

Culture Pop en Égypte

Ouvrage publié avec le concours du CERMOM (Inalco), de l'IREMAM
(UMR 7310, Aix Marseille Université-CNRS) et de Sorbonne Université.

ISBN : 978-2-36013-587-5

© Riveneuve 2020

85, rue de Gergovie

75014 Paris

www.riveneuve.com

CULTURE POP EN ÉGYPTÉ

**Entre mainstream commercial
et contestation**

Richard Jacquemond
et Frédéric Lagrange (dir.)

 **Riveneuve**

Sommaire

<i>Introduction</i>	7
Frédéric LAGRANGE	

I. *Pop Fiction*, de l'écrit à l'audiovisuel

<i>Un écrivain « pop » égyptien : Aḥmad Murād</i>	51
Richard JACQUEMOND	

<i>Le retour de Dhāt : du roman au feuilleton télévisé</i>	85
Teresa PEPE	

<i>Union des corps et civilités urbaines : Shubrā ou le cosmopolitisme au petit écran</i>	129
Gaëtan DU ROY	

II. *Pop Humor*, le rire entre la télévision et Internet

<i>La traduction n'est pas morte, elle est télévisée ! Traduction des médias audiovisuels, culture égyptienne et panarabisme pluriglossique dans les médias contemporains</i>	159
Amr KAMAL	

Culture Pop en Égypte

« Ceci n'est pas une bière », Bière sans alcool et troubles
de la masculinité dans la publicité audiovisuelle égyptienne 199

Frédéric LAGRANGE

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie
et l'Irak ? » : Les caractères nationaux vus par la caricature
numérique égyptienne sur Facebook 253

Chihab EL KHACHAB

III. Pop Music, du protest song à l'électro

Underground vs Mainstream ? Les alternatives musicales
dans l'Égypte post-révolutionnaire 303

Séverine GABRY-THIENPONT

La chanson politique égyptienne est-elle « populaire » ? 337

May TELMISSANY

De quoi le mahragān est-il le son ? Compositions
et circulations musicales en Égypte 383

Nicolas PUIG

IV. Pop Street, la rue et ses mythes

Promenades avec les criminelles. Sur les traces de Rayyā
et Sakīna dans la culture populaire égyptienne contemporaine 421

Elena CHITI

Abstracts 451

**« Est-ce que ça ne vaut pas mieux
que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »
Les caractères nationaux vus par la
caricature numérique égyptienne
sur Facebook**

Chihab EL KHACHAB

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? » : voilà qui pourrait être le slogan de la contre-révolution au Caire. Cette phrase s'est répandue partout sur les lèvres des figures politico-médiatiques à la suite du coup d'État de juillet 2013, qui allait porter au pouvoir le général Sissi avec l'élection présidentielle du 28 mai 2014. Les images douloureuses de la destruction de l'Irak à partir de 2003 puis de la Syrie à partir de 2011 deviennent alors, dans le discours officiel, autant d'avertissements contre les conséquences dévastatrices d'une rébellion contre le régime, aujourd'hui opposé à ceux

et celles qui expriment toujours les exigences de la Révolution de 2011 (« pain, liberté et justice sociale »). Le silence imposé par la répression politique parfois meurtrière au Caire se trouve juxtaposé aux guerres civiles du Levant, pour dire en somme que le silence vaut mieux que le chaos.

Cette formule s'est cependant retournée contre les contre-révolutionnaires dans l'univers des « comics » ou des « caricatures numériques » publiées sur Facebook en Égypte. L'image #1 atteste de la *reductio ad absurdum* subie par une expression devenue un gag blasé pour jeunes Égyptiens branchés. Cette image, publiée peu après l'introduction d'une nouvelle option permettant d'exprimer certains états d'âme sur Facebook, montre une série d'émotions accompagnées de l'émoticône appropriée. Entre l'excitation, l'amour, le dégoût, le mal au cœur, la méchanceté, la perplexité et la peur, on peut lire la phrase consacrée en arabe : « Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? ». Exprimée sous forme de statut Facebook, cette phrase en vient à désigner un état d'âme parmi d'autres, une émotion personnalisée et normalisée, comme si le sentiment contre-révolutionnaire s'était transformé en avatar vaniteux, exprimant un confort nonchalant à l'idée de vivre sous régime militaire, tant qu'il n'a pas plongé le pays dans une guerre civile. L'émoticône du cadenas souriant dégage bien cette impression. On pourrait même y voir une invective au passage, le mot « cadenas » (*ʿeff*) voulant dire « abruti » ou « idiot » dans l'argot égyptien. Cette interprétation est évidemment politisée : elle exprime une opposition nette au régime établi à partir de 2013, à une époque où de nombreux Égyptiens perçoivent son arrivée au pouvoir comme une seconde révolution après celle de janvier 2011.

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

Illustration 1. « Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? ».



Cette image a été publiée par la célèbre page Facebook *Asa7be Sarcasm Society* (Société du sarcasme *Asa7be*), qui comptait au moment de la rédaction de cet article plus de 14 millions d'abonnés. Cette page a été fondée par Shādī Şidqī et Aḥmad Mīdū en mars 2012, deux des administrateurs originaux de la tout aussi célèbre *Egypt's Sarcasm Society* (ESS – Société du sarcasme d'Égypte). Cette dernière a été fondée en février 2009 et compte aujourd'hui 3,7 millions d'abonnés. Si l'émergence des pages spécialisées dans la caricature numérique précède la révolution de 2011, leur popularité a explosé par la suite. Aujourd'hui, des centaines de pages comme *Asa7be* et ESS publient entre cinq et dix caricatures numériques par jour, avec parfois des dizaines de milliers de « j'aime », de « partages » et de « commentaires ». On peut mentionner au passage la page *Fāṣel*

mesh e'lāmi (Pause non publicitaire), fondée par Amīr Mazhar en février 2013 et comptant six millions d'abonnés, ou encore la page *Tammāt el-Targama* (Sous-titré par...), également fondée en février 2013 et comptant plus de deux millions d'abonnés. Ces pages publient certains « caricaturistes » établis – on peut penser à Tiva sur *Asa7be* ou Sheko Beko sur *Tammāt el-Targama* – mais elles sélectionnent plus souvent certaines caricatures créées par leur public pour les diffuser à grande échelle.

Ce que publient ces pages représente un genre spécifique de « mème » – un terme à présent répandu pour qualifier les contenus audiovisuels numériques hautement diffusables et transformables, produits par des sites spécialisés, comme *9Gag* ou *KnowYourMeme*. Le terme « mème » est tiré de la biologie génétique, où il désigne un gène capable de s'autoreproduire indéfiniment, un peu comme les images, les vidéos, les captures d'écran, les commentaires et toutes les formes de contenus numériques diffusées à une échelle allant du local au « viral ». Le type d'image que j'ai appelé « caricature numérique » est également diffusable, mais il est autrement plus spécifique qu'un mème quelconque. On l'appelle « *comics* » en Égypte, nom générique au pluriel même lorsqu'il s'agit d'une seule image. Cette étiquette est empruntée au mot anglais pour « bande-dessinée », qui perd sa connotation originale sauf pour certains Égyptiens familiers avec la BD anglo-saxonne. Le « *comics* » décrit assez bien l'organisation visuelle des images en question : elles sont arrangées en cases comme la BD, elles sont souvent composées à partir de cadres tirés d'un film ou d'une série télé ou d'une pièce de théâtre, elles sont modifiées en surimposant d'autres éléments visuels comme l'écriture y faisant figure de légende ou de dialogue.

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

Le terme « *comics* » porte à confusion, cependant, puisque ces images ne sont pas des BD au sens traditionnel, mais un produit numérique se référant surtout à un univers médiatique égyptien. Cette spécificité mérite à mon avis un nom plus exact, d'où le terme de « caricature numérique ». Comme la caricature journalistique, la caricature numérique exprime une critique politique, économique et/ou sociale ponctuelle en réagissant à l'actualité avec une touche d'humour. Le « *comics* » n'est pas une caricature (*kārikātīr*) au sens commun en Égypte, puisqu'il n'a pas été dessiné à la main ni n'a été publié par un journal imprimé, la plateforme traditionnelle de la caricature depuis le XIX^e siècle¹. S'il emploie des moyens techniques différents – un collage d'images numériques, de captures d'écran et d'écriture – et s'il est diffusé sur une plateforme commerciale différente – médias sociaux comme Facebook au lieu du journal imprimé ou en ligne – le « *comics* » n'en demeure pas moins caricatural, à savoir, critique de l'actualité grâce à certaines conventions visuelles bien comprises par un public créant et consommant ces images.

Ces caricatures produisent ce que j'ai appelé ailleurs une « compression d'échelles d'analyse »². L'image #1 en offre un exemple typique : si le consommateur « compétent » ne prend qu'une fraction de seconde pour comprendre l'image, celle-ci comprime en une seule illustration des références à la culture Facebook mondialisée (à savoir, un commentaire sur les changements récents à la plateforme), à une page Facebook locale dédiée à la caricature numérique (indiquée par le logo d'*Asa7be*

1. Voir Al Sayyid Marsot Afaf Lutfi, "The Cartoon in Egypt", *Comparative Studies in Society and History*, 13/1 (1971), pp. 2-15.

2. El Khachab Chihab, "Compressing Scales: Characters and Situations in Egyptian Internet Humor", *Middle East Critique*, 26/4 (2017), pp. 331-353.

à la droite de l'image)³, ainsi qu'à une phrase courante dans les médias nationaux concernant la Syrie et l'Irak. Cette compression d'échelles se manifeste encore clairement dans les images #2, la première (#2a) étant une adaptation locale d'un mème circulant sur des pages internationales (#2b et #2c). Ces mèmes jouent sur les options d'état civil sur Facebook, dont le célibat, le mariage et le divorce. Sur les sites internationaux, certains usagers facétieux ajoutent une case pour exprimer leur solitude d'une manière comique, en jouant sur le thème courant du jeune *geek* solitaire. « Attendant un miracle » ou « jouant à GTA 5 [un jeu vidéo très connu] » expriment alors l'état de la relation dans laquelle se trouve l'utilisateur célibataire. Sur *Asa7be*, la case ajoutée par le jeune *geek* ne peut s'empêcher un clin d'œil au discours contre-révolutionnaire : « Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

Illustration 2a. Statut civil : Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ?



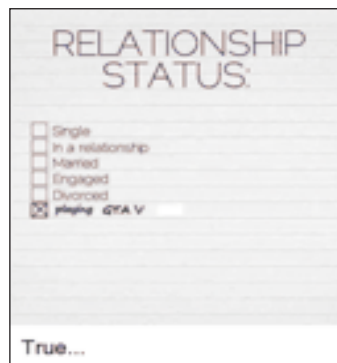
3. Ces productions étant aujourd'hui « monétisées », ces logos fonctionnent un peu comme une marque ou au moins une publicité, marquant l'origine du produit peu importe sa circulation en ligne.

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

Illustration 2b. Statut civil : Attendant un miracle.



Illustration 2c. Statut civil : Jouant à GTA 5.



Les images #1 et #2 sont non seulement typiques de la compression d'échelles exprimée par les caricatures numériques égyptiennes, mais elles montrent également le lien intime entre la caricature numérique et ce qu'Irina Rajewsky appelle la « référence intermédiaire »⁴. Comme l'explique Rajewsky, le concept d'intermédialité a été élaboré dans un espace interdisciplinaire entre le Centre de recherche sur l'intermédialité (CRI) à Montréal, la science médiatique (*Medienwissenschaft*) en Allemagne et le

4. Rajewsky Irina O. "Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality", *Intermédialités*, 6 (2005), pp. 43-64.

domaine anglo-américain des *interart studies*. Ces élaborations étirent le concept entre deux définitions, l'une insistant sur la combinaison entre les infrastructures et les contenus médiatiques à la base d'un médium comme la télévision ou la radio ; l'autre s'attachant à étudier la transposition des contenus entre un support médiatique et un autre, comme dans l'adaptation du roman au cinéma. Le concept de « référence intermédiaire » est autrement plus spécifique, puisqu'il désigne la manière dont « le produit médiatique thématise, évoque ou imite les éléments ou les structures d'un autre médium conventionnellement distinct *en utilisant les moyens propres à ce médium* »⁵. Si les caricatures numériques utilisent avant tout les moyens propres à la culture numérique actuelle, elles se réfèrent aussi souvent au cinéma, aux séries télé, aux annonces publicitaires, à la chanson « populaire » (*sha'bi*) ou « pop » (*shabābi*), avec un éclectisme marqué sur le plan des échelles impliquées. Le local, le national et le global s'en trouvent ainsi entremêlés.

Il n'existe à ce jour aucune étude systématique des créateurs ou du public de la caricature numérique en Égypte. Un examen rapide des « j'aime » et des « commentaires » apposés par milliers aux caricatures numériques les plus diffusées permet d'identifier un public de jeunes consommateurs masculins ; les producteurs les plus célèbres, quant à eux, sont surtout de jeunes hommes issus d'un milieu urbain et éduqué. On pourrait ainsi parler de la caricature numérique comme d'un genre de « culture des jeunes » (*youth culture*) infléchi par certains paramètres sociologiques – genre, âge, lieu de résidence, classe. Ce public n'est anonyme qu'au sens où les comptes Facebook interagissant sur les pages en question ont différents paramètres de sécurité permettant un accès différencié

5. *Ibid.*, p. 53 (emphase ajoutée)

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

aux données personnelles de leurs usagers. Cette condition d'anonymat partiel pourrait permettre au régime de surveiller et réprimer les usagers des pages de caricature numérique. Toutefois, la publication ou la circulation de caricatures numériques n'ont pas été sujettes à une répression systématique, comme c'est le cas pour certaines autres formes de publication en ligne ⁶.

S'appuyant sur cette analyse préliminaire, ce chapitre traite d'un thème se prêtant particulièrement bien à l'étude du corpus immense et peu exploré de la caricature numérique égyptienne : la représentation de l'étranger. Ce thème est produit et reproduit d'une manière allant au-delà d'une opposition simpliste entre le « nous » égyptien et les « autres » étrangers ; opposition *a priori* ancrée dans la conscience nationale post-nassérienne. En passant du cinéma à la télévision à la culture numérique, en allant du local au national au global, les caricatures numériques égyptiennes offrent un portrait de l'étranger (et par extension de l'Égypte) fluctuant au gré des références intermédiaires. Mon objectif est de nuancer l'idée selon laquelle la représentation de l'étranger n'est qu'une caricature sommaire et mal informée au service d'un nationalisme monologique et présumé « authentique » ⁷. À mon avis, cette représentation devrait plutôt être envisagée comme une tentative localisée de décrire et d'expliquer la position de

6. Nombre de cas d'arrestations menées à partir d'une publication en ligne ont été rapportés par *Mada Masr*, par exemple : "Police Arrest 28 for Critical Social Media Posts in Nationwide Crackdown", 19 mai 2017 [<https://madamasr.com/en/2017/05/19/news/u/police-arrest-28-for-critical-social-media-posts-in-nationwide-crackdown/>].

7. Je fais ici écho aux analyses de Walter Armbrust et Lila Abu-Lughod sur les feuilletons égyptiens télévisés. Les deux auteurs conçoivent le feuilleton comme une forme nationale par excellence, créée par des producteurs désirant éduquer leur public sur l'importance d'une culture nationale « authentique » et consommée par des spectateurs dont les interprétations variées demeurent cernées au sein du cadre implicitement national imposé par la télévision. Voir Armbrust Walter, *Mass Culture and Modernism in Egypt*, Cambridge, Cambridge University Press, 1996 ; Abu-Lughod Lila, *Dramas of Nationhood: The Politics of Television in Egypt*, Chicago, University of Chicago Press, 2005. Voir également le chapitre de Gaëtan du Roy (3) dans ce volume.

l'Égypte dans le monde – tentative basée sur certains stéréotypes établis, bien sûr, mais également sur une connaissance médiatisée, quoique limitée, de l'étranger.

L'analyse présentée ici sera à la fois sémantique et historique. Elle s'attachera à la manière de signifier et au contexte de signification de certaines images, en répondant à la question suivante : comment les caricatures numériques représentent-elles les caractères nationaux étrangers et, par extension, celui de l'Égypte ? L'idée n'est pas de supposer une cohérence interne à la caricature numérique, une cohérence qui permettrait de discerner une représentation spécifique à cette forme médiatique, mais plutôt d'examiner un processus de signification se manifestant à travers cette forme parmi d'autres. En ce sens, la représentation implicite de la Syrie et de l'Irak dans les images #1 et #2a n'est pas issue de la caricature numérique en soi, mais bien d'une relation complexe entre l'opinion publique sur la destruction de ces deux nations, le discours médiatique officiel portant sur elles, ainsi qu'une volonté critique à l'égard de ce discours sur l'état actuel de l'Égypte.

Les études concernant les mèmes dans un contexte arabophone sont très limitées⁸, bien qu'il existe à présent une immense littérature internationale sur les mèmes au Brésil⁹,

8. Voir El Khachab, 2017, *op. cit.* ; "Living in Darkness: Internet Humour and the Politics of Egypt's Electricity Infrastructure", *Anthropology Today*, 32/4 (2016), pp. 21-24 ; Herrera Linda, "Memes and the War of Ideas", *Revolution in the Age of Social Media: The Egyptian Popular Insurrection and the Internet*, London, Verso, 2014, pp. 115-141 ; Iskandar Adel, "The Meme-ing of Revolution: Creativity, Folklore, and the Dislocation of Power in Egypt", *Jadaliyya*, 2014 [http://www.jadaliyya.com/Details/31189/] ; Harlow Summer, "It was a 'Facebook revolution': Exploring the meme-like spread of narratives during the Egyptian protests", *Revista de comunicación*, 12 (2013), pp. 59-82.

9. Voir Inocêncio Luana, "The *Zuera Never Ends*: Interação, compartilhamento e potências virais das imagens meméticas em comentários no Facebook", *Intercom – XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*, 2014 ; "GIFs meméticos, cultura pop e reapropriação da imagem: Uma análise dos memes no Tumblr 'Como Eu Me Sinto Quando'", *Intercom (17e congrès)*, 2015

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

à Singapour ¹⁰, en Inde ¹¹, en Chine ¹², aux États-Unis ¹³, au Pérou ¹⁴ et en Malaisie ¹⁵, pour ne nommer que quelques exemples. Cette littérature se prête souvent à l'étude de cas, centrée sur un événement politique ou social important ayant généré un corpus spécifique de mèmes ¹⁶. L'analyse en cours est également une étude de cas attentive au contexte historique et aux références intermédiaires ; elle se développera en trois parties. D'abord, je mènerai une discussion de la représentation de l'étranger comme « étude à distance de la culture », avec une attention particulière à la représentation implicite de l'Égypte en comparaison avec d'autres nations. Ensuite, je m'étendrai sur l'analyse d'une série d'images montrant comment la représentation de l'étranger peut être mise en rapport avec la catégorie vernaculaire de « culture populaire » (*thaqāfa sha'biyya*). Enfin, j'examinerai certaines images émergeant

10. Voir Raja Pavithra, "Singaporean Internet Memes in Visual Culture", *Ubiquity: The Journal of Literature, Literacy, and the Arts, Research Strand*, 5/1 (2018).

11. Voir Kumar Sangeet, "Contagious Memes, Viral Videos and Subversive Parody: The Grammar of Contention on the Indian Web", *The International Communication Gazette*, 77/3 (2015), pp. 232-247 ; Rajan Benson, "Faith Memes: An Analysis of Authority as Reflected in the Social Media of Churches in New Delhi", *Interdisciplinary Journal of Research on Religion*, 11 (2015), article n°13.

12. Voir Szablewicz Marcella, "The 'losers' of China's Internet: Memes as 'structures of feeling' for disillusioned young netizens", *China Information*, 28/2 (2014), pp. 259-275 ; Renaud Clément, Fernandez Valérie & Puel Gilles, « Les mèmes Internet ont-ils un mode de propagation spécifique ? Analyses à partir de topogrammes de mèmes de l'Internet chinois », *Réseaux*, 195 (2016), pp. 107-130.

13. Voir Huntington Heidi E., "Pepper Spray Cop and the American Dream: Using Synecdoche and Metaphor to Unlock Internet Memes' Visual Political Rhetoric", *Communication Studies*, 67/1 (2016), pp. 77-93.

14. Voir Mazzuchini Santiago & Carol Torres, "Memecracia en Lima: Plebiscito de revocatoria a Susana Villarán", *Análisis (Friedrich Ebert Stiftung)* 9 (2013) [https://www.fesmedia-latin-america.org/fileadmin/user_upload/pdf/publicaciones/documentos/2013_Analisis_9_Memecracia_en_Lima_Santiago_Mazzuchini_y_Carol_Torres.pdf].

15. Voir Chen Khin Wee, "The Internet Political Meme as Remediation of the Political Cartoon", Sover Arie (ed.) *The Languages of Humor: Verbal, Visual, and Physical Humor*, London, Bloomsbury, 2018.

16. Certains travaux, en revanche, s'attachent à une lecture théorique du phénomène, en tentant de tracer les effets de la communication « mémétique » sur la politique et la société. Voir par exemple Shifman Limor, *Memes in Digital Culture*, Cambridge, MIT, 2013 ; Pérez Salazar Gabriel, "Teoría del meme", *El meme en Internet. Identidad y usos sociales*, Fontamara, Universidad Autónoma de Coahuila, 2017, pp. 15-68.

en réponse à l'actualité politique internationale et refaçonnant certaines présuppositions concernant le caractère des nations étrangères et, *a fortiori*, celui de l'Égypte actuelle. Il s'en dégage une impression moins essentialiste de la représentation de l'Égypte et de l'étranger, plus attentive aux réponses historicisées à l'actualité.

L'étude à distance de la culture

Dans le courant de la Seconde Guerre mondiale, un groupe d'anthropologues américains publie une série d'études partageant une approche aujourd'hui connue sous le nom d'« étude à distance de la culture » (*the study of culture at a distance*)¹⁷. Cette approche, dont la longévité a somme toute été brève, émerge du contexte d'une anthropologie américaine mobilisée pour l'effort de guerre. Sans information sûre sur les ennemis des États-Unis ni possible accès à leur territoire pour mener des enquêtes de terrain, « l'étude à distance de la culture » a émergé comme une méthode du compromis, visant à étudier les « caractères nationaux » de l'ennemi. La présupposition centrale est celle de l'existence d'un caractère national unique et essentiel à chaque nation, dont les « traits » devaient être assemblés au moyen de certaines traces accessibles – représentations médiatiques, populations immigrantes – en l'absence d'un terrain de longue durée. C'est ainsi qu'une anthropologue comme Ruth Benedict a pu se justifier d'une enquête basée uniquement sur la propagande de guerre japonaise et certains entretiens menés avec des Nippo-

17. Voir par exemple Bateson Gregory, "Cultural and Thematic Analysis of Fictional Films", *Transactions of the NY Academy of Sciences*, 4 (1943), pp. 72-78 ; Benedict Ruth, *The Chrysanthemum and the Sword: Patterns of Japanese Culture*, Boston, Houghton Mifflin, 1946 ; Mead Margaret & Métraux Rhoda, *The Study of Culture at a Distance*, New York/Oxford, Berghahn, 2000 (1953).

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

Américains (certains internés par le gouvernement à partir de 1942) pour détailler le caractère essentiel du Japonais ordinaire ¹⁸.

Cette méthode a généralement été abandonnée dans l'après-guerre. D'une part, elle suppose d'une manière infondée l'existence d'une « personnalité culturelle » pouvant être interprétée comme une représentation totale, typique et homogène d'une culture donnée. D'autre part, des terrains jusqu'alors inaccessibles se sont ouverts aux anthropologues nord-américains. Loin de moi l'idée de réhabiliter ce genre d'étude problématique sur le plan théorique, méthodologique et éthique. Je suggère cependant que la manière dont la caricature numérique égyptienne se représente le monde peut être comparée à cette approche datée. Au-delà d'une opposition simpliste entre « nous » Égyptiens et « eux » étrangers, ce rapport se dévoile comme une « étude à distance de la culture ». Comme l'anthropologue de jadis, l'analyste et caricaturiste égyptien emploie certaines ressources à sa disposition – les représentations médiatiques courantes, les rencontres personnelles avec l'étranger, la conscience historique d'un certain contact entre l'Égypte et le monde – pour créer un portrait intégré du « caractère national » de l'étranger.

Ce portrait n'est évidemment ni scientifique ni systématique, comme le démontrent les travaux regrettables de l'école américaine, mais il se base sur une présupposition d'unité nationale sous-jacente aux traits culturels rassemblés par l'analyste. Cette présupposition n'est pas unique à la caricature numérique égyptienne, puisque d'autres formes culturelles – comme la télévision et le cinéma commerciaux par exemple – emploient aussi des stéréotypes nationaux. Ce qui rend la caricature numérique unique, en revanche, c'est l'usage prononcé de références intermédiaires visant

18. Benedict Ruth, *op. cit.*

à recréer le caractère national de l'étranger à la manière d'une mosaïque, où chaque trait est visualisé à partir d'un extrait de film, de pièce de théâtre, de chanson, de publicité, voir même de jeu vidéo, et recomposé dans le contexte d'une caricature d'actualité.

L'image #3, publiée par la page *Egypt Sarcasm Society*, illustre ce mode de visualisation. On voit, de droite à gauche, une série de quatre drapeaux représentant quatre nations : les États-Unis, l'Inde, les Émirats arabes unis et l'Égypte. Celle-ci est sarcastiquement appelée *Omm ed-Donya* – la « Mère du monde », reproduisant ainsi le cliché nationaliste commun. Sous chaque drapeau, on liste trois caractéristiques à la manière d'un jeu vidéo : l'argent, la propreté et le savoir. On constate que les États-Unis possèdent les trois. L'Inde n'a pas d'argent et n'est apparemment pas propre, mais possède le savoir. Les Émirats arabes unis sont riches et propres, mais ignorants. L'Égypte, enfin, n'a rien des trois, d'où les silhouettes s'esclaffant autour de la case du pays.

Illustration 3. De droite à gauche : Les États-Unis, l'Inde, les Émirats arabes unis et la « Mère du monde » classés (de haut en bas) en termes d'argent, de propreté et de savoir.



« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

Le lecteur familier avec l'univers des mêmes reconnaîtra les silhouettes sur l'image comme autant de variations sur la « figure de Yao Ming », ainsi nommée par référence à la photographie originale du célèbre joueur de basketball chinois. Cette image vient habituellement ponctuer une blague où le dindon de la farce va de mal en pis : c'est le marqueur visuel d'une interjection du type « vous croyez aller si mal ? [rire désespéré] ». Si les silhouettes dans les coins correspondent à l'image-type de la figure (voir l'image #4a), le bonhomme substitué à la tête de l'aigle au centre du drapeau égyptien est hybridé avec un autre mème connu sous le nom de « *Forever Alone* » (« Seul à jamais », voir l'image #4b). Ce dernier renvoie à nouveau au stéréotype du jeune *geek* solitaire entrevu en introduction. Il vient habituellement ponctuer une blague où le jeune homme en pleurs est à nouveau rejeté par une partenaire ou relégué à la « *friend zone* » (« zone de l'amitié »), où une relation naissante ne peut désormais plus se développer sur une trajectoire romantique. Dans la caricature numérique égyptienne, l'hybride du même Yao Ming avec « *Forever Alone* » vient accomplir une autre tâche : celle d'indiquer l'état désolant du pays, entre les rires et les pleurs, d'où la substitution de cette figure aigre-douce à l'aigle de Saladin ornant habituellement le drapeau national.

Illustration 4a. Figure de Yao Ming

Illustration 4b. Figure de "Forever Alone"

Illustration 4c. Hybride Yao Ming / Forever Alone



Mises à part les références à la culture internationale du même et des jeux vidéo, l'image #3 présente une série de stéréotypes familiers : l'Amérique terre providence et sommet de la civilisation, l'Inde pauvre et malpropre, les Émirats riches en pétrodollars, mais pauvres en connaissances. Ces stéréotypes ont une histoire bien connue : on reconnaît le portrait cliché de l'Amérique en Égypte, si répandu depuis l'*infitāh* à l'ère Sadate, ou encore celui du cheikh émirati aux poches bourrées d'argent, mais sans aucune culture digne de ce nom. On peut cependant entrevoir deux irrégularités dans l'image par rapport aux stéréotypes établis. D'une part, on attribue une grande « propreté » aux Émirats, allant à l'encontre de l'image traditionnelle du pays sans bonnes mœurs, rudimentaire, dressé au milieu du désert. D'autre part, on attribue un grand savoir à l'Inde, ce qui va à l'encontre de l'image de l'Indien naïf et ignare, stéréotype dont la carrière a été très longue, notamment dans l'histoire du cinéma égyptien¹⁹.

Ces irrégularités ne correspondent pas à un stéréotype établi, en ce sens, mais bien à un changement médiatisé dans la perception des deux pays. L'idée de la « propreté » des Émirats est maintenant acceptée en Égypte en partie grâce aux flux migratoires (surtout de jeunes hommes) revenant du Golfe pour décrire le progrès technologique et organisationnel de la monarchie émiratie. Quiconque se déplace en taxi au Caire peut avoir d'innombrables conversations à propos des routes impeccables et des centres commerciaux hallucinants de Dubaï et d'Abu Dhabi avec des chauffeurs ayant travaillé aux Émirats à

19. Voir Armbrust Walter, "The Ubiquitous Nonpresence of India: Peripheral Visions from Egyptian Popular Culture", *Global Bollywood: Travels of Hindi Song and Dance*, Gopal Sangita & Moorti Sujata (ed.), Minneapolis, University of Minnesota Press, 2008, pp. 200-220. À propos des stéréotypes plus généraux sur l'Inde en Égypte, voir Ghosh Amitav, *In an Antique Land*, New York, Vintage Books, 1994.

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

un moment ou à un autre. La conversation tourne souvent vers la dégénérescence relative de l'Égypte, une comparaison que ne manquent pas de faire les journalistes et les présentateurs de *talk-shows* dans la presse et la télévision satellite locale. Dans toutes ces sphères de la conversation privée et publique, on parle souvent de la « propreté » (*naḍāfa*) des Émirats arabes unis, en un sens à la fois littéral et classiste. La « propreté » est non seulement une indication de l'état hygiénique des espaces publics, c'est également un signe d'organisation, de bonne éducation, de civilisation – bref, de ce qui fait la différence stéréotypique entre le bon bourgeois et le va-nu-pieds, le Golfe et l'Égypte.

L'image #3 réunit ainsi le stéréotype égyptien traditionnel des Émirats arabes unis barbares et ignares avec une certaine conscience de la réalité du pays, elle-même médiatisée à travers les expériences migratoires ou les représentations médiatiques. Cette union entre le stéréotype et « l'étude à distance de la culture » est également visible dans l'idée du « savoir » de l'Inde, tenant surtout à la perception de l'avancée récente du pays dans le secteur technologique. Cette perception est parfois visible dans la sphère médiatique, mais elle est également partagée par un public égyptien dont le profil correspond *grosso modo* à celui des producteurs et des consommateurs de la caricature numérique. C'est ainsi qu'au cours de l'enquête ethnographique que j'ai menée à propos de l'industrie du cinéma au Caire entre 2013 et 2015, j'ai souvent eu l'occasion d'entendre mes interlocuteurs parler du progrès économique et technologique relatif de l'industrie indienne (celle de Bollywood en particulier). Dans l'image #3, le caractère national de l'Inde tient à la fois de la perception médiatisée d'une actualité internationale – celle de l'avancée scientifique de l'Inde – et du stéréotype établi – celui

d'un pays pauvre et « malpropre » en un sens à la fois littéral et classiste (voire même raciste ici).

Nous en venons à *Omm ed-Donya*, l'Égypte Mère du monde, représentée ironiquement comme pire nation du globe. Ce dénigrement de l'Égypte est courant dans l'univers de la caricature numérique égyptienne, comme en témoigne l'image #5. Un surveillant (à droite) offre la nationalité égyptienne à un jeune étudiant (à gauche), en lui disant qu'il peut aller n'importe où dans le monde et il récoltera partout les insultes au passage. Le surveillant suggère ainsi que la nationalité égyptienne est insignifiante, parce qu'elle incite les nations étrangères au mépris, allant jusqu'à l'insulte publique envers les citoyens égyptiens. La scène originale, tirée du film commercial *Midū Mashākel* (Mido fauteur de trouble, 2003), a peu à voir avec la caricature. L'étudiant joué par le comédien Rāmiz Galāl cherche à réparer une télévision en noir et blanc pour la rendre en couleur, mais la machine le confond totalement. Le surveillant malhonnête, intéressé comme il l'est par la possibilité de travailler pour le riche père industriel de l'étudiant, lui refile un petit fusible électrique censé régler tous ses problèmes. Ce fusible, la solution comique à un problème impossible, se transforme en nationalité insignifiante dans la caricature numérique.

Le dénigrement de l'Égypte se construit parfois en contraste avec d'autres nations. L'image #6, par exemple, montre deux jeunes hommes venant saluer le monde devant un public international. Le premier jeune, incarnant les Émirats arabes unis, s'introduit au monde en tant qu'État recherchant des jeunes à nommer pour des postes ministériels. Le second, incarnant l'Égypte, s'introduit en tant qu'État dont les jeunes sont soit à l'étranger, soit conscrits dans l'armée,

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

soit prisonniers, soit assis au café (donc au chômage, selon la métaphore courante). La caricature numérique contraste les problèmes sociaux des jeunes Égyptiens au progressisme des Émirats arabes unis. En l'occurrence, cette caricature publiée le 7 février 2016 fait référence à un commentaire officiel de la part d'un représentant émirati, qui avait soutenu l'importance de promouvoir le rôle des jeunes dans son pays, poussant ainsi le caricaturiste à s'épancher sur les problèmes affectant les jeunes en Égypte à l'heure actuelle.

Illustration 5. « Prends ça, c'est la nationalité égyptienne » /
« Va n'importe où dans le monde et ramasse les insultes ».



L'image originale est extraite d'un film commercial nommé *al-Tagriba al-Dānimārkiyya*²⁰ (« L'expérience danoise », 2003). Le protagoniste, joué par la mégastar 'Ādil Imām, est le père veuf de quatre jeunes hommes extrêmement athlétiques et machos.

20. En réalisation dialectale, *Et-tagroba d-danimarkeyya*.

Il est également ministre de la Jeunesse de l'Égypte et, par un concours de circonstances, il en vient à accueillir une consultante séduisante venant du Danemark pour réformer l'éducation sexuelle des jeunes Égyptiens, avec une approche trop ouverte au goût du patriarce joué par Imām, garant de l'intégrité de la masculinité égyptienne. Ce film est en lui-même une étude de cas intéressante sur la représentation de l'étranger en Égypte, une représentation ici sexuée et sexiste de la femme européenne aux vêtements provocants et aux mœurs corruptibles. On peut le voir dans la scène choisie pour la caricature, où la consultante danoise arrive à la demeure du ministre pour la première fois. Les hommes d'origines diverses rassemblés en arrière-plan se sont rués à sa suite à l'aéroport et se trouvent à présent dans la chambre à coucher, qu'ils refusent de quitter tellement ils sont obnubilés par les charmes de la consultante, dont le corps est ici remplacé par l'image du globe terrestre.

Les jeunes venant se présenter à ce globe sont, dans le film original, les fils du ministre, venant se présenter sous leur meilleure image à la nouvelle arrivée du Danemark. S'il est possible d'interpréter la caricature comme une flèche lancée aux Émirats et à l'Égypte, tous deux aussi peu sincères que les deux jeunes venant se présenter à la consultante, l'effet principal de l'image est celui d'indiquer une comparaison désavantageuse pour l'Égypte. Comme dans l'image #3, il s'agit ici d'une comparaison ciblée plutôt que d'un essentialisme identitaire où l'Égypte Mère du monde est opposée à un étranger indistinct. Dans l'image #3, l'Égypte se compare implicitement à plusieurs nations – les États-Unis, l'Inde, les Émirats arabes unis – dans plusieurs catégories, invitant à imaginer une Égypte où l'argent, la propreté et le savoir couleraient à flots. Même si ces trois

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

critères ne sont pas satisfaits selon la logique de la caricature, il serait à tout le moins possible d'avoir l'une des trois choses, comme en Inde ou aux Émirats.

Illustration 6. « Les Émirats arabes unis : Nous cherchons des jeunes pour leur offrir des postes ministériels » « L'Égypte : Nos jeunes sont à l'étranger ou dans l'armée ou en prison ou au café ».



En somme, la caricature numérique ne brosse pas un portrait grossier de l'étranger en le contrastant avec un « nous » unifié : elle offre une critique du portrait sans nuance de l'Égypte

Mère du monde, en la comparant à d'autres nations du globe. Les caricatures numériques citées jusqu'ici exhortent ainsi à une recherche du « mieux que l'Égypte », une recherche ne visant pas à renforcer l'opposition entre Égyptiens et étrangers, mais plutôt à cerner ce qui peut changer dans le caractère national égyptien par rapport aux caractères nationaux étrangers. Le dénigrement implicite ou explicite de l'Égypte au sein du monde se veut ainsi une exhortation à l'amélioration du pays en se basant sur une observation du travail d'autres nations.

Comparaisons internationales, chansons locales

Ce genre de comparaisons internationales est encore visible dans la série d'images #7, basées sur une scène de la célèbre comédie *Al-Nāzīr* (« Le directeur d'école », 2000). Cette comédie met en scène un jeune directeur d'école au grand cœur, qui hérite de l'école dirigée par son père austère et d'une sévérité intenable. Le directeur d'école, joué par l'inimitable 'Alā' Waliyy al-Dīn, tente d'introduire une série de réformes scolaires favorables aux étudiants pour mettre fin au règne de terreur imposé par son père. Accompagné d'une jeune enseignante charmante (jouée par Basma, à droite), d'un enseignant sage et expérimenté (joué par Hishām Salīm, deuxième à droite) et d'un ami d'enfance parfaitement incompetent (joué par la star de la comédie Aḥmad Ḥilmī, à gauche), le directeur (au centre, en blanc) vient annoncer les nouvelles réformes au microphone à la cour d'école.

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

Illustration 7a. Japon : « Non à l'ignorance », États-Unis : « Non au chômage », Égypte : « Non pas comme ça, 'Abdo ».



Illustration 7b. États-Unis : « Je suis content d'être allé sur la lune »,
Allemagne : « Je suis contente d'avoir les meilleures autos »,
Égypte : « Je suis Sa'īd el-Hawā d'Alexandrie ».



Culture Pop en Égypte

Illustration 7c. États-Unis : « Encourager le travail », Allemagne : « Encourager l'industrie », Égypte : « Y'a pas à dire, pour vous on s'met au garde-à-vous / Les gars de 'Ezbet Moħsen, vous êtes des types réglos ».



Dans la scène originale, le directeur annonce que chaque étudiant sera inscrit à un nouveau concours organisé par l'école pour obtenir un prix. Lorsqu'un étudiant demande à savoir quels sont les prix offerts, le directeur énumère la liste entière : scooters, bicyclettes, ordinateurs, un plat à la cantine, des tables de billard et de ping-pong. Les étudiants applaudissent avec grande joie, puis les personnages autour du directeur prennent la parole pour ajouter leur grain de sel. L'enseignant expérimenté joué par Hishām Selīm ajoute qu'ils créeront des classes supplémentaires pour les étudiants travailleurs, l'enseignante jouée par Basma rappelle aux élèves inscrits en musique qu'ils auront cours à six heures, puis l'ami incompetent joué par Aħmad Ĥilmī renchérit avec un bref et inutile : « Merci ! ». Tout au long du film, cet ami

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

est construit comme un personnage qui renchérit sans réfléchir et peu importe ce que disent les autres personnages, d'où l'humour de l'intervention insignifiante après celles des autres enseignants.

La structure du gag est conservée dans la caricature, tandis que chaque personnage est remplacé par différentes nations. À l'image des deux premiers enseignants, deux nations avancées, industrialisées, « compétentes » en somme, déclarent leurs accomplissements ou encore leurs priorités politiques, ce sur quoi renchérit l'ami incarnant l'Égypte incompétente et irréfléchie avec une phrase tirée d'une chanson du registre *sha'bi* (supposément produit et consommé par les classes populaires inéduquées, voir *infra*). La cour d'école n'est pas visible comme dans la scène originale, mais elle agit comme un public implicite de la caricature, un peu à la manière des hommes en arrière-plan de l'image #6. C'est peut-être là une métaphore de la « communauté internationale » ou encore du peuple égyptien. Quel qu'il en soit, c'est une masse attentive aux déclarations émises par chaque nation. L'effet global de la caricature est, encore une fois, celui de ridiculiser l'Égypte par rapport aux autres nations tout en offrant une suggestion implicite sur ce qui pourrait s'améliorer au pays.

Passons brièvement sur chaque gag. Dans l'image #7a, le Japon dit non à l'ignorance, les États-Unis disent non au chômage, l'Égypte dit « Non pas comme ça Abdo », le refrain du duo chanté par Pussy (Būsi) et Maḥmūd al-Laythī dans le film *'Eshsh el-Bolbol* (« Le nid du rossignol », 2013) ²¹. Dans l'image #7b, les États-Unis annoncent être contents d'être allés sur la lune, l'Allemagne d'avoir produit les meilleures autos, puis l'Égypte chante : « Je suis Sa'īd el-Hawā », reprenant le refrain d'une chanson éponyme par un chanteur du même nom dans le genre de la lamentation

21. [https://www.youtube.com/watch?v=O7_hczg1Gk].

populaire (*mawwāl sha'bi*). Le gag joue sur le mot « *sa'īd* », à la fois le prénom Sa'īd et l'adjectif « content ».

Dans l'image #7c, enfin, les États-Unis promettent d'encourager le travail, l'Allemagne l'activité industrielle, puis l'Égypte chante le refrain de la chanson de *mahragān* (électro-pop égyptienne) : *Mafīsh šāḥeb beyetšāḥeb* (« Il n'y a plus de vrais amis »)²². Cette chanson, composée par le collectif *Shobbēk Lobbēk* (« Abracadabra »), a été rendue célèbre auprès du grand public après le film *Eyāl ḥarrifa* (« Des jeunes bien habiles », 2016)²³. On peut traduire le refrain ainsi : « Y'a pas à dire, on se met au garde-à-vous / Les gars de 'Ezbet Moḥsen, vous êtes des types réglos »²⁴. La caricature joue sur les sens du terme arabe « *ta'zīm* » signifiant « encourager » ou « honorer » comme dans les deux premières phrases de la caricature, mais également employé dans l'expression militaire équivalente au « garde-à-vous » français. Dans un contexte « populaire » (*sha'bi*), elle sert à lancer un compliment public à une personne ou à un groupe comme les habitants du bidonville.

Encore une fois, nous avons affaire à une représentation de l'étranger fondée à la fois sur certains stéréotypes établis – le Japon terre de technologie et de savoir – et sur une connaissance médiatisée du pays en question – les États-Unis comme premier pays à avoir marché sur la lune et au taux de chômage relativement bas. Cette représentation reproduit encore une fois une évaluation négative de l'Égypte par rapport au monde et un discours implicite sur ce qu'il faudrait y améliorer – le

22. [<https://www.youtube.com/watch?v=GACDrZ7rvf0>].

23. À propos de l'« électro-*sha'bi* » et du genre *mahragān*, voir l'article de Nicolas Puig (9) dans ce volume.

24. Beaucoup de chants de type *mahragān* sont interprétés originellement pendant des noces populaires et commencent par saluer les habitants du quartier où ils se produisent - ici, un bidonville d'Alexandrie.

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

chômage, l'ignorance, l'industrie, ici associés à certaines nations en particulier. Ce qui est intéressant dans la série d'images #7, c'est que cette comparaison mène à la même conclusion que l'image #3 (à savoir, l'Égypte est le pire pays du monde), mais elle se base sur un stéréotype de la musique *sha'bī* pour créer cette impression. Le gag fonctionne dans la mesure où chaque fois qu'une nation « compétente » émet une déclaration sérieuse, l'Égypte, elle, ne se prend pas au sérieux. Or, elle se garde d'être sérieuse précisément parce qu'elle répète le refrain de phrases jugées absurdes et insignifiantes par le créateur de la caricature, qui présuppose que ces phrases, sinon le genre de la chanson *sha'bī* tout entier, sont gênantes au regard du monde.

On peut interpréter cet embarras en faisant appel à l'idée d'« intimité culturelle » proposée par l'anthropologue Michael Herzfeld²⁵. L'intimité culturelle est une attitude négative envers certains traits jugés gênants au regard de l'étranger et en public, mais constituant une part importante et valorisée de la pratique locale et privée. Herzfeld utilise l'exemple des plats cassés durant les cérémonies de mariage en Grèce pour expliquer comment un trait culturel jugé par ses interlocuteurs grecs comme étant gênant, inauthentique, performé pour les touristes émerge comme élément central de la pratique locale du mariage. C'est en ce sens que la musique *sha'bī* peut être jugée à la fois comme étant peu sérieuse au regard de l'étranger et l'une des musiques les plus écoutées en Égypte. Ce sentiment est caractéristique du rapport de la jeunesse urbaine et éduquée à cette musique. Si on peut l'entendre résonner dans de nombreuses fêtes huppées au Caire, c'est dans ce rapport d'intimité culturelle qu'elle se retrouve toujours : embarrassante en public, appréciée en privé. Il n'est

25. Herzfeld Michael, *Cultural Intimacy: Social Poetics in the Nation-State*, Londres, Routledge, 1997.

donc pas surprenant que la caricature numérique devienne en ce sens l'extension de ce sentiment ambivalent : l'Égypte est un pays absurde à cause de la musique « populaire », mais on écoute et reconnaît suffisamment cette musique pour pouvoir créer une série de blagues basées sur ces hits les plus connus ²⁶.

Cette interprétation nous pousse à nuancer la différence entre les refrains invoqués par la série d'images #7. Si les gags fonctionnent avant tout à cause du rapport d'intimité culturelle décrit plus haut, les refrains invoqués se situent d'une manière différente par rapport à ce genre musical. Le refrain de l'image #7a provient de l'une des chansons principales d'un film commercial de la maison de production Sobky Films (*aflām al-Subkī*) : *Eshsh el-Bolbol*, lancé lors de la saison de Ramadan 2013. L'étiquette Sobky est attachée à un genre de cinéma commercial parfois lui-même désigné comme étant *sha'bi*, et devenu omniprésent après la révolution de 2011 ²⁷. La chanson s'intitule *La mesh keda ya 'Abdo* (« Non pas comme ça Abdo »), un duo où Pussy et Muḥammad al-Laythī chantent et dansent sur un thème aux connotations sexuelles à peine voilées. La chanson a aujourd'hui accumulé environ 16 millions de vues sur la plateforme YouTube,

26. Cette attitude envers la musique dite « vulgaire » a été analysée par Armbrust Walter, *Mass Culture and Modernism in Egypt*, Cambridge, Cambridge University Press, 1996, pp. 165-220 ; Puig Nicolas, « *Sha'abi* 'populaire' : usages et significations d'une notion ambiguë dans le monde de la musique en Égypte », *Civilisations*, 53/1-2 (2006), pp. 23-44 ; et Grippo James, "What's Not on Egyptian Television and Radio! Locating the 'Popular' in Egyptian *Sha'bi*", Michael Frishkopf (ed.), *Music and Media in the Arab World*, Le Caire, AUC Press, 2010, pp. 137-162.

27. Le nom Sobky se réfère aux deux frères Aḥmad et Muḥammad al-Subkī qui, après avoir fondé un vidéoclub à succès dans les années 1980, se sont lancés au cinéma dans les années 1990, pour entrer dans la liste des grands producteurs au cours des quinze dernières années. D'abord unis en une seule compagnie, les deux frères se séparent au début des années 2000. Ces compagnies sont toujours actives dans l'industrie du cinéma. Elles sont autonomes en pratique, mais le public reconnaît leurs productions – voire même les productions semblables de compagnies rivales – sous la brève étiquette de « Sobky », une épithète à présent répandue au Caire. Voir El Khachab Chihab, "The Sobky Recipe and the Struggle over 'the Popular' in Egypt", *Arab Studies Journal*, 27/1 (2019), pp. 34-61.

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

sans compter sa distribution à la télévision ou à la radio, elle-même démultipliée par les cafés, restaurants, microbus, scooters et autres moyens de transport diffusant cette musique dans les rues du Caire. Le film original d'où provient cette chanson n'a jamais connu un tel succès, mais cette diffusion au-delà des salles de cinéma explique entre autres la facilité avec laquelle le public imaginé par le caricaturiste numérique peut reconnaître ce refrain. On peut même supposer, à en croire la critique journalistique hautaine du vidéo-clip « Sobky », qu'une partie du public jeune, mâle, urbain et éduqué visé par la caricature numérique puisse se défendre d'écouter – ou loin s'en faut, d'apprécier – ce genre musical répandu.

La distribution à grande échelle d'une chanson comme « Non pas comme ça Abdo » n'explique pas à elle seule le caractère « populaire » du genre musical dit *sha'bī*. Selon les classifications locales, plusieurs chansons distribuées à grande échelle seraient davantage alliées à la « pop » dite « pour jeunes » (*shabābī*)²⁸. La musique *sha'bī*, elle, est centrée sur une voix habituellement mâle, se lamentant ou se moquant des inégalités sociales à partir d'une identification avec le « peuple », avec un son marqué par la percussion du tambourin et souvent accompagnée par un orgue électrique (*ürg*), un accordéon et/ou une flûte (*nāy*). Le *sha'bī* est historiquement lié au style *baladī* ancien, avec ses thèmes chantés avec déploration et son alternance entre les sections non mesurées de type *mawwāl* et les sections mesurées plus rapides, quoique moins rapides que la pop *shabābī* dansante. Au-delà du rythme, il existe une différence marquée entre les modes employés par

28. À propos de la distinction « *sha'bī/shabābī* », voir Gilman Daniel, *Cairo Pop: Youth Music in Contemporary Egypt*, Minnesota, University of Minnesota Press, 2014. Cette frontière tend à s'effriter dans le vidéo-clip dit « Sobky », à la fois sur le plan du style musical et sur le plan du modèle de distribution.

les deux styles. Si la musique *shabābī* emploie des modes aux tonalités similaires au mode mineur occidental, comme le *kurdī* et la *nahāwand*, la musique *sha‘bī* emploie régulièrement des modes à intervalles neutres (3/4 de ton) comme le *bayyātī*, le *ṣabā*, le *rāst*. La frontière musicale entre les styles *sha‘bī* et *shabābī* n’est cependant pas aussi étanche qu’il n’y paraît, puisque plusieurs chanteurs naviguent entre ces deux pôles.

La musique *sha‘bī*, répandue sur audiocassette dans le courant des années 1970 et 1980, connaît aujourd’hui une vaste distribution numérique, notamment sur format mp3 circulé par clé USB (*flāsha*) ou sur les plateformes en ligne comme Sound Cloud et YouTube. Les chansons populaires sont parfois enregistrées dans de petits studios indépendants, mais elles sont aussi souvent enregistrées lors de fêtes ou de mariages « populaires », d’où l’association entre ces événements sociaux et le vidéo-clip Sobky. Ce dernier est enregistré dans un studio de cinéma, dans des conditions beaucoup plus contrôlées sur le plan de la qualité de l’image et du son, mais son intérêt à reproduire la « fête » (*hafla*) ou le mariage (*farah*) provient d’une association vitale avec l’authenticité présumée du *sha‘bī* exprimant les problèmes et les désirs des classes urbaines subordonnées²⁹. C’est dans cette catégorie qu’il faut placer la chanson indiquée par l’image #7b, « Je suis Sa‘id el-Hawa ». Initialement enregistrée par un chanteur « populaire » relativement inconnu sauf sur le circuit local d’Alexandrie, la chanson est devenue virale sur Internet en raison du vers involontairement comique « *‘amalt-e wāhed ambalēh* » (« J’ai laissé la moto s’emballer »)³⁰, au milieu d’une chanson décrivant les aventures du chanteur sur son scooter.

29. Voir Puig Nicolas, *Farah : Musiciens de noce et scènes urbaines au Caire*, Paris, Actes Sud-Sindbad, 2010 et le chapitre de Nicolas Puig (9) dans ce volume.

30. [<https://www.youtube.com/watch?v=sNtFWoCGv6Q>].

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

Musicalement, la chanson « Non pas comme ça Abdo » recycle le style « populaire » d'une chanson comme « Je suis Sa'id el-Hawa », avec notamment une section à chant non mesuré s'inspirant du *mawwāl sha'bi* au début de la chanson, où les chanteurs se lamentent en se répondant, puis une section à chant mesurée (en *sīkāh*) où le rythme (*waḥda we-noṣṣ*) devient rapide et dansant, et le refrain indéfiniment répété. Toutefois, « Je suis Sa'id el-Hawa » peut plus aisément être placé dans la tradition du genre « populaire », notamment parce que la chanson n'est pas transformée en spectacle chantant et dansant, même si elle est devenue populaire au sens d'être suffisamment répandue pour être reconnue en dehors d'Alexandrie. Quant au refrain présenté dans l'image #7c, c'est un hybride du statut des deux premières chansons. « Il n'y a plus de (vrais) amis » a commencé comme une collaboration entre jeunes chanteurs locaux pour ensuite devenir un hit « populaire », avant d'être recyclé (dans une version modifiée) pour un vidéo-clip « Sobky » dans un film à faible succès. Il faut aussi remarquer la différence entre le style musical des deux premières chansons et cette dernière, puisqu'elle emploie un rythme caractéristique de l'électro-pop égyptienne ainsi que la technique d'ajustement automatique de la voix à la mélodie (*Auto-tune*).

Malgré ces nuances entre les trois chansons, il semblerait que les créateurs de la série d'images #7 se basent sur la présupposition selon laquelle toutes ces chansons entrent à divers titres dans la catégorie *sha'bi*, à la fois embarrassante et authentiquement égyptienne. Ce rapport d'« intimité culturelle » à la chanson n'est pas nécessairement celui de la population égyptienne en général, considérant que les trois chansons proviennent de milieux et de styles musicaux différents en Égypte, mais il est

certainement caractéristique d'une jeunesse urbaine et éduquée créant bon nombre de caricatures numériques. À ce titre, la catégorie populaire *sha'bi* peut être perçue d'une manière peu nuancée par certains groupes sociaux aisés, cependant qu'on peut l'analyser en détail pour refléter sa complexité dans plusieurs sphères de la culture égyptienne – le cinéma commercial, le circuit musical local, les plateformes en ligne. Le « populaire » se construit ainsi non seulement comme tradition musicale avec une sphère d'influence plus ou moins extensible, mais comme catégorie de classe effaçant les distinctions entre groupes et styles nuancés. C'est à travers cet effacement qu'un caractère national proprement égyptien, gênant et authentique, se construit dans la série d'images #7.

Caractères nationaux et actualité mondiale

Les comparaisons internationales dans la caricature numérique égyptienne sont parfois faites dans l'absolu, comme on peut le constater dans l'image #3 ou encore dans la série #7. Le plus souvent, elles sont produites en réaction à un événement ponctuel de l'actualité politique. L'image #6 est un exemple adéquat quoique peu mémorable de cette tendance. Si la comparaison entre les Émirats généreux envers sa jeunesse et l'Égypte répressive peut sembler générale et abstraite, elle est en réalité produite par une déclaration ponctuelle faite par un représentant émirati. L'image elle-même ne suggère en rien ce contexte d'actualité, mais plusieurs autres caricatures ne peuvent être comprises que dans un tel contexte. Grâce à ces références à l'actualité politique, on est à même de constater comment le créateur de caricatures numériques devient un analyste, cherchant à rassembler certains matériaux culturels et médiatiques pour

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

créer une représentation historiquement spécifique de l'étranger sur la base d'une « étude à distance de la culture ».

Prenons l'image #8, publiée à la suite de la visite du roi d'Arabie saoudite Salmān b. 'Abd al-'Azīz le 7 avril 2016. À l'occasion de cette visite et sous la tutelle du président Sissi, l'Égypte a conclu un accord sur la délimitation des frontières maritimes entre les deux États, revenant à céder unilatéralement à l'Arabie saoudite deux îlots déserts, mais stratégiquement situés dans la mer Rouge : Tīrān et Ṣanāfir. Cet épisode est d'une grande importance dans l'histoire récente du régime actuel, puisqu'il marque le premier moment d'une opposition unanime au président Sissi après 2013, réunissant à la fois ses partisans et ses opposants. Alors que la presse avait incessamment attaqué le président déchu Mohamed Morsi pour un prétendu complot visant à vendre certaines terres égyptiennes au Qatar, la cession des deux îles à l'Arabie saoudite a créé une onde de choc à la fois auprès de la jeunesse révolutionnaire, des hauts fonctionnaires de l'État, et de la « majorité silencieuse » ayant soutenu la campagne présidentielle de Sissi. À l'exception de quelques éditorialistes médiatiques offrant leur appui inconditionnel au régime, notamment Muṣṭafā Bakrī et Aḥmad Mūsā, un consensus national s'est créé autour d'un sentiment de trahison commise par Sissi envers son pays – d'où le consensus satirique contre cette cession dans l'univers de la caricature numérique.

L'image #8 est encore empruntée à une scène de la comédie *Al-Nāzīr*, où le protagoniste et directeur d'école (à droite) est assis au bar avec son ami incompetent (à gauche). La tête de l'ami est remplacée par celle de Sissi. Le directeur, quant à lui, est affublé du couvre-chef typique des Saoudiens et joue le rôle de l'émir cherchant à commander une île comme on commande

un verre au bar. Sissi renchérit avec une commande de deux îles plutôt qu'une, à l'image de l'ami du protagoniste commandant deux verres dans le film original. Le gag du compagnon renchérisant sans réfléchir sur ce que disent ces amis devient ici un commentaire comique sur la politique de Sissi envers ses compères saoudiens, tout en critiquant sa décision de céder Tîrân et Şanāfir à l'Arabie saoudite.

Illustration 8. « Une île, s'il vous plaît ».

« Une seule ? Donne-lui deux îles ! ».



Cette caricature ne représente pas un caractère national égyptien et saoudien essentiel, mais bien une analyse de la politique internationale actuelle, comprimée en une image aux multiples significations. On y voit à première vue le

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

président Sissi assis avec un ami saoudien qui, étant données les circonstances, doit bien être le roi Salmān b. 'Abd al-'Azīz (même si l'image se prête à une interprétation plus générale, dans la mesure où le visage du monarque n'est pas apposé comme celui de Sissi). On établit ainsi d'une manière métonymique l'amitié de l'Égypte (incarnée par son président) avec l'Arabie saoudite (incarnée par le directeur d'école). Puis on s'aperçoit qu'ils commandent des verres au bar avec excitation, une activité avec laquelle les habitants du Golfe et en particulier les Saoudiens sont associés au Caire, intéressés comme ils le sont par le tourisme de nuit dans la métropole égyptienne³¹. On peut déceler ici un commentaire moralisateur sur le comportement des Saoudiens – et, par extension, celui de l'Arabie saoudite – dont la ligne islamique dure s'effondre par intérêt pour l'alcool ou, ici, pour la géopolitique traîtresse. On peut également s'apercevoir que le comportement de Sissi correspond au stéréotype des accompagnateurs égyptiens de touristes du Golfe, à mi-chemin entre l'escroc et le maquereau, entre un appétit insatiable pour l'argent de leurs clients et un désir mielleux de plaire à tout prix. On s'aperçoit que l'Arabie saoudite se veut modeste avec sa demande (somme toute rocambolesque) de commander une seule île au bar, mais Sissi renchérit avec une offre de deux îles, signifiant par là son attachement inconditionnel aux intérêts de la monarchie.

31. Voir Wynn Lisa L., *Pyramids and Nightclubs: A Travel Ethnography of Arab and Western Imaginations of Egypt, from King Tut and a Colony of Atlantis to Rumors of Sex Orgies, Urban Legends about a Marauding Prince, and Blonde Belly Dancers*, Austin, University of Texas Press, 2007.

Culture Pop en Égypte

Illustration 9. Sissi : « Je te disais, papa, je voulais que tu augmentes mon argent de poche ». Salmān : « Encoooooore ? ».



Illustration 10. Salmān : « Et toi, tu es avec Barcelone ou le Real Madrid ? ». Sissi : « Non, moi je suis avec le riyal saoudien ».



« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

Dans l'univers de la caricature numérique, cet attachement est souvent attribué aux fonds indéfinis investis par l'Arabie saoudite afin de maintenir Sissi en place après son accession au pouvoir. Les images #9 et #10 montrent ce rapport intime entre Sissi et le roi Salmān, cette fois-ci représenté en personne au lieu d'être implicitement suggéré par un couvre-chef. La première image, publiée quelques jours avant la visite officielle du monarque, montre les deux chefs d'État assis en conférence de presse. Sissi demande à Salmān de lui augmenter son argent de poche (*maṣrūf*), comme un enfant ou un adolescent pourrait le demander à son père dans l'imaginaire patriarcal local. « Encore ?! », répond Salman avec exaspération, se référant ainsi au financement continu de la monarchie saoudienne pour le régime de Sissi.

Dans la seconde image, publiée plusieurs mois après la visite du roi saoudien et l'annonce de la cession de Tīrān et Ṣanāfir, Salmān demande à Sissi : « Tu es avec Barcelone ou le Real Madrid ? ». À cette question commune parmi les jeunes hommes intéressés au foot, Sissi répond avec une joie visible : « Je suis avec le riyal saoudien ». Le Sissi caricaturé joue ainsi sur l'homophonie entre le Real et le riyal, le club de football et la monnaie saoudienne, soutien financier du régime. Cette image est tirée du film *Yōm malūsh lazma* (« Un jour sans intérêt », 2016). Il s'agit à l'origine d'une scène secondaire, où un petit trafiquant de drogue (dont la tête est remplacée par Sissi) s'assoit aux côtés d'un général dans l'armée. Le trafiquant se sentant acculé prétend être l'ami du fils du général, lui-même travaillant dans l'unité anti-drogue que le général connaît apparemment assez bien. À un moment, ils se remémorent un raid où ils étaient impliqués tous les deux, puis le général demande au trafiquant : « Étais-tu dans l'équipe de gauche ou celle de droite ? », croyant toujours qu'il faisait partie

de la brigade anti-narcotique. « On courait devant vous », répond le jeune homme, échappant au choix binaire pour révéler son identité d'une manière comique. La caricature reproduit la même structure pour dévoiler l'attachement de Sissi à l'argent saoudien.

La représentation de l'Égypte et de l'Arabie saoudite est ainsi filtrée par l'actualité politique internationale, présentée et critiquée à travers de nombreuses références intermédiaires. Plusieurs caricatures sont explicitement liées à un événement rapporté par la presse nationale, puis associées à l'univers fictionnel du cinéma, de la télévision ou du théâtre commerciaux. Pour poursuivre sur le thème de la cession de Tirān et Ṣanāfir, l'image #11 annonce la visite prochaine du président François Hollande par la voix du quotidien national gouvernemental *Al-Abrām*. Celui-ci cite le Premier ministre Sharif Ismā'il : « Visite du président français en Égypte d'ici quelques jours et signature d'accords importants ». L'image montre Sissi à l'avant-plan d'une photo ancienne de Maṣṣūra, une ville du Delta célèbre pour sa population européenne et surtout française au XIX^e et au début du XX^e siècle, et plus anciennement comme le lieu d'une victoire ayyoubide sur les Francs menés par Louis IX lors de la septième croisade. Ces associations n'ont pas à voir avec la véritable ville de Maṣṣūra, mais elles régissent l'imaginaire de la ville incarné dans cette image entre autres représentations populaires. Sissi à l'avant-plan demande à la ville si jamais elle peut lui en vouloir. Dans un contexte où la visite récente d'un chef d'État étranger (en l'occurrence, le roi d'Arabie saoudite) avait mené à la vente de deux îles sous prétexte de restitution à leur propriétaire original, il semblerait que la visite de François Hollande soit devenue l'occasion d'une « restitution » de Maṣṣūra à la France.

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

Illustration 11. *Al-Ahram* : Le Premier ministre : « Visite du président français en Égypte d'ici quelques jours et signature d'accords importants ».

Sissi : « Maṣṣūra, est-ce que tu pourrais m'en vouloir un jour ? ».



Plus subtile est ici la référence à la comédie *Abū 'Alī* (2005). Le protagoniste Ḥasan Abū 'Alī, joué par la star Karīm 'Abd al-'Azīz, est un petit voleur poursuivi par la police et en fuite avec son ami Amīn, joué par le comédien Ṭal'at Zakariyyā. Dans la caricature, le visage de Sissi est substitué à celui du jeune fugitif déguisé en chapeau et en écharpe, mais Amīn est absent et se trouve plutôt évoqué par la ville de Maṣṣūra. Dans l'original,

Abū 'Alī se voit obligé de faire du stop en levant le pouce sur l'autoroute pour poursuivre son escapade avec son ami, mais aucune voiture ne veut s'arrêter au milieu de la nuit pour les deux hommes. Amīn indique nonchalamment qu'il faudrait presque se jeter sur une voiture pour qu'elle s'arrête, ce à quoi répond Abū 'Alī avec un air espiègle : « Amīn, est-ce que tu pourrais m'en vouloir un jour ? » Amīn, innocent, répond avec une formule typique à propos de la loyauté indéfinie de l'ami pour son meilleur ami, puis Abū 'Alī le pousse effectivement sur une auto allant à toute vitesse. Amīn survit à cette trahison, mais il n'est pas certain que Maṣūra puisse échapper à la trahison de Sissi après sa « rétrocession » comique à la France.

L'image #12 poursuit sur le même thème de la cession d'un territoire égyptien à la France, toujours dans l'esprit d'une réaction à l'actualité politique. La légende en haut de l'image rapporte la même nouvelle à propos de la visite du président français par la voix du Premier ministre. Cette fois-ci, le personnage joué par l'acteur Bayyūmī Fu'ād remplace probablement le Premier ministre, dont le communiqué de presse se trouve ainsi étendu par la voix comique du personnage proposant d'autres territoires à la France. Il lui offre d'abord la Munūfiyya, un gouvernorat rural du Delta célèbre pour être la province d'origine de la plupart des hauts cadres de l'armée depuis la révolution de 1952, incluant Moubarak et Sissi. Cette offre ne semblant pas assez alléchante, il propose alors Hurghada, une station balnéaire très touristique sur la mer Rouge. Le personnage justifie l'offre en disant que cette ville sérait mieux aux filles françaises, puisque la mer et la plage correspondent aux stéréotypes des activités préférées des jeunes Européennes en Égypte.

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

Illustration 12. Premier ministre : « Visite du président français en Égypte et signature d'accords importants ».



« On a plusieurs autres îles, mais que dirais-tu de prendre la Munūfiyya ? ».

« OK, peut-être pas la Munūfiyya, que dirais-tu de Hurghada ?

Elle est jolie et sympathique et elle plaira aux filles françaises ».

Les images #11 et #12 présentent certaines idées reçues sur la France et ce qui est considéré « français » en Égypte, comme la ville de Manṣūra ou encore le penchant des filles françaises pour les stations balnéaires. Ces stéréotypes sont cependant mis au service d'une représentation de la position de l'Égypte dans le monde, telle qu'elle est filtrée par l'actualité internationale. Les caricatures numériques ci-dessus agissent au-delà d'une

construction identitaire binaire opposant une Égypte uniforme à un étranger indistinct. Elles font plutôt état d'une conscience nuancée de la société égyptienne en rapport à certaines nations étrangères, en critiquant le régime en place et ses agissements lors de ce qui est perçu comme une vente au rabais du territoire égyptien. La caricature tente ainsi de décrire et d'expliquer la position internationale de l'Égypte au lieu d'assumer l'essence identitaire de cette position et celle d'autres nations.

Illustrations 13 et 14. « Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? » « Et la France ! ».



Au-delà d'une critique implicite de l'Égypte, un examen du caractère national de certaines nations étrangères se manifeste parfois en réponse à leur propre actualité politique. Les caricatures numériques égyptiennes se sont ainsi intéressées aux nombreuses attaques islamistes en France à partir de janvier

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

2015. Cet intérêt s'est souvent exprimé comme mise en rapport entre les problèmes du Moyen-Orient et ceux de la France. Ainsi, l'image #13 reprend la phrase avec laquelle nous avons commencé – « Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? » – pour ensuite renchérir « et la France ! » à la manière du professeur sévère joué par Yūsuf 'Īd dans une scène souvent recyclée au sein de l'univers de la caricature numérique en Égypte. Se moquant de la formule contre-révolutionnaire, l'image met en rapport explicite la France actuelle avec d'autres nations affectées par l'islamisme radical. L'image #14 parvient à créer le même effet sans employer de légende : on voit là une scène du film *Āyez Ḥaḥi* (« Je veux ce qui m'est dû », 2003), où le protagoniste joué par Hānī Ramzī est arrêté puis lancé aux côtés de ses amis. Dans la caricature, Ramzī devient la France accueillie par ces amis – la Syrie, l'Irak et l'Égypte – eux-mêmes affligés par le même supplice.

Cette connexion entre la France et certains pays du Moyen-Orient est évidemment temporaire : il s'agit d'une réaction à l'actualité internationale jouant explicitement sur le paradoxe selon lequel la France, nation cultivée, raffinée et développée dans l'imaginaire national égyptien, n'est pas normalement impliquée dans la même catégorie que la Syrie, l'Irak ou l'Égypte. C'est pourtant cette possibilité qu'envisagent ces dernières images, voire même la possibilité que la France puisse apprendre certaines choses de l'Égypte. Ainsi, l'image #15 commence avec un bulletin d'information annonçant que le président français invite ses concitoyens à l'appuyer pour combattre le terrorisme après les attaques de janvier 2015. Les cases suivantes montrent François Hollande cherchant à copier la copie d'examen de Sissi : « Regarde ta feuille ! », crie le surveillant absent.

Illustration 15. Le président français demande à ses concitoyens de lui donner un mandat pour combattre le terrorisme.

« Regarde ta feuille ! ».



La scène originale provient de la légendaire comédie *Al-Limbī* (2003)³², où le protagoniste joué par la star Muḥammad Sa'd est forcé à prendre l'examen certifiant qu'il n'est plus analphabète (*imtiḥān maḥw al-ummiyya*). Sa'd, dont la tête est remplacée par celle de François Hollande dans la caricature, n'arrive à remplir aucune réponse et cherche à tricher avec son voisin. La caricature joue sur le terme « mandat » (*tafwīd*). C'est le même mot qu'a employé le général Abdel Fattah El Sissi après son coup d'État de juillet 2013 pour demander au peuple de

32. Pour des analyses plus détaillées du personnage de Limbī, voir Hamam Iman, "Disarticulating Arab popular culture: The Case of Egyptian Comedies", *Arab Cultural Studies: Mapping the Field*, Tarik Sabry (ed.), Londres, I.B. Tauris, 2012, pp. 186-213 et Van Eynde Koen, "Mohamed 'el-Limby' Saad and the Popularization of a Masculine Code", *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*, 4/1 (2011), pp. 1-25.

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

lui « mandater » la dispersion par la force des manifestations de la place Rābi'a al-'Adawiyya et de la place al-Nahḍa, organisées en appui au président affilié aux Frères musulmans, Mohamed Morsi. Au pouvoir depuis 2012, Morsi est soudain accusé d'appartenir à une organisation terroriste en 2013, à l'image des islamistes que Hollande cherche à combattre dans l'image #15. D'où l'injonction pour Hollande de « regarder sa feuille », pour ne pas copier les tactiques de Sissi envers l'islamisme radical.

Cette caricature illustre la conséquence inattendue quoique logique de l'idée selon laquelle la représentation de l'étranger constitue un genre d'« étude à distance de la culture ». Cette représentation s'effectue parfois à travers les idées reçues sur certaines nations et leur caractère, comme dans les images #3 à #7, mais elle est parfois directement affectée par une lecture de l'actualité internationale. Cette lecture se produit dans le contexte d'une prise de conscience historiquement spécifique d'une situation géopolitique, alliée à certaines présuppositions sur les caractères nationaux y étant impliqués, comme dans les images #8 à #15. Ces préjugés sont ajustés à l'appréhension de la situation géopolitique par le caricaturiste, et il peut en résulter une image où un stéréotype est renforcé – ex. l'Arabie saoudite comme ressource financière pour l'Égypte – ou encore subverti – ex. la France demandant conseil à l'Égypte pour peaufiner sa stratégie anti-terroriste.

Conclusion

Nous avons commencé ce chapitre avec une brève question : comment la caricature numérique égyptienne se représente-t-elle l'Égypte et l'étranger ? À travers quelques exemples tirés du corpus énorme de la caricature numérique

égyptienne, j'espère avoir montré comment ces représentations dépassent une simple opposition binaire. Elles prennent plutôt l'aspect d'une « étude à distance de la culture » montrant, d'une part, ce qui est spécifique à certains caractères nationaux à travers les stéréotypes courants à leur sujet et l'actualité internationale et, d'autre part, ce qui peut être amélioré dans le présent de l'Égypte, au-delà du discours officiel tenu sur la nation. Cette analyse engage le caricaturiste dans une représentation de l'étranger qui est nuancée par plusieurs références intermédiaires, entre le cinéma, le théâtre, la presse, la télévision, ou encore la conversation ordinaire.

Pour conclure, j'aimerais revenir sur le rapport entre la caricature numérique et l'idée de « culture populaire » – un rapport à développer à mesure que se développeront les recherches sur la culture numérique égyptienne. Ces caricatures sont-elles une forme culturelle « populaire » au sens qu'elles circulent parmi un immense public, comptant potentiellement des millions de spectateurs ? Sont-elles « populaires » en ce qu'elles font référence à l'univers de la culture dite *sha'bi*, par exemple à travers les chansons des films de type « Sobky » ? Sont-elles « populaires » parce qu'elles réfèrent à la culture des jeunes (*youth culture*), par exemple dans les références au cinéma ou encore à la musique « pop » ?

Il est difficile de considérer la caricature numérique exclusivement dans l'un des trois sens ; une difficulté classificatoire qu'avait pressentie Stuart Hall dans son essai sur la déconstruction du populaire³³. Si la caricature numérique se situe entre ces différentes formes culturelles, elle demeure

33. Hall Stuart, "Notes on Deconstructing 'the Popular'", Storey John (ed.), *Cultural Theory and Popular Culture. A Reader*, Hemel Hempstead, Prentice Hall, 1988, pp. 442-453.

« Est-ce que ça ne vaut pas mieux que d'être comme la Syrie et l'Irak ? »

le produit conscient et ponctuel d'un groupe social spécifique, et sa production ne peut être attribuée à un réservoir culturel anonyme appartenant au « peuple ». L'univers fictionnel auquel les caricatures font référence est d'ailleurs limité et particulier, n'englobant pas la totalité du corpus culturel cinématographique, télévisuel ou musical égyptien. Certaines comédies comme *Al-Nāzīr*, *Abū 'Alī* ou *Al-Limbī* reviennent en permanence dans l'univers de la caricature numérique, mais on y retrouve peu souvent d'autres avatars de la culture légitime promue par l'État, comme le cinéma réaliste ou les chansons nationalistes. Cet univers est associé à une génération spécifique de jeunes hommes, amateurs de films comiques populaires du début des années 2000, mais faisant parfois référence à des comédies à succès plus récentes et aux classiques du théâtre populaire des années 1970 et 1980. À en juger par ces références, cette génération diffère assez clairement de la génération de leurs parents et de leurs grands-parents, dont l'univers médiatique incluait plusieurs figures promues par l'État – notamment Umm Kulthum, Yūsuf Wahbī, Ismā'īl Yāsīn, 'Abd al-Ḥalīm Ḥāfīz, etc. Ces figures se font rares dans l'univers de la caricature numérique, dominé actuellement par les avatars d'une culture populaire de « jeunes ».

On peut considérer la caricature numérique comme une extension visuelle d'une pratique commune parmi les jeunes Égyptiens, qui incorporent des gags de films ou de séries télé (*efēhāt*, arabisation du français « effet ») dans leurs conversations quotidiennes, créant un univers auto-référentiel de gags tirés d'une fraction de la production culturelle nationale. Cette limite auto-référentielle est entre autres sociologique, au sens où elle trace les contours de créateurs et de consommateurs provenant de

groupes identifiables en ligne, mais elle est également extensible à la mesure des références intermédiaires effectuées entre le cinéma, la télévision, l'actualité internationale et la conversation ordinaire par ces groupes. Si certains gags sont plutôt le fruit du moment, éphémères et destinés à l'oubli, d'autres sont plus persistants, comme on peut le constater à travers les images présentées tout au long du chapitre. Il me semble donc indispensable d'adopter, du moins en partie, l'attitude de Stuart Hall envers la catégorie de « culture populaire ». Il s'agit ici non pas d'identifier la caricature numérique comme une forme culturelle attribuable « au peuple », ou encore d'identifier un « peuple » autonome et authentique dont l'activité culturelle devrait nous préoccuper, mais plutôt d'examiner la caricature numérique comme un champ où se manifestent certaines luttes sociales. Ces luttes sont visibles, par exemple, dans le dénigrement implicite de la musique « populaire » (*sha'bi*) dans la série d'images #7, mais elles sont également visibles dans l'ensemble des caricatures présentées dans ce chapitre. La tentative de définir une meilleure Égypte en offrant une critique de l'état actuel du pays provient d'une position sociale et générationnelle précise – jeune et mâle, probablement urbaine et éduquée – insérée en rapport à d'autres classes ou à d'autres générations. Il convient donc d'étudier cette tentative de positionnement complexe au lieu d'assumer l'autonomie de l'univers de la caricature numérique par rapport à une « culture populaire » répandue et anonyme qu'elle serait censée représenter.