs qui ont amené Omotoso à participer au programme.

23. S. Ndegwa, « Why we badly need censorship board », *Daily Nation*, 12 septembre 2003, <<http://www.nationaudio.com/News/DailyNation/12092003/Comment/Comment120920031.html>>.

24. Voir *InterPress Service/Global Information Network*, 23 juillet 2003 ; voir aussi le communiqué de la Northmead Assembly of God, « *Big Brother*, big trouble ? », 17 octobre 2003, <<http://www.northmeadassembly.org.zm/ddata/news/viewnews.cgi?category=2&id=1067440295>>.

25. Antérieurement, les Églises avaient réussi à obtenir de la société émettrice nationale zambienne l'arrêt du canal musical sud-africain Channel O. Ce canal était une « version africaine » de MTV.

26. Cité par *Variety*, 14-20 juillet 2003.

27. *Ibid.*

critiquaient le droit de regard, « à la grande joie des spectateurs, dont beaucoup n'avaient que trop bien connu l'autoritarisme²⁸ ». Pourtant, ce qui a surtout attiré l'attention des commentateurs et des politiques, c'est le ferme refus opposé par les téléspectateurs aux tentatives des gouvernements et des législateurs d'interdire la diffusion en décodé de *Big Brother Africa* sur les chaînes nationales.

C'est justement ce qui s'est produit au Malawi, lorsque des extraits de *Big Brother Africa*, parmi les plus hauts en couleur, ont été diffusés par la télévision nationale TVM. Choqués, certains membres du Parlement malawite ont menacé d'interdire le programme, qui bénéficiait pourtant d'un appui non négligeable en faveur de son maintien, notamment parce qu'un des candidats était un jeune Malawite. En août 2003, les parlementaires ont voté l'interdiction de futures diffusions au motif qu'elles contenaient des scènes à caractère sexuel, et donc « immorales ». Cependant, face à une opinion hostile à ce vote, et suite à une action en justice introduite par un téléspectateur, la Haute Cour a dû les débouter ; censurer l'émission ne relevait pas de la compétence du Parlement, avait plaidé l'avocat du plaignant, et revenait à « dépouiller le peuple de ses droits constitutionnels à une information libre et à la libre participation aux questions culturelles de son choix²⁹ ». Suite à cette décision, le ministre de l'Information, membre du parti majoritaire et partisan de l'interdiction, a félicité la Haute Cour ; ses amis députés, a-t-il déclaré, « avaient réagi de manière excessive et émotionnelle. Ils auraient dû d'abord consulter le peuple³⁰ ». Encore plus significatif fut le commentaire de Benson Tembo, directeur général de la TVM. Pour lui, cette affaire était ni plus ni moins un « test pour la démocratie » et la TVM n'avait qu'une ambition, « répondre aux vœux du peuple³¹ ».

Un mois plus tôt, l'ancien président de la Namibie, Sam Nujoma, avait tenté, en vain, de convaincre la Namibia Broadcasting Corporation (NBC) de supprimer le programme au profit « de films et de documentaires éducatifs sur la Namibie³² ». Lorsqu'il était au pouvoir, Nujoma avait entretenu des relations tendues avec les médias. En tant que président et ministre de la Radiodiffusion (fonctions qu'il cumulait), il avait à plusieurs reprises réussi à influencer la programmation de la NBC³³. Mais là, il n'y avait rien à faire : ni l'opinion publique, ni les dirigeants de la NBC n'étaient d'accord avec lui. Il en fut de même au Nigeria où les tentatives d'interdiction échouèrent. En juillet 2003, le Dr Silas Yisa, directeur général de la Nigerian Broadcasting Commission, avait interdit aux chaînes de télévision terrestres nigérianes de diffuser *Big Brother Africa*, mais la plupart firent la sourde oreille.

De nombreux observateurs de la scène médiatique africaine ont voulu voir dans ces réactions un profond désir de démocratie, une optique qui

correspondait bien au portrait de la série brossé par ses producteurs. Occultant le fait que ces derniers influençaient fortement les votes lors des émissions hebdomadaires d'exclusion et, de ce fait, le choix du vainqueur, ils s'étaient enorgueillis, et ce à grand bruit, de l'exercice de démocratie panafricaine que constituait *Big Brother Africa*. « L'Afrique [allait] s'affronter sur le front du vote³⁴. » Les téléspectateurs pouvaient voter par SMS, téléphone ou courrier électronique. Parfaitement conscients que tous les pays n'offraient pas un égal accès à ces moyens de communication, et anticipant, semble-t-il, les critiques qui en découleraient, les initiateurs de la série avaient imaginé un correctif ; il s'agissait d'une formule complexe, censée garantir l'égalité des votes (c'est-à-dire empêcher qu'un pays, mieux loti en technologie qu'un autre, puisse monopoliser le scrutin³⁵). Ce message fut reçu avec enthousiasme par les téléspectateurs, et pour plus d'un commentateur, ces réactions positives, comme la résistance opposée par les populations aux tentatives d'interdiction du *show*, constituaient un événement heureux. Elles ont été ouvertement interprétées comme le fondement de mobilisations pouvant ouvrir la voie à des organisations politiques plus larges et durables s'élevant contre des gouvernements insensibles aux besoins de leurs citoyens.

Pour discordantes et, à l'occasion, totalement contradictoires qu'elles aient été, l'ensemble de ces réactions à *Big Brother Africa* avait un trait en commun. Dans pratiquement tous les cas, la mondialisation était au cœur du débat, en tant que concept et pratique, épouvantail ou *success story*, force qu'il fallait rallier ou rejeter sur-le-champ, ou dont il fallait débattre longuement. Que l'on soit un fervent chrétien, un altermondialiste militant, un partisan de la « Renaissance africaine » promue par Thabo Mbeki ou un adepte du Nouveau

28. M. Lacey, « Reality TV houses Africa under roof », art. cit.

29. « No more bother over *Big Brother* sex in Malawi », *Mail & Guardian*, 19 août 2003.

30. Voir « Authorities diffuse row over banning of *Big Brother* show », *All Africa News Agency*, 1^{er} septembre 2003, <<http://www.wfn.org/2003/09/msg00032.html>>.

31. *BBC News* cite B. Tembo en ces termes : « La Cour a affirmé que seuls les professionnels de Télévision Malawi ont le droit de décider ce qui doit être ou non diffusé. » Voir « *Big Brother Africa* ban overturned », *BBC News Online*, 15 août 2003,

<<http://newswww.bbc.net.uk/2/hi/entertainment/3155261.stm>>.

32. Namibia Press Agency, « *Big Brother* must go, says Nujoma », 30 juillet 2003, <<http://www.namibian.com.na/2003/july/national/03E6DF9339.html>>.

33. Voir le périodique *Action Alerts*, ainsi que les rapports annuels du Media Institute of Southern Africa (Misa) basé dans la capitale namibienne, <<http://www.misa.org>>.

34. Voir <<http://www.bigbrotherafrica.com/Default.asp>> [juin 2005].

35. Voir E. Wax, « An African *Big Brother* unites and delights », art. cit.

Partenariat pour le développement de l'Afrique (Nepad), chacun avait son point de vue à défendre sur la série et sur la manière dont elle s'articulait avec des débats plus larges relatifs au politique, à l'économique, aux facteurs sociaux à l'échelle globale. Dans ce contexte, pour un certain nombre de gouvernements comme pour des membres de l'élite politique et culturelle du continent, *Big Brother Africa* s'est mué en un puissant symbole. Beaucoup ont fini par y voir l'incarnation de processus complexes issus de la mondialisation et l'épicentre d'un ensemble de réponses à ces mêmes processus émanant du continent africain.

« BIG BROTHER AFRICA », CONCEPTIONS DE LA « RACE »

ET LE POUVOIR DE CLASSE

Ainsi, la série, quoi que l'on pense de ses mérites ou de ses ratés, a stimulé des discussions mettant en lumière les relations entre l'Afrique et le reste du monde. Dans le même temps, et ce sans guère de surprise, elle a révélé des poches croissantes d'insularité, un retour sur soi très net. En cela, cette série pourrait illustrer le paradoxe souvent associé à la mondialisation des médias et du contenu culturel, à savoir le fait que la mondialisation tend à stimuler la valorisation des identités et des cultures locales³⁶. En Afrique du Sud, ce paradoxe a pris une forme tout à fait particulière qui se doit d'être soulignée.

Un certain nombre d'observateurs ont remarqué que *Big Brother Africa* a été moins bien reçu en Afrique du Sud que les deux déclinaisons précédentes du programme spécifiquement sud-africaines. La presse nationale a couvert assidûment les deux premières séries, imposant même à certains correspondants de se cantonner à ce seul sujet. En revanche, il en a été différemment pour le programme continental. Seul le *Sunday Times*, qui publie une édition régionale pour l'Afrique australe, livrait chaque semaine des informations sur le *show*, notamment parce que de nombreux pays dans lequel il est distribué hors Afrique du Sud avaient un candidat en lice.

Concernant les raisons du déclin général de l'intérêt médiatique, il y a certainement la très forte xénophobie qui caractérise l'Afrique du Sud actuelle. Ce n'est pas un secret, et de nombreuses recherches l'ont décelé : les Sud-Africains, quel que soit leur milieu, véhiculent un certain nombre de clichés racistes sur les Africains d'ailleurs vivant parmi eux, qu'il s'agisse de réfugiés ou de simples immigrants ; de leur côté, les Nigériens seraient tous des escrocs et des trafiquants de drogue, les Mozambicains des voleurs de voitures, etc.³⁷. Aussi est-il possible que *Big Brother Africa* ait été boudé par les téléspectateurs de la « Nation arc-en-ciel » parce que, justement, ce programme mettait en scène « ces Africains-là », d'où, par conséquent, l'indifférence de la presse écrite³⁸.

Entre ces réactions sud-africaines et celles observées dans le reste du continent, le contraste est important. Ailleurs en Afrique, téléspectateurs et médias paraissent avoir apprécié l'amicale compétition entre pays diffusant la série. La population semble, en grande partie, avoir partagé le point de vue exprimé par Sammi Bampoe, le candidat ghanéen. Après avoir été éliminé du jeu, il s'est confié aux médias de son pays, estimant que son séjour dans la *Maison de l'Afrique* n'avait eu aucune incidence fâcheuse sur son opinion des ressortissants des autres nations. Pour lui, les candidats avaient beaucoup de points en commun, les seules différences concernant « le domaine de la nourriture et celui de la musique. À part ça, nous étions tous pareils³⁹ ».

Toutefois, il serait exagéré de dire que *Big Brother Africa* fut un phénomène marginal en Afrique du Sud. Loin s'en faut. De même serait-il faux d'avancer que l'émission n'a pas eu un impact important sur la société sud-africaine. Au fil des jours puis des mois, en effet, le programme a nourri et éclairé des débats fondamentaux sur l'identité nationale. Ce faisant, il est devenu un site privilégié pour la mise en scène du jeu politique sur les thèmes de la race et du pouvoir.

L'une des particularités des programmes de télé-réalité sud-africains est que l'essentiel des candidats sont blancs. Dans les deux premières séries de *Big Brother*, six candidats sur douze étaient blancs et, chaque fois, le gagnant était un Blanc⁴⁰. M-Net fut très critiquée à ce sujet, tant par des médias sud-africains que par le milieu culturel. Pour les producteurs, ces accusations n'étaient pas fondées : selon eux, seule la moitié des candidats étaient blancs, ce qui constituait là un « sérieux progrès » – réponse pour le moins problématique, les Blancs ne représentant que 10 % de la population sud-africaine... La démographie biaisée des deux premiers *shows* s'explique bien sûr par le fait que les Blancs constituent l'élite économique en Afrique du Sud ; par conséquent, ils attirent davantage les annonceurs. Mais cela, on s'en doute, ne pouvait guère être dit ouvertement.

36. J. Tomlinson qualifie ce processus de « glocalisation ». Voir J. Tomlinson, *Globalisation and Culture*, Cambridge, Polity Press, 1999. Je remercie Herman Wasserman d'avoir attiré mon attention sur ce point.

37. Voir D. A. Mac Donald et S. Jacobs, « (Re)writing xenophobia : understanding press coverage of cross-border migration in Southern Africa », *Journal of Contemporary African Studies*, vol. 23, n° 3, 2005, p. 295-325.

38. Je remercie Farzanah Badsha pour cette observation.

39. « Sammi misses out on US\$ 100 000, but remains fine », *Accra Daily Mail* [Ghana], 11 août 2003, <<http://www.ghanaweb.com/GhanaHomePage/NewsArchive/artikel.php?ID=40993>>.

40. Le premier vainqueur du programme *Pop Idols*, autre *show* télévisé très populaire, était aussi un Blanc.

Pour M-Net, la troisième déclinaison, cette fois continentale, du programme recouvrait un double enjeu : il s'agissait, d'une part, d'entretenir – donc de rentabiliser – l'intérêt du public pour *Big Brother* et, d'autre part, de répondre aux critiques tout à fait justifiées quant à la présence majoritairement blanche des deux premières séries. Pour rectifier ce qui était en train de devenir un sérieux « problème d'image », M-Net décida de choisir une femme métisse (*couloured*, dans le vocable sud-africain hérité de l'apartheid), Abby Plaatjes, pour représenter l'Afrique du Sud, et de ne prendre qu'un seul candidat blanc, le Namibien Stefan Ludik. Ainsi M-Net a-t-elle créé la première série de télé-réalité africaine à majorité noire et, ce faisant, a passablement relustré sa réputation ternie.

Cependant, la sélection de Stefan Ludik souleva des polémiques, en Namibie cette fois, en provoquant un débat public, tant à la radio que dans la presse et sur Internet, sur la question de savoir s'il s'agissait d'un choix approprié pour représenter le pays, les Blancs ne constituant qu'une petite minorité (seulement 6 %) de la population. On peut regrouper en deux catégories les réponses données par les personnes interrogées à ce sujet dans les rues de Windhoek et d'autres villes namibiennes. Pour la plupart des Blancs, bien sûr, cela ne posait aucun problème (« C'est bien ; ça montre que l'Afrique est multiculturelle, en particulier la Namibie »), même si certains s'inquiétaient de ce que Ludik soit le seul candidat d'origine européenne dans la *Maison africaine* : une situation, pensaient-ils, qui risquait d'être inconfortable pour lui (« Stefan est là pour la Namibie, mais ce qui n'est pas juste pour lui, c'est qu'il est le seul Blanc⁴¹ »). De leur côté, la plupart des Noirs ont désapprouvé la décision de M-Net, ce que souligne un échantillonnage de critiques publiées dans *The Namibian* : « C'est gênant. Même l'Afrique du Sud n'est pas représentée par un Blanc ; certes, certains Blancs sont nés ici, mais ils ne sont pas noirs. Son grand-père venait probablement d'Europe⁴². »

La participation du Namibien eut aussi un impact en Afrique du Sud, contribuant activement à la façon dont le programme a été accueilli. Au cours des premiers épisodes de la série, Stefan Ludik s'est avéré être le candidat le plus populaire parmi les téléspectateurs, comme le montre le pointage des votes. Les producteurs de *Big Brother Africa* et une partie des médias sud-africains (et namubiens) ont donné leur interprétation : alors que la plupart des candidats étaient soutenus par leurs compatriotes, Ludik semblait avoir la cote sur tout le continent en raison de son « allure de vedette de cinéma ». Toutefois, certains commentateurs ne partageaient pas ce point de vue et ne trouvaient pas Ludik particulièrement charismatique. D'après eux, son apparente popularité tenait plutôt à la couleur de sa peau : les Sud-Africains (et les Namubiens) blancs auraient voté en masse pour lui⁴³.

De son côté, Abby Plaatjes, contrairement à Stefan Ludik, fit l'objet d'une couverture généralement négative dans les médias sud-africains. On la trouvait peu sympathique et elle fut présentée comme « gênante » pour la « fierté nationale » sud-africaine⁴⁴. Les plus réticents l'accusaient d'« exhibitionnisme sexuel » ; ils lui en voulaient tout particulièrement d'avoir fait l'amour à l'écran (son partenaire était le candidat ougandais), ce qui fit grand bruit. Pourtant, le comportement de Plaatjes était dans la ligne de celui des vainqueurs des deux précédentes versions de la série (tous deux, nous l'avons vu, des hommes blancs) et a sans doute joué un rôle clé dans le succès du programme, un succès qui reposait pour beaucoup sur une atmosphère « éoustillante » et le sexe.

Bien évidemment, l'animosité dont Plaatjes était l'objet ne tenait pas plus à son « exhibitionnisme » que le succès de Ludik à son « allure de vedette de cinéma ». Dans un cas comme dans l'autre, l'arbitre du goût était un capiteux mélange de politique, de race et de classe. Une comparaison de leur trajectoire professionnelle après la diffusion de la série en rend bien compte : Plaatjes a connu une petite célébrité sur les modestes marchés du divertissement au Zimbabwe, en Ouganda, au Kenya et au Nigeria⁴⁵, mais pas dans son propre pays ; Ludik, quant à lui, est devenu une star pour les Blancs d'Afrique du Sud. Pour la majorité d'entre eux, c'était comme si Ludik, et non Plaatjes, avait remporté l'épreuve. Le Namibien est aujourd'hui une personnalité familière des téléspectateurs sud-africains. On lui a même offert récemment un rôle dans *Egoli*, un feuilleton à l'eau de rose diffusé par M-Net et très apprécié du

41. « Does a white man belong in BB Africa ? », *The Namibian*, 30 mai 2003, <<http://www.namibian.com.na/2003/may/national/03D3B28FCE.html>> ; « Stefan from Nam, he's our man », *The Namibian*, 27 mai 2003,

<<http://www.namibian.com.na/2003/march/national/03D279A004.html>>. L'article souligne que « Stefan, le seul Blanc de la maison, est aussi incontestablement le résident qui présente le mieux... ».

42. *Ibid.* On peut noter que Ludik n'est pas le seul candidat dont le « droit » à représenter son pays a été discuté. Lorsque le Kenyan Alex Holi a été exclu de la maison, un certain nombre de Kenyans s'exprimant sur BBC World Service s'en sont réjouis, parce que la mère de Holi est polonaise ; à leurs yeux il n'était donc pas un authentique Kenyan. D'autres lui reprochaient de ne pas avoir « l'air kenyan ». Voir <<http://www.africaalmanac.com>>.

43. Voir « *Big Brother Africa* in sex shocker », *The Financial Gazette*, 7 mars 2003, <<http://www.fingaz.co.zw/fingaz/2003/July/July3/4287.shtml>> ; E. Gebhart, « Our boy beefs it up », *The Namibian*, 18 juillet 2003,

<<http://www.namibian.com.na/2003/june/national/03E3D83B9A.html>>.

44. Voir T. Pillay, « BB girl's dad "not too happy" », *Sunday Times*, 1^{er} juin 2003, et « The feelings I had for abby have died, says shocked ex-fiancé », *Sunday Times*, 13 juillet 2003, <<http://www.suntimes.co.za/lifestyle/bigbrother>>.

45. Voir, entre autres, L. Mofokeng, « Love on the box triumphs », *Sunday Times*, 26 octobre 2003, <<http://www.sundaytimes.co.za/2003/10/26/arts/ane07.asp>>.

public et des annonceurs blancs⁴⁶. Par ailleurs, il anime un programme de variétés sur Kyknet, un canal de télévision par satellite principalement destiné à un public blanc afrikaaner, enfin, il fait la ronde des émissions consacrées aux « célébrités ». Bref, il est devenu le candidat par défaut de l'Afrique du Sud blanche. Qu'une majorité au sein de cette minorité ait fait de lui une star tout en désavouant Plaatjes reflète clairement les enjeux internes de la politique raciale en Afrique du Sud.

« BIG BROTHER AFRICA » ET LE NÉOCOLONIALISME SUD-AFRICAIN

Dans le reste de l'Afrique, le débat sur le *show* fut moins centré sur les questions de race. Le programme, nous l'avons vu, a suscité nombre de critiques, mais il y a eu aussi des réactions positives. Pour certains membres de l'élite politique et culturelle, la série avait de très bons côtés ; on estimait que les candidats incarnaient une citoyenneté entreprenante et responsable. Au Botswana, pays socialement conservateur, le président Festus Mogae a soutenu officiellement le candidat du pays. En Zambie, comme nous l'avons vu précédemment, lorsque Cherise Makubale est rentrée vainqueur à Lusaka, elle a été fêtée par le chef de l'État (et, cela peut faire sourire, par les autorités religieuses). Le président Mwanawasa l'a félicitée publiquement d'avoir mis en évidence des traits nationaux très positifs, reflétant les rapports familiaux, économiques et culturels (« nationaux ») entre les sexes :

« Votre conduite a été exemplaire et vous avez travaillé très durement [dans la maison de *Big Brother Africa*]. Une femme zambienne doit faire la cuisine et le ménage et c'est exactement ce que vous avez fait. Je ne suis pas étonné que vous ayez reçu tant de demandes en mariage⁴⁷. »

Le principal porte-parole du gouvernement zambien s'est à son tour exprimé, félicitant la jeune femme d'avoir « fait preuve, dans la maison, d'une moralité au-dessus de tout soupçon⁴⁸ ».

Tandis que les dirigeants comme Mwanawasa vantaient les valeurs nationales des candidats de leurs pays respectifs, les producteurs du programme s'appliquaient, de leur côté, à célébrer la diversité et le caractère unique des concurrents, et donc à revendiquer pour *Big Brother Africa* les intentions les plus nobles. Le producteur Carl Fischer allait répétant que la série mettait à mal les stéréotypes les plus négatifs sur l'Afrique :

« Nous donnons l'occasion [à nos téléspectateurs africains] de voir interagir des gens qu'ils ont rarement l'occasion d'observer. Notre série présente une image différente des Africains. Nous sommes éduqués, nous pouvons nous faire confiance mutuellement et nous ne sommes pas toujours en guerre⁴⁹. »

C'était bien sûr, là aussi, un discours de circonstance. *Big Brother Africa* n'avait pas la moindre intention de montrer une Afrique diverse et pacifique. Et, à ce propos, un examen plus détaillé des origines sociales et du statut économique des candidats éclaire les intentions réelles de la série. La plupart, sinon tous les résidents de la maison, avaient fait des études secondaires et parlaient couramment l'anglais ; ils vivaient dans des grandes villes africaines (et non dans leurs bidonvilles), avaient été plus ou moins au contact de l'industrie du divertissement ou y avaient travaillé (notamment à la télévision ou comme mannequins) et avaient voyagé ou vécu à un moment ou à un autre hors du continent⁵⁰. Comme le faisait remarquer un journaliste :

« Kole Omotoso, le "conseiller culturel" nigérian du programme, fait valoir que chaque concurrent a été choisi pour assurer le maximum d'intérêt de la part du téléspectateur. Mais tous sont issus de l'élite culturelle de leur pays et aucun n'est représentatif des millions de pauvres et d'opprimés que compte l'Afrique⁵¹. »

Cet autre commentaire d'un journaliste ougandais, par ailleurs fervent supporter du *show*, lors d'un programme diffusé sur une radio américaine, souligne ce qui précède :

« On a critiqué le fait que l'ensemble des candidats n'avait pas vraiment grandi [ici]... et qu'ils ont fait le plus gros de leur scolarité ailleurs. Certains des candidats ont été critiqués pour n'avoir pas passé leur vie en Afrique ou en tout cas n'y avoir pas assez vécu. Mais vous

46. Voir « *Big Brother Africa* heart-throb joins *Egoli* », *The Namibian*, 23 février 2004. Le créateur d'*Egoli* affirme que « Ludik a été sélectionné non seulement parce qu'il est beau gosse, mais aussi parce qu'il possède un sens instinctif du jeu d'acteur – ce facteur X vital auquel les critiques se réfèrent souvent ».

47. Xinhua News Agency, CEIS, « Controversial *Big Brother* winner becomes Zambia's ambassador », 10 septembre 2003.

48. « Now KK joins BBA winner Cherise frenzy », art. cit. Il est significatif qu'en septembre 2004 une autre Zambienne, victorieuse d'une série continentale de télé-réalité, Lindiwe Alamu, gagnante de *Project Fame*, le plus important spectacle de télé-réalité du continent après *Big Brother Africa*, se soit vu attribuer un passeport diplomatique par le gouvernement zambien. Elle est seulement la troisième personne à avoir obtenu cette récompense. Le premier était l'ancien capitaine de l'équipe nationale de football, Kalusha Bwalya.

49. *Ibid.*

50. Voir les biographies des candidats sur le site Internet officiel du programme, <<http://www.bigbrotherafrica.com>>.

51. Cité par *The Times* [Londres], 16 juillet 2003. Face à la critique du choix d'un Blanc pour représenter la Namibie, K. Omotoso a rétorqué qu'« il serait stupide de prétendre que les Noirs sont les seuls Africains ». Omotoso est à lui seul un personnage fascinant. Nigérian de naissance, il a probablement été choisi comme « conseiller culturel » par les producteurs non tant parce qu'il est universitaire que parce qu'il a participé en tant que « Noir lambda » à une publicité fort controversée, diffusée par la société de téléphone cellulaire Vodacom.

devez prendre en compte certaines exigences des organisateurs du *show*. Ils voulaient des gens parlant couramment l'anglais. Ils voulaient des personnes ayant une certaine forme de visibilité – *pas des gens bruts de décoffrage* [souligné par l'auteur]⁵². »

Être jeune en Afrique c'est « être désavantagé, vulnérable et marginal en termes politiques et économiques⁵³ ». Ainsi, en dépit de ses nombreuses allusions à « la vérité », *Big Brother Africa* occulte totalement cette réalité.

Dans ce domaine, M-Net avait des consignes spécifiques. Selon Neil Mac Carthy, auteur de la première série *Big Brother*, les diffuseurs sud-africains de fictions et de télé-réalité privilégient activement ce qu'ils nomment les « aspirations » :

« Par cela, on entend que les vies montrées à la télévision doivent encourager les gens ordinaires, pas les confronter à leurs angoisses. À la base de cela, il y a l'idée que la culture populaire en Afrique du Sud a une obligation éthique, qu'il faut donner de l'espoir et que les maux de la société – crime, pauvreté, corruption, analphabétisme – doivent être traités avec une extrême prudence. [En conséquence] nous privilégions des fictions axées sur une classe moyenne quelque peu idéalisée, dont les problèmes sont modestes et les satisfactions nombreuses⁵⁴. »

De fait, l'éthique n'a pas grand-chose à voir dans tout cela. Le fil directeur restant l'argent, on comprend la prédilection des producteurs pour la présence de « citadins » bien éduqués dans la *Maison de l'Afrique*.

Plus manifestement encore que la politique raciale du *show*, la politique de classe de *Big Brother Africa* reposait sur des impératifs commerciaux. Le programme coïncidait avec une expansion massive des affaires sud-africaines à travers le reste du continent⁵⁵. Il a démarré au moment même où un certain nombre de sociétés de commerce et de services commençaient à investir sérieusement dans les pays au nord⁵⁶. Le tapage autour de *Big Brother Africa* par MultiChoice Africa, non seulement en Afrique du Sud mais aussi à travers le continent, avait pour objectif d'inciter, au-delà du pays, les membres de la classe moyenne à acheter des téléviseurs et à s'abonner aux services satellites proposés par la compagnie. Comme l'a reconnu un producteur de M-Net, « la décision d'étendre *Big Brother* à toute l'Afrique a été prise pour des raisons strictement commerciales. M-Net se développe plus rapidement dans d'autres pays africains qu'en Afrique du Sud⁵⁷ ».

L'émission concourait parfaitement à l'exploration de nouveaux marchés en Afrique par les médias et les opérateurs de télécommunications⁵⁸. Un certain nombre de compagnies dans ces domaines ont apporté un financement important au programme, entre autres M-Net/MultiChoice Africa et plusieurs sociétés de téléphonie cellulaire comme Viacom et MTN. Ces trois sociétés

commercialisent activement leurs produits sur le continent, visant en priorité, mais pas exclusivement, un public de classe moyenne. Pour ce faire, Multi-Choice recourt à une tactique particulière : « renvoyer à l'Afrique sa propre image ». La rationalité de cette approche est manifeste : l'ampleur qu'a atteinte le marché local de télévision payante en Afrique du Sud incite M-Net à s'étendre au-delà des frontières du pays. La chaîne a donc élaboré des « bouquets » spécialisés de canaux, visant des niches commerciales spécifiques à travers le continent – canaux destinés aux Africains francophones, anglophones et lusophones, et à un large public indo-pakistanaïen en Afrique de l'Est. Ainsi la série *Big Brother Africa* a-t-elle considérablement contribué à élargir ces marchés.

« Du point de vue commercial, *Big Brother Africa* a été un succès spectaculaire pour M-Net et MultiChoice... Les antennes satellites et les abonnements au câble ont augmenté depuis le début de l'émission à la fin mai et l'utilisation de téléphones cellulaires explose aussi avec les messages permettant de voter pour éliminer chaque semaine un candidat⁵⁹. »

M-Net est tout à fait consciente du potentiel que représente un marché africain élargi et, de ce fait, a lancé divers programmes visant à étendre son audience à travers le continent. On y trouve notamment une version africaine de la chaîne musicale télévisée étasunienne MTV – MTV Base, installée à Johannesburg –, ainsi que des versions continentales de *Project Fame*, un

52. « Africa under one roof », *On the Media*, WNYC Radio, New York City, 8 août 2003, <<http://www.onthemedial.org/otm080803.html>>.

53. J. Abbink, cité par T. Burgess, « Introduction to youth and citizenship in East Africa », *Africa Today*, vol. 51, n° 3, 2005, p. ix.

54. « The new aspirational », *The Media* [supplément du *Mail & Guardian*], 1^{er} mars 2005.

55. *Project Fame*, la seule autre émission de télé-réalité à avoir attiré un public continental aussi large que *Big Brother Africa*, est aussi produite en Afrique du Sud et filmée à Johannesburg.

56. Parmi les sociétés sud-africaines particulièrement impliquées dans cette ouverture extérieure, on trouve Stannic, Ned Bank, Viacom, MTN, Alexander Forces, Price Waterhouse Coopers, Dimension Data, Sampler et Liberty Life. Voir, à ce sujet, United Nations Conference on Trade and Development, *Capital Flows and Growth in Africa*, Genève, UNTAC, 2000,

<<http://www.unctad.org/Templates/WebFlyer.asp?intItemID=2870&lang=1>>; J. D. Varusha Naidoo et S. Naidoo, « The South Africans have arrived : post-Apartheid corporate expansion into Africa », in J. Daniel, A. Habib et R. Southall (eds), *State of the Nation. South Africa 2003-2004*, Pretoria, HSRC, 2004, p. 368-390.

57. A. Musuumba, « *Big Brother Africa* sparks controversy », *Times of Zambia*, 5 juillet 2003, <<http://www.times.co.zm/news/viewnews.cgi?category=8&id=1057621357>>.

58. Voir W. Manu, « Exploring the African view of the global », *Global Media and Communication*, vol. 1, n° 1, 2005, p. 50-55 ; A. Dawson et B. H. Edwards, « Global cities of South Africa », *Social Text*, vol. 22, n° 4, p. 1-7.

59. M. Lacey, « Reality TV houses Africa under one roof », art. cit.

concours-réalité de candidats-artistes s'affrontant pour remporter un contrat d'enregistrement. A débuté aussi *Face of Africa*, programme où les concurrents rivalisent pour empocher un prix qui leur vaudra d'être engagés comme mannequin en Amérique du Nord ou en Europe occidentale⁶⁰.

Cependant, malgré la popularité de ces émissions et le fait qu'elles sont en général mieux réalisées techniquement que ce qui se produit ailleurs en Afrique, la télévision sud-africaine, dans sa volonté d'expansion, se heurte à quelques difficultés. Les hommes d'affaires sud-africains rencontrent une forte opposition dans leurs incursions au-delà de chez eux, où ils sont considérés comme de « nouveaux impérialistes ». Les accusations fusent et le gouvernement de Pretoria en est parfaitement conscient :

« Les sociétés sud-africaines implantées dans d'autres pays d'Afrique sont souvent mal vues. On les perçoit là-bas comme arrogantes, irrespectueuses, distantes, on les accuse de peu se soucier du monde des affaires dans lequel elles débarquent, de ne pas s'intéresser aux besoins des demandeurs d'emploi ou même des gouvernements⁶¹. »

L'indifférence de plus d'une société sud-africaine vis-à-vis de la main-d'œuvre employée et des productions locales, ainsi que les soupçons de corruption qui planent sur ces compagnies sont pour beaucoup dans l'animosité qu'elles suscitent. À l'égard de détaillants sud-africains qui ont ouvert des magasins plus au nord, les critiques ne sont pas rares : ces derniers contribueraient à la désindustrialisation des pays où ils se sont implantés et dévaloriseraient les produits locaux en en important d'Afrique du Sud des moins chers. On accuse également certains intérêts miniers sud-africains de piller les ressources minérales à l'étranger, notamment en République démocratique du Congo⁶².

Ces critiques, fondées ou non, desservent les volontés d'implantation de la télévision sud-africaine dans le reste de l'Afrique. La version continentale de *Big Brother Africa* a justement été conçue pour remédier à cette situation. Le but était en partie de rendre l'Afrique du Sud sympathique au reste de l'Afrique. De ce point de vue toutefois, les résultats apparaissent mitigés. Certes, la série a eu beaucoup de retentissement et elle a très certainement permis de faire une place plus grande à M-Net et, de manière générale, à l'Afrique du Sud sur la carte du continent. Dans le même temps, en vantant l'« avancement » de la société sud-africaine et la nature « enviable », « supérieure » de ses infrastructures, elle a mis en avant « l'exception » sud-africaine ; or, sur le reste du continent, cette exception, avec son cortège d'hommes d'affaires est précisément vue d'un mauvais œil, d'autant plus que, sans surprise, une fois la série terminée, au moins trois des concurrents ont déclaré vouloir rester « pour toujours » en Afrique du Sud. Les journaux ont largement diffusé leurs propos :

« les meilleures opportunités sont ici » ; « [l'Afrique du Sud] est riche en possibilités ⁶³ ». Dans certains marchés à l'étranger, que M-Net tentait de courtiser, on a sans doute mal reçu ces déclarations.

Malgré l'attention croissante portée aujourd'hui à la télé-réalité dans le monde et à ses répercussions sur les sociétés, il y a encore très peu de recherches universitaires menées sur le sujet. Les travaux et commentaires existants traitent essentiellement des cas nord-américains et européens, et sont très centrés sur « les implications de techniques de production discutables, l'éthique et les effets de la mondialisation sur la production et la culture télévisuelles ⁶⁴ ». L'Afrique est la grande absente de ces analyses, et la tendance est souvent de plaquer, sans recul critique, les observations et les conclusions venant du reste du monde. Même si certaines caractéristiques et certains effets de la télé-réalité observés ailleurs sont aussi décelables en Afrique, les généralisations sont de peu d'utilité pour l'analyse du phénomène tel qu'il s'y présente ; il est nécessaire de prendre en compte la marginalité technologique du continent et la spécificité de son économie politique. Comme nous avons tâché de le mettre en avant ici, à travers le phénomène *Big Brother Africa*, une attention particulière doit être portée aux questions touchant les disparités économiques, de race et de classe, et à la façon dont ces questions s'articulent aux discours nationalistes. Enfin, il faut réfléchir sérieusement à l'interaction de la culture, de la politique et des transformations économiques en Afrique, réflexion qui, sans céder à l'exceptionnalité africaine, doit considérer le continent dans ses spécificités ■

Sean Jacobs

University of Michigan

Traduction de François Constantin

60. La composition des candidatures a été aménagée pour assurer l'intérêt des Sud-Africains : sur 16 candidats, 10 venaient d'Afrique du Sud. Cela n'a pas empêché une Zambienne de remporter la finale.

61. Cité par P. Bond, « African development/ governance, South African sub imperialism and Nepad », conférence du Codesria sur « The agrarian constraint and poverty reduction », Addis-Abeba, 17-19 décembre 2004, [s. éd.], p. 38, <http://www.networkideas.org/feathm/dec2004/ft03_Ethiopia_Conference_Index.htm>.

62. Human Rights Watch, *The Curse of Gold. Democratic Republic of Congo*, New York, Human Rights Watch, 2005.

63. « *Big Brother* housemates plan to stay », *Sunday Times*, 9 novembre 2003.

64. J. Vinson, « Review of shooting people: adventures in reality TV by Sam Brenton and Reuben Cohen », *The Velvet Light Trap*, n° 54, automne 2004, p. 80-82.