

École Nationale Supérieure Louis-Lumière



Mémoire de MASTER 2

**La représentation des femmes
à travers la photographie de mode tunisienne :
la construction d'une identité et ses enjeux**

Jaïdane Emna

Spécialité Photographie - Promotion 2019

Membres du jury :

Joanna Ben Souissi, Pascal Blanchard, Claire Bras, Véronique Figini, Pascal Martin.

Mémoire dirigé par :

Véronique Figini, historienne de la photographie, maître de conférences à l'ENS Louis-Lumière, et chercheure associée au Centre d'histoire sociale des mondes contemporains du XXe siècle (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne/CNRS).

et Pascal Blanchard, historien spécialiste de l'Empire colonial français, enjeux de diversité et des histoires de l'immigration.

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier Véronique Figini et Pascal Blanchard d'avoir dirigé avec patience ce mémoire et de m'avoir soutenue dans les moments de réflexion et de remise en question complexes que peut engendrer un processus de recherche.

Merci aux membres du jury pour leur lecture attentive de ce mémoire.

Merci à Jacques Perconte et Claire Bras d'avoir été présents et à l'écoute lors de nos rendez-vous et à Christophe Caudroy pour sa disponibilité concernant les parties pratiques de mémoire.

Je remercie dans l'ordre de nos entretiens :

Joanna Ben Souissi, photographe et directrice artistique, d'avoir cru en mes capacités depuis le début de cette révolution,

Farah El Kadhi, influenceuse et animatrice de télévision pour son regard sur l'image des femmes en Tunisie,

Hakim Fekih, journaliste, d'avoir répondu à mes si nombreuses questions sur l'histoire et la situation politico-économique de la Tunisie avec autant de précision,

Alice Pfeiffer, journaliste de mode, pour son temps et son point de vue éclairé sur mes problématiques,

Jamila Guiza, anthropologue, pour son enthousiasme et ses réflexions intelligentes,

Florie Bavard, chercheuse en sciences sociales, pour son aide méthodologique précieuse,

Hend Jebali, rédactrice en chef du site web de *FF Designer*, pour ses réponses pertinentes, optimistes et encourageantes quant au futur de la photographie de mode en Tunisie,

Pour m'avoir ouvert une fenêtre sur leur intimité, merci à mes modèles, Sabrine Laribi,

Fatma Zohra Ben Salah, Nada Khomsi, Cyrine Drissi, Jamila Guiza, Habiba Tayachi, Monia Saïdane, Meriem Jaïdane, et Sophia Ben Brahim.

Merci à Amine Ben Salah, assistant à la rédaction en chef à *Mille World*, mais surtout ami, qui m'a accompagnée à chaque étape de ma réflexion, et m'a laissée apprendre de sa brillante sensibilité.

Merci à Robin Gra et Fatma Ben Yedder, pour leur bienveillance, leur présence, et avant tout, leur patience.

Merci à la famille Jaïdane-Saïdane, pour leurs conseils, leurs relectures, et leur soutien inconditionnel, malgré la distance.

Merci à ma promotion, pour ces années mémorables passées ensemble.

Résumé

La photographie de mode, véhicule expressif d'idéaux identitaires féminins, est aujourd'hui en Tunisie un adjuvant de la diffusion de nouveaux codes construits par les communautés créatives. Se saisir de l'origine des conventions attribuées aux femmes, implique de prendre en compte plusieurs aspects d'une forme de sédimentation historique. L'impact des imaginaires coloniaux, folklorisants et sexualisants, la propagande des régimes autoritaires au féminisme politique, et l'essor photographique lié à la transition démocratique de 2011 ont chacun apporté leur pierre à cet édifice. Si le discours médiatique diffusé par le pays tend à répandre l'image d'une femme tunisienne à la modernité précisément définie, il est essentiel de questionner la naissance de ce modèle unique afin de s'intéresser à la reconnaissance d'identités plurielles dans ce contexte.

Mots-clés Photographie de mode, Tunisie, Médias, Femme tunisienne, Art décolonial

Abstract

Fashion photography is a vehicle for representing the feminine ideal and today in Tunisia, it is a powerful vector of new visual codes developed by creatives. Understanding the origins of conventions assigned to women, implies taking into account several aspects of a specific historical sedimentation. The impact of folklorizing and sexualising colonial imaginaries, authoritarian regimes' propaganda based on institutional feminism, and the photographic development related to the democratic transition of 2011 have all added different stones to the same building. If media discourses tend to spread the image of a unified pattern - the modern Tunisian woman - it is nonetheless essential to question the birth of this model to reconsider the recognition of the plurality of Tunisian women.

Key words Fashion photography, Tunisia, Media, Tunisian woman, Art and Decolonisation

SOMMAIRE

Remerciements	1
Résumé en français et mots clés	2
Résumé en anglais et mots clés	2
Sommaire	3
Introduction	5
I. Contexte et clés historiques	6
1. Premières représentations photographiques au Maghreb : la société, les hommes, les femmes (1881-1956)	7
a. Les premières représentations photographiques des peuples nord-africains (1870-1950)	8
b. Sexualisation et folklorisation des femmes : la place du dénudé et du porno-colonial	13
c. La massification et la diffusion des images (la carte postale. 1900-1950)	15
2. Évolution de la représentation des femmes : indépendance, Bourguiba, Ben Ali (1956-2011)	17
a. Les femmes et l'indépendance	17
b. L'héritage de Ben Ali et le mythe de l'exception tunisienne	21
3. Transition démocratique (2011)	25
a. Événements politiques catalyseurs d'une demande d'images et retour de photographes en Tunisie : un sentiment patriotique ravivé	25
b. Liberté de presse et mutation des marchés	31
c. L'impact des réseaux sociaux	34

II. La photographie de mode commercialisée en Tunisie : influences	39
1. L'influence du Moyen-Orient	41
a. Le Liban : le "Glamour" inspiré du monde de la musique	41
b. La Turquie : le Romantisme des séries télévisées	46
c. Dubaï : le Luxe diffusé par les réseaux sociaux	52
2. Tendances contemporaines en photographie de mode tunisienne	59
a. Revendication de symboles identitaires tunisiens	59
b. Folklorisation : survivance coloniale ou désir d'exportation ?	63
3. Création identitaire : expression d'une volonté et limites	67
a. Persistance du mythe de l'exception de la femme tunisienne	67
b. La difficulté à représenter la diversité des femmes tunisiennes	69
III. Représentations alternatives	73
1. Pour une photographie maghrébine et arabe ?	74
a. <i>Mille World</i> , désir d'une identité arabe	74
b. Étude d'images : Les femmes arabes par Mous Lamrabat	79
2. Représentations décoloniales	84
a. L'art décolonial	84
b. Chouftouhonna : Festival d'art féministe en Tunisie	85
Conclusion	88
Bibliographie	90
Table des illustrations	98
Présentation de la partie pratique	107
Annexes	113

Introduction

La photographie de mode en Tunisie est un étroit secteur pouvant être considéré comme epsilonïque face à son égal occidental, voire peu pertinent dans un contexte géo-politique tunisien qui mènerait plus à s'intéresser à la photographie de presse. Toutefois émergent depuis 2011 des magazines, sites web et influenceurs de mode, malgré la modeste industrie sur laquelle ces nouveaux acteurs se reposent.

Cette pratique exprime les désirs, des imaginaires tunisiens et ses flux de productions racontent la situation du pays. Elle démontre dans son exagération la plus totale l'idéal auquel aspire les photographes, les créateurs, les modèles et le public, et la manière dont ceux-ci mettent en scène ces idéaux.

Il convient donc de s'interroger sur la particularité de cette production contemporaine en regard de l'histoire picturale tunisienne. En effet, plutôt que de se focaliser sur le propos des photographies de mode, qui lui varie peu selon le contexte culturel, nous nous intéresserons plutôt aux choix esthétiques de mises en scènes, en essayant de lier ceux-ci au contexte politique et social tunisien actuel, ainsi qu'à l'histoire pictural singulière d'une ancienne colonie française.

Cette question est pertinente à deux points de vue, car elle nous enjoint un recul critique vis à vis à des formes photographiques certes récentes, mais s'inscrivant dans des dynamiques sociales et politiques séculaires. Or, même l'élite éduquée tunisienne - la principale impliquée dans la production de ces images- n'a pas toujours conscience des implications diverses de choix pris lors de la production de représentations photographiques, et notamment des origines politiques et historiques des références picturales qui font aujourd'hui partie de la culture visuelle en Tunisie. Enfin, ce questionnement permettrait de penser notre héritage visuel d'une manière apaisée et raisonnée, en évitant se véhiculer des formes de dominations d'origines coloniales, issues des périodes autoritaires etc.

Ce mémoire tentera donc d'aborder cette question en s'appuyant sur divers sources, en particuliers sur une série d'entretiens réalisés avec des créatifs tunisiens impliqués dans la

photographie de mode, mais aussi par ma connaissance de ce secteur d'activité autour duquel je gravite depuis 2010. Enfin, les analyses d'un corpus d'images choisi serviront cette analyse, complétée par une remise en contexte générale dans l'Histoire politique et visuelle tunisienne, et dans les débats entourant les questions de productions "décoloniales", en s'appuyant plutôt sur des écrits issues de la littérature scientifique. Nous nous poserons donc les questions suivantes :

Quelles sont les représentations hégémoniques de la femme véhiculées par la photographies de mode en Tunisie ? Et comment la situation économique, sociale, et politique, a-t-elle agit sur la production des images de mode ? Que dit cette photographie de mode sur l'évolution des modèles identitaires tunisiens ?

Il s'agira dans un premier temps de s'intéresser aux premiers imaginaires associés aux femmes tunisiennes. D'abord le fantasme colonial, arrivé au même moment que la naissance du médium photographique, développe une multitude d'images créant le stéréotype de la femme maghrébine. Ensuite, les régimes post-indépendance avec à leur tête Habib Bourguiba puis Zine el-Abidine Ben Ali façonnent à leur manière l'image des femmes tunisiennes à travers des outils politiques. En analysant la production photographique de mode commercialisée après 2011, date de la transition démocratique, il sera question d'établir un état des lieux de cette représentation, en mettant en avant les tendances et influences reconnaissables, pour les mettre en parallèle avec l'héritage observé. Enfin, les enjeux contemporains de cette production mis en exergue permettront d'ouvrir sur l'hypothétique futur de cette production.

Partie I
Contexte et clés historiques

I. Contexte et clés historiques

Avant de s'intéresser à la représentation des femmes dans la photographie de mode tunisienne, il est important de se questionner sur la genèse historique de ces représentations. Il sera question dans un premier temps de se pencher sur les paramètres historiques ayant influencé la formation de ces images et imaginaires, en particulier deux fractures historiques : la période coloniale, coïncidant avec l'apparition du médium photographique, et la transition démocratique tunisienne, ayant été le vecteur d'une redynamisation des flux d'images dans le pays.

1. Premières représentations photographiques au Maghreb : la société, les hommes, les femmes (1870-1950)

a. Les premières représentations photographiques des peuples nord-africains (1870-1950)

La question de la représentation coloniale française du Maghreb et de ses populations n'a pas été traitée d'emblée dans sa dimension visuelle et photographique. Au préalable, une prise de conscience historique, humaine et psychologique qui amène à des débats autour de la construction des imaginaires visuels a été nécessaire. Parmi les écrits de référence de ces premières réflexions figure, *Les Damnés de la Terre* de Franz Fanon, dans lequel il questionne notamment l'aliénation du colonisé et sa relation violente avec le colonisateur.

“ Le colonialisme n'est pas une machine à penser, n'est pas un corps doué de raison.

Il est la violence à l'état de nature et ne peut s'incliner que devant une plus grande violence.”¹ (p. 61)

¹ *Les Damnés de la Terre* est le dernier livre publié en 1961 de Frantz Fanon. D'abord censuré pour “atteinte à la sécurité intérieure de l'Etat”, en pleine guerre d'Algérie, il appelle les africains à la contre-violence de l'empire colonial, en pointant du doigt l'atrocité de sa fureur. Le livre est un écrit fondamental de la pensée anti-coloniale, et reste d'actualité jusqu'à aujourd'hui. Il a inspiré par exemple le documentaire *Concerning Violence* (2014) de Göran Hugo Olsson.

La violence évoquée par Franz Fanon est essentielle. Elle régit les pratiques et comportements des forces dominantes sur les peuples indigènes, et construit les portraits tant du colonisé, que du colonisateur.

Dans *Portrait du Colonisé précédé du Portrait du Colonisateur*², Albert Memmi expose la complexité de ces rôles nouveaux. Il explique en particulier que le colonisateur se définit exclusivement par rapport à l'indigène qu'il domine, ce qui est inéluctablement discernable dans la très grande production d'affiches et d'images de propagande de l'époque coloniale : les rapports de domination sont à la source de la production visuelle.

Des affiches à l'esthétique et au graphisme travaillés, appellent à rejoindre l'idéologie coloniale, à visiter les colonies, ou encore l'exposition coloniale de 1931. L'article « La représentation de l'indigène dans les affiches de propagande coloniale : entre concept républicain, fiction phobique et discours racialisant »³ écrit en 2001 par Pascal Blanchard décrit cette identité attribuée au colonisé contre son gré et en rapport constant avec le colonisateur. Le discours porté par ces images montre la construction de l'autre par rapport à soi. C'est un imaginaire double qui permet de créer non seulement l'image de l'autre, mais aussi de soi-même, en tant que colonisateur : je ne suis pas [le colonisé] donc je suis. Cela rejoint l'essai cité d'Albert Memmi. Le colonisé est défini comme un être de la nature qui va être civilisé par l'Empire colonial français. C'est une bête qui est d'abord représenté en masse avant de l'être comme individu, l'individualité est réservée aux blancs et ses traits sont caricaturés, pour les rendre presque monstrueux.

Ainsi, dans les premières représentations de l'arabe en tant que personnage de l'imaginaire visuel Français, notamment par l'illustration et l'affiche, un certain vocabulaire graphique se dessine et se répète. Il est continuellement décrit comme un personnage entre sauvage et malin, à la barbarie violente, faisant de lui un guerrier parfait, dont il faut se méfier.

² *Portrait du colonisé, précédé du Portrait du colonisateur* (1957), est un essai de l'écrivain Albert Memmi. Juif tunisien de culture française, il décrit la complexité des relations entre colonisateur et colonisé, expliquant que le principe de l'assimilation (pourtant au coeur de la colonisation, bien que refusée au début) est impossible.

³ Blanchard, Pascal. « La représentation de l'indigène dans les affiches de propagande coloniale : entre concept républicain, fiction phobique et discours racialisant », *Hermès, La Revue*, vol. 30, no. 2, 2001, pp. 147-168.

Dans l'illustration de Charles Fouquerey (fig. 1), on distingue deux typologies décrites à travers le dessin. Au premier plan, une masse sombre, presque effrayante, avançant dans une scène de guerre vers l'ennemi. Leurs armes semblent obsolètes, ce sont des sortes de lances, symbole de sauvagerie, et rappelant la chasse ancestrale réalisée à la main.

À l'arrière plan, la figure du cavalier arabe magistral, tout de blanc vêtu, le cheval sur ses deux sabots arrières, rappelant les peintures orientalistes du XVIII^e siècle.

La seconde illustration (fig. 2) est la scène de la prise de la Sama d'Abd-el-Kader (opposant algérien) représentant la mission salvatrice de l'Empire colonial lors du débarquement sur les terrains nord-africains. Les indigènes, par terre dans leur tente, sont en adoration devant l'arrivée des modernes français, de leurs armes, de leur drapeau qu'ils brandissent avec fierté.

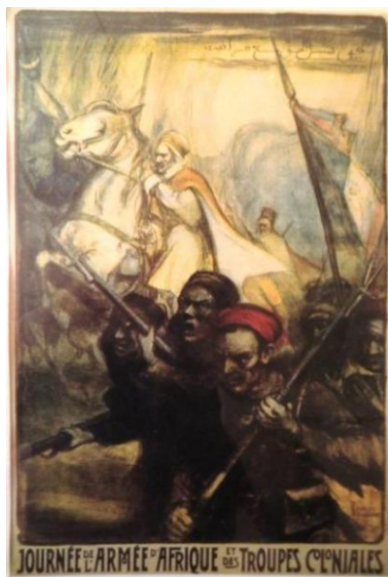


Fig. 1 FOUQUERAY Charles, *Journée de l'armée d'Afrique et des troupes coloniales*, 1916, 120 x 80 cm., Affiche lithographique, imprimeur Lapina Paris



Fig. 2 Artiste inconnu, *Prise de la Sama d'Abd-el-Kader*, 1950. Tableau d'Histoire N° 7 Verso, Format : 90 x 68 cm., Imprimeur Oberthur, éditeur Maison des Instituteurs M.D.I, Saint-Germain

Ces premières représentations visuelles sont donc à l'origine de la création des imaginaires coloniaux, mais ne sont principalement que des illustrations et gravures.

Qu'en est-il de la représentation photographique ? Afin d'attribuer une temporalité à l'aube de la popularisation de la photographie dans les industries et sa dimension d'utilisation commerciale, il est possible de l'aligner avec l'apparition et la reconnaissance historique du métier de photographe. Dans les années 1845, la profession connaît une profusion remarquable, notamment grâce aux nouvelles pratiques sérielles, en s'implantant dans plusieurs domaines d'activités. L'invention photographique trouve son berceau dans la culture européenne, aussi son arrivée dans maghreb colonial (Tunisie, Maroc, Algérie) est intrinsèquement liée à la colonisation.

Au XIX^e siècle, la photographie est introduite avec le colon. Il n'y a pas de photographie vernaculaire, le point de vue maghrébin n'est jamais développé spontanément avec ces techniques. Quand des maghrébins sont photographes, ils héritent de studios occidentaux, sont formés par des occidentaux, et répondent à des commandes venant d'Europe.⁴

Le médium photographique est majoritairement pratiqué par le colon, et lui permet un pouvoir et un monopole les créations issues de cette technique : il est au coeur de la construction des imaginaires. Les photographies sont alors produites par quelques photographes issus des milieux bourgeois, achetées par les classes aisées (la pratique du portrait en peinture est remplacée par la photographie de portrait, les cartes postales, et la technique photographique est pratiquée comme un loisir de luxe).

Cette même classe sociale se permet de voyager dans les colonies, d'étendre ses affaires jusqu'au "Maghreb occidental". Les premières représentations existent bien avant la popularisation de la photographie, et sont exprimées par des affiches, des peintures, des

⁴ Observation de Mounira Khemir dans *L'Orientalisme*, Paris, Actes Sud, collection "Photo Poche", 2001, 144p.

illustrations dans les magazines qui servent à construire cet imaginaire et inciter à l'adhésion politique et coloniale.

b. Sexualisation et folklorisation des femmes : la place du dénudé et du porno-colonial

Si la domination sur les peuples nord-africains par l'Empire colonial s'est forgée à travers une conquête militaire et économique, elle a également été rendue possible par la relation au corps, notamment celui des femmes. Comme l'expliquent les contributeurs du livre *Sexe, Race, et Colonies*⁵, l'instauration des rapports de domination et de violence dans l'Empire colonial se matérialise dans l'autorité exercée sur les corps : violences sexuelles, déconstruction des structures familiales au sein des communautés indigènes, et particulièrement l'humiliation des femmes, impliquant celle de leur mari, donc de leurs enfants. "On allait aux colonies avec cette certitude qu'on allait pouvoir posséder ces corps. Ceci a totalement déstructuré, par un rapport de domination, ces sociétés" déclare Pascal Blanchard lors d'une interview⁶ sur le plateau de France 24, en octobre 2018.

Cette sexualisation des corps féminins maghrébins à l'époque coloniale par l'image émerge grâce à l'étude de fonds photographiques et d'illustrations de l'époque. Cette érotisation permet d'identifier la violence dont parlait Frantz Fanon. Elle démontre que cet imaginaire était d'autant plus vif dans la peinture, qu'elle était représenté comme une sorte de paradis sexuel pour les hypothétiques colons.

Dans son livre "L'art d'aimer au colonies", Jacobus décrit de manière presque scientifique les différences entre les occidentales et les indigènes, à travers leurs sexualités. En 600 pages, il souligne les particularités de "l'autre" : le "format" des femmes, la taille de leur clitoris et comment leur faire l'amour.

La première image extraite du livre montre une jeune mauresque, vêtue d'une simple coiffe traditionnelle, avec des boucles d'oreilles et un bracelet de bras en or, ornements

⁵ Blanchard Pascal, Bancel Nicolas, Boëtsch Gilles, Thomas Dominic, Taraud Christelle, Slimani Leïla, Mbembe Achille, Martial Jacques, *Sexe, race et colonies*, Paris, Editions La Découverte, 2018, 544p.

⁶ L'entretien, *Pascal Blanchard : "La domination des terres s'accompagne de la domination des corps"*, interview de Pascal Blanchard menée par Virginie Herz, diffusé sur France 24, le 22 octobre 2018, 12 minutes. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=HJlh2sX-YFA>

caractéristiques de l’Afrique du Nord. Elle est nue, nous tourne le dos, le regard lassif, comme si elle attendait le français qui la libérera sexuellement. Elle pose debout dans un coin de ce qui semble être une maison maghrébine : la faïence et la jarre à motifs rappellent les peintures orientalistes d’Ingres ou encore *Le bain au harem*⁷ de Jean Léon Gérôme, peint en 1876. Le mythe du harem est ravivé à travers cette image.

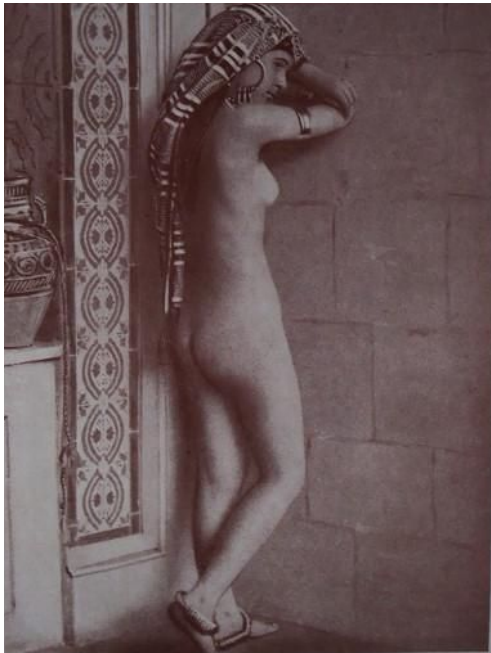


Fig. 3 *Mauresque*, 1927, planche hors-texte sépia, extraite de Dr Jacobus, *L’amour aux colonies*, Paris, Editions P. Georges-Anquetil, 1927, pp. 388.



Fig. 4 *Mauresque*, 1927, planche hors-texte sépia, extraite de Dr Jacobus, *L’amour aux colonies*, Paris, Editions P. Georges-Anquetil, 1927, pp. 388.

Ce paradis est bien sûr réservé aux hommes, et il n’est pas question pour une femme blanche d’avoir des aventures avec un maghrébin.

⁷ Jean-Léon Gérôme, *Les Baigneuses du Harem*, 1901, huile sur toile, 99,7 × 80,6 cm, collection particulière.

c. La massification et la diffusion des images (la carte postale) (1900-1950)

La carte postale photographique naît au milieu du XIXe siècle. Pour ses producteurs historiques, utiliser l’outil photographique est novateur, moderne, car il épouse une réalité de manière plus sensible, voire sensuelle, que les illustrations et gravures.

À cette époque, la carte postale érotique existe déjà et est très populaire. Souvent, des modèles professionnels de peintres ou de sculpteurs posent pour ce types d’images.

Or l’exotisme est de mode à l’époque : les expositions coloniales permettent à des milliers de visiteurs de rencontrer des indigènes dans leur état “naturel”. Ces indigènes avaient été amenés de force en France pour être exhibés dans les zoos humains où leur environnement étaient totalement reconstitué. Le recours à ces exhibitions développent le rapport avec l’autre de manière à faire croire à l’occidental qu’il est supérieur à cet être qui lui est exhibé, différent, et derrière une barrière.

Le documentaire Arte “Zoo Humains”⁸ témoigne de ce processus d’exotisation violente et physique qui amène par l’expérience et le souvenir physique à la fondation de la relation de domination dans l’altérité occidentale, grâce à cette fascination pour les peuples indigènes : la curiosité ne peut-être vécue que par la violence et la force.

Les relations épistolaires étant prédominantes dans les années 1900-1950, la carte postale, objet de fantaisie, devient un médium privilégié dans les correspondances entre les occidentaux, au premier rang desquels figurent les français. Sa diffusion massive la rend populaire, notamment la catégorie nommée “Scènes et Types”. Produites par des photographes installés au Maghreb, des photographes envoyés par les colons dans les

⁸ Pascal Blanchard, Bruno Victor-Pujebet, *Sauvages, au coeur des zoos humains*, Bruno, France, 2018, 90m, couleur.

colonies, ou des soldats, elles sont envoyées dans les familles, relations ou amis restés en France métropolitaine.

Ces photographies représentent des scènes de la vie quotidienne des autochtones, tantôt en groupe ou bien seuls dans leur habitat ou dans leur environnement extérieur habituel, dont la réalité suggère le reportage d'actualité où les aspects exotiques de la vie dans les colonies sont mis en exergue à travers plusieurs thématiques : les activités, l'architecture et l'environnement, le paysage ...

Au delà, le processus de création de ces images renforce ce regard, ici synonyme de jugement de valeur dicté par l'occidental. Elles sont en effet créées par des photographes occidentaux, ou des photographes maghrébins formés par des occidentaux et répondent à une commande venant de l'Europe, afin de répondre au goût des colonisateurs. Dans quelle mesure ne participent-elles pas également d'une justification politique et économique, voire d'une excuse ou de la recherche d'une « bonne conscience », avec en toile de fond la question de la religion chrétienne qui avance masquée sous couvert d'approche ethnographique ? L'usage de la carte postale comme cartographie visuelle de peuples, traduit peut-être aussi une rationalité de type industrielle qui conquiert de nouveaux espaces économiques.

2. Evolution de la représentation des femmes à travers la politique : indépendance, Bourguiba, Ben Ali

a. Les femmes et l'indépendance

L'indépendance tunisienne est proclamée le 20 mars 1956 par Chrisitan Pineau et Tahar Ben Ammar, et le gouvernement est rapidement réformé par Habib Bourguiba en 1959, alors premier ministre et de retour d'exil. Devenu le symbole de la modernisation du pays par sa politique tournée vers la culture, le social, et l'éducation, il engage de nouvelles réformes dont la gratuité de l'école devenue publique, l'amoindrissement du pouvoir et de l'influence des figures religieuses, mais surtout la promulgation, le 13 août 1956, du Code du statut personnel.

Ce Code du statut personnel, ou encore CSP, est un ensemble de lois progressistes, visant à insérer la femme tunisienne dans la société, d'une manière alors inédite dans le pays. Le nouveau dirigeant décrète notamment qu'un mariage doit être consenti par les deux parties, que la polygamie est interdite, et que le divorce est une procédure judiciaire à part entière. Plus tard, arrivent l'accès à la contraception et à l'avortement, respectivement en 1961 et en 1973.



Fig. 5 Photographie inconnu, *Femmes tunisiennes manifestant leur joie dans la rue à la suite de la promulgation du Code du statut personnel, 1956*, technique argentique noir et blanc, Tunis.

Les images de cet événement, bien que leur provenance reste inconnue, témoignent du succès du Code du statut personnel chez les femmes. Sur la figure 5, une masse, diverse mais homogène, comme un motif symbolisant un échantillon statistique, acclame les nouvelles lois. Cette joie est exprimée par des femmes en *safseri*⁹, comme par des femmes non voilées, créant un tissu noir et blanc, encore harmonisé par le noir et blanc du médium.

À travers ces réformes, Habib Bourguiba exprime son opinion quant à la condition actuelle des femmes. Il critique notamment la mainmise de la religion dans certaines pratiques, comme entre autres l'usage du voile, qu'il qualifie de "misérable chiffon" ou encore "linceul sinistre qui cache la figure"¹⁰, alors même que le CSP est censé être une réforme de la société en accord avec l'islam.

Ainsi le président s'attire, malgré l'efficacité de ses réformes, l'hostilité des communautés conservatrices, et pas seulement¹¹. En effet, la quasi-totalité des politiques, s'ils acceptent le code, l'abordent avec une certaine prudence, et évitent de le promouvoir avec vigueur.¹²

En plus de cette critique conservatrice de l'époque, certains symboles ayant été au service du discours de Habib Bourguiba sont questionnables encore aujourd'hui. Partisan de la suppression des signes religieux, comme symboles d'émancipation, le président procède, lors de nombreuses apparitions publiques et filmées, au dévoilement de femmes.

⁹ Voile traditionnel féminin porté en Tunisie par pudeur et pour éviter les regards masculins. Définition de *Wikipedia* [en ligne], URL : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Sefseri> consulté le 9 mai 2019.

¹⁰ Habib Bourguiba lors d'un entretien accordé à la revue *Fayza*, décembre 1959, cité par Robert Santucci, « Tunisie : une laïcité dépassée », *Autrement*, n°95, p. 37.

¹¹ Franck Frégosi et Malika Zeghal, *Religion et politique au Maghreb : les exemples tunisien et marocain*, éd. Institut français de relations internationales, Paris, mars 2005, p. 6

¹² Mohsen Tiss, "Monastir : Le Code du statut personnel en débat", *L'économiste maghrébin* [en ligne] mis en ligne le 3 août 2016, URL : <https://www.leconomistemaghrebin.com/2016/08/03/code-statut-personnel-debat/> consulté le 9 mai 2019.



Fig. 6 *Habib Bourguiba dévoile une femme lors de la journée de la femme, le 13 août 1966, MAURICE Robert et REY Evelyne : Bahia, ou... ces femmes de Tunisie, Tunisie, 1968, 49 minutes 17 secondes.*



Fig. 7 *Photographe inconnu, Dévoilement sur le Forum à Alger, mai 1958, procédé argentique noir et blanc.*

Cette pratique nous rappelle celui des femmes en Algérie, qui fut un symbole de la violence appliquée par l'occident lors de la colonisation, Neil MacMaster, chercheur britannique, a particulièrement étudié dans son ouvrage *Burning The Veil*¹³, et que Jean-Pierre Sereni¹⁴ décrit comme "une manipulation coloniale qui a mal tourné".

Ainsi nous devons nous poser la question de l'intention dans la comparaison des figures 6 et 7. L'acte militant de Bourguiba, étant accueilli de manière relativement positive par les femmes tunisiennes, est-il différent des actes violents coloniaux s'étant déroulés à Alger ? Si

¹³ Neil MacMaster, *Burning the veil : the Algerian war and the 'emancipation' of Muslim women, 1954-62*, Manchester, Manchester : Manchester University Press , 2009, 416 p.

¹⁴ Jean-Pierre Sereni, est un journaliste, ancien directeur du *Nouvel Économiste* et ex-rédacteur en chef de *l'Express*. Il est auteur de plusieurs ouvrages sur le Maghreb, le Golfe, l'énergie, les grands patrons et la Ve République.

la motivation de dévoilement provient d'une personne qualifiée d'"alliée" de la nation, est-elle alors acceptable ? Et qu'en est-il de la réception de l'autre parti dit "violenté" ?

b. L'héritage de Ben Ali et le mythe de l'exception tunisienne

Le féminisme de Bourguiba est d'autant plus critiqué aujourd'hui, car désigné comme "féminisme politique". En effet, certains chercheurs insistent sur l'utilisation de la condition féminine comme un outil d'assise du pouvoir, non seulement de la part Bourguiba, mais aussi plus tard de la part de son successeur Ben Ali.

Dans son article "Le féminisme institutionnel en Tunisie"¹⁵, Sophie Bessis décrit cette capacité du pays à diffuser une image émancipée, libérée des femmes tunisiennes. "Le régime tunisien est passé maître dans l'art de la brochure." déclare-t-elle en introduction. Chaque ambassadeur, visiteur, ou média étranger n'échappe pas à cette publicité faite du pays concernant les droits, et la libération des femmes, ou encore leur modernité. Une grande quantité de documentation est alors produite à l'époque, permettant de répandre cette image à travers des textes élogieux. Ces textes sont accompagnés d'une iconographie très précise, surnommée par Sophie Bessis comme une "iconographie de l'égalité en droits". Les femmes présentées dans ces livrets sont habillées à l'occidentale, à la dernière mode, prises en photo dans des groupes mélangeant hommes et femmes ou encore dans leur cadre professionnel, à des postes haut placés dans la hiérarchie. Il est question de montrer de manière presque caricaturale, la place importante des tunisiennes dans la société.

¹⁵ Sophie Bessis, « Le féminisme institutionnel en Tunisie », *Clio. Histoire, femmes et sociétés* [En ligne], 9 | 1999, mis en ligne le 22 mai 2006, URL : <http://journals.openedition.org/clio/286> consulté le 5 mai 2019



Fig. 8 *Femme tunisienne au travail*, circa 1960, photographie argentique noir et blanc, disponible sur le site du Ministère tunisien de la Femme de la famille, de l'enfance et des séniors, section "La femme tunisienne au fil des années", date de publication inconnue.



Fig. 9 *Femmes tunisiennes médecins au travail*, circa 1960, photographie argentique noir et blanc, disponible sur le site du Ministère tunisien de la Femme de la famille, de l'enfance et des séniors, section "La femme tunisienne au fil des années", date de publication inconnue.



Fig. 10 *Femme tunisienne infirmière au travail*, circa 1960, photographie argentique noir et blanc, disponible sur le site du Ministère tunisien de la Femme de la famille, de l'enfance et des séniors, section "La femme tunisienne au fil des années", date de publication inconnue.

Dans ces corpus d'images bien contrôlés, très peu de femmes voilées sont représentées, et encore moins celles issues du monde paysan. Les seules photographies de femmes en *safseri* sont réservées aux pages touristiques, associant le port du voile à quelque chose de traditionnel, d'ancien, et finalement, de folklorique. D'ailleurs, aucune image de ces brochures ne fait référence au monde paysan. Il est ignoré, considéré comme presque trop arriéré pour être représenté dans la belle vitrine de modernité qu'est la politique tunisienne.

Bourguiba se dit "libérateur des femmes", et ne souhaite pas être défini comme un simple adjuvant à leur lutte. Il souhaite être la figure salvatrice d'un pays sortant d'un tragique épisode, et si ses actions ont été un pas remarquable pour la cause féminine quasi inexistante, elle restent teintées d'une forme de culte de la personnalité qu'il souhaite entretenir. Il est d'ailleurs souvent représenté entouré de femmes, dans des poses rappelant les photographies de célébrités avec leurs fans.



Fig. 11 Marc Riboud, *Journée internationale de la Femme, Bourguiba embrasse une par une les femmes souhaitant le rencontrer*, circa 1960, photographie argentique noir et blanc, Tunis.



Fig. 12 *Bourguiba entourée de femmes tunisiennes, portant un bouquet de fleurs*, circa 1960, photographie argentique noir et blanc, Tunis.

Dans les années 1980, le Code du Statut personnel est ce qui sépare les conservateurs des modernistes. Lorsque qu'en 1987, Zine el-Abidine Ben Ali prend le pouvoir, après avoir déclaré Habib Bourguiba médicalement sénile, il est attendu sur cette question. Si jusqu'en 1990 il ne se prononce par réellement sur la question, par besoin de renouer avec l'électorat islamiste, il regagne de l'intérêt pour la cause après une rupture claire avec ces partis conservateurs. Il reprend l'encensement habituel de l'ouverture tunisienne, et la femme en est la pièce maîtresse. Dès 1992, les femmes de gouverneurs sont par exemple encouragées à assister aux réceptions photographiées. Ben Ali exige d'autre part dans ses discours le soutien sans faille de la gente féminine en échange de sa "sollicitude"¹⁶. Ainsi le féminisme institutionnel reprend, comme outil d'appui du pouvoir, et aussi comme seul domaine d'exemplarité du pays. La censure et la disparition progressive de la pluralité politique appelant petit à petit l'attention des organisations ou médias internationaux, la question féminine est d'autant plus mise à l'appui.



Fig. 13 Conductrice tunisienne de tram, circa 1990, photographie argentique couleur, Tunis.



Fig. 14 Pilote tunisienne, circa 1990, photographie argentique couleur, Tunis.

¹⁶ **Sophie BESSIS**, « Le féminisme institutionnel en Tunisie », *Clio. Histoire, femmes et sociétés* [En ligne], 9 | 1999, mis en ligne le 22 mai 2006, consulté le 23 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/cli/286> ; DOI : 10.4000/cli.286

3. Transition démocratique

a. Événements politiques catalyseurs de la demande d'images en Tunisie et retours de photographes en Tunisie : un sentiment patriotique ravivé

De décembre 2010 à janvier 2011, une série d'événements, révoltes pour la majorité non-violentes, ont amené au départ du dictateur Zine el-Abidine Ben Ali. L'élément catalyseur de ces émeutes fut l'immolation sur la place publique de Mohamed Bouazizi à Sidi Bouzid, ville populaire du sud tunisien. Ce vendeur de légumes ambulant, né dans la pauvreté, et responsable d'une famille nombreuse (sept frères et soeurs à sa charge), subissait tous les jours les abus de la police et l'administration tunisienne : vols, corruption, et violences physiques et mentales. Ne pouvant plus supporter sa situation financière sans issue, il décide de s'immoler publiquement, comme protestation, appel au secours, et dernière solution à sa condition. Il déclare à sa soeur avant sa mort : "Ici, le pauvre n'a pas le droit de vivre"¹⁷. Cette première tragédie est l'élément déclencheur d'une série d'émeutes dans tout le territoire tunisien, revendiquant les droits civiques, et dénonçant la répression policière. La révolution tunisienne inspire par la suite les peuples des pays voisins à se soulever contre le régime en place, comme l'Egypte, la Syrie, la Jordanie, la Lybie, le Yemen, le Maroc et le Bahreïn. La vague révolutionnaire est plus tard surnommée "Printemps Arabe".

Émerge alors une demande massive d'images à l'échelle nationale et internationale. Il ne s'agit pas de nier la scène photographique tunisienne alors bien existante. Elle vit et anime les professionnels et passionnés, notamment à travers le très réputé Club Photo de Tunis, cercle

¹⁷ Citation recueillie par le magazine *Jeune Afrique*. URL : <https://www.jeuneafrique.com/192558/politique/mohamed-bouazizi-un-h-ros-arabe/> consulté le 18 avril 2019.

très restreint, comme le mentionne Wassim Ghozlan, photographe et directeur de la Maison de l'Image à Tunis, dans son entretien avec Moncef Lemkecher¹⁸.

Cependant les événements de la révolution provoquent un nouvel engouement marquant pour la photographie de la part du peuple tunisien. Les grandes chaînes de télévisions internationales et la presse écrite et en ligne ont besoin et diffusent des images représentant l'actualité, sur le terrain. Les citoyens tunisiens deviennent alors les principaux acteurs de la représentation du pays qu'ils vivent quotidiennement, et qui a été pendant si longtemps figé. Le mémoire réalisé en 2011 au sein de l'Ecole Nationale Supérieure Louis-Lumière par Mohamed Moncef Lemkecher, explique ainsi la naissance dans le cas tunisien, de "photojournalisme citoyen". "L'enregistrement, le rapport et la discussion de nouveaux événements par des membres du public, utilisant les technologies mobiles ou des nouveaux médias"¹⁹ définit cette pratique contemporaine du journalisme, d'après le dictionnaire Macmillan. La place du photographe n'est alors plus réservée à celui qui a un matériel performant, elle peut être rempli par n'importe quel œil, n'importe quel témoin, doté d'un téléphone. Le photographe n'est plus un privilégié, n'est plus celui qui a le luxe de s'offrir une panoplie d'objectifs ou le pouvoir et le temps de s'intéresser au monde qui l'entoure. Dans ce contexte révolutionnaire, le photographe n'est plus celui qui a la chance d'avoir le droit de s'exprimer, de constater, de dénoncer. Le photographe n'est plus le français, l'américain, l'européen, l'occidental, riche et libre, il est le tunisien, tout le monde, à tous moments.

Olivier Tredan, Maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'Université de Rennes 1, spécialiste du rôle des blogs dans le paysage journalistique, explique dans son article *Le journalisme citoyen*²⁰ :

¹⁸ Témoignage recueilli dans le cadre du mémoire de Moncef Lemkecher, URL : <https://commeun14janvier.wordpress.com/category/nouveaux-photographes-tunisiens/> consulté le 18 avril 2019.

¹⁹ Traduit de la définition anglaise du *dictionnaire Macmillan en ligne* : "The recording, reporting and discussion of news events by members of the public using mobile technology and new media." URL : <https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/citizen-journalism>

²⁰ Olivier Tredan, « Le « journalisme citoyen » en ligne : un public réifié ? », *Hermès, La Revue*, 2007/1 (n° 47), p. 115-122. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2007-1-page-115.htm>

“L’affaiblissement des frontières traditionnelles entre sources, médias et public réactive l’imaginaire d’une communication désintermédiée, dans laquelle les contenus rédactionnels circuleraient hors des circuits traditionnels.”

Cet effacement des frontières traditionnelles a été un des éléments majeurs dans l’augmentation exponentielle de la production photographique en Tunisie. En effet, on remarque que sur un échantillon de quelques photographes tunisiens, pratiquants en Tunisie, la majeure partie a vu son activité photographique (reportages, séries publiées, expositions, etc.) prendre un élan considérable aux alentours de 2011, période révolutionnaire. Ce phénomène est explicable par plusieurs éléments : la forte demande en images de la presse internationale déjà énoncée précédemment, le regain de la liberté de presse, le désir de devenir acteur de sa propre représentation, et enfin la motivation d’un sentiment patriotique fort.

Afif Riahi, directeur du festival des cultures numériques “Fest” déclare en 2011 :

“La révolution l’a montré : aujourd’hui, le peuple produit et diffuse ses propres images.”

Lors de la période révolutionnaire, certains photographes de mode tunisiens vivants à l’étranger décident de revenir en Tunisie. Lors de témoignages, ils avouent avoir ressenti le désir de rentrer dans leur pays, afin de faire partie d’une présumée nouvelle dynamique artistique émergente, encouragée par la transition démocratique, et synonyme d’espoir. Les mouvements de soulèvement politiques ont en effet été soutenus parallèlement par des collectifs d’artistes se battant eux aussi pour leurs droits. Leïla Selimi²¹, le 3 février 2011, quelques semaines après le départ du dictateur, relève l’initiative de plus de trois cents artistes, ayant manifesté devant la cathédrale de Tunis, symbole de leur présence dans ce combat. La manifestation fut dispersée violemment par les forces de l’ordre. Les créateurs de toute la Tunisie s’indignent, et non pas uniquement ceux de la capitale, comme le relève le poète Tahar Bekri : « La révolution n’est pas partie de la capitale et des centres intellectuels du pays, mais, au contraire, des régions les plus isolées et les plus délaissées ».

²¹ Leïla Selimi, “Les artistes tunisiens disent “vive la révolution !”, *Jeune Afrique* [en ligne], mis en ligne le 3 février 2011, URL : <https://www.jeuneafrique.com/192765/culture/les-artistes-tunisiens-disent-vive-la-r-volution/>

Mais l'indignation ne se limite pas aux frontières du pays, et touche bel et bien la diaspora tunisienne présente en Europe, notamment en France. Dans un article publié en 2013²², Zeineb Touati souligne : “Plusieurs manifestations de condamnation ont réunis citoyens européens et membres de la diaspora tunisienne fortement impliqués dans la rue et sur la toile.” Les tunisiens exilés ne sont pas présents physiquement, mais ne sont pas pour autant absents. Joanna Ben Souissi, photographe de mode et directrice artistique tuniso-irlandaise, lors d'un entretien²³ réalisé en mars 2019, s'exprime sur la frustration de son exil :

“ Je passais ma licence, et là est arrivée la révolution. Comme tout le monde qui était à l'étranger, j'étais malade de ne pas être en Tunisie. J'ai jamais vraiment voulu partir d'ici, je suis partie “parce qu'il le fallait”, c'était la voie obligatoire. J'ai donc décidé de rentrer à Tunis pour un an.”

Joanna n'est jamais revenue en France. Ce témoignage laisse transparaître deux réalités.

D'une part, lorsque Joanna suggère qu'il “fallait partir”, elle souligne l'hégémonie de l'occident dans certains domaines ou industries: la photographie, la mode ou encore le journalisme. La Tunisie n'offrait pas assez de perspectives professionnelles, alors émigrer se présentait comme une nécessité. Cette frustration était vécue par les nombreux migrants tunisiens, constituant la “fuite des cerveaux” ou “mobilité des compétences”²⁴ face à “l'attractivité des marchés de l'emploi internationaux” comme le décrit Slim Khalbouss, ministre de l'enseignement supérieur et de la Recherche scientifique. Depuis la crise économique de 1986, des milliers de tunisiens, dont de nombreux photographes, artistes, créatifs, s'étaient orientés vers l'Europe où les États-Unis pour pratiquer leur profession, ou leur art.

²² Zeineb Touati, « La révolution tunisienne : interactions entre militantisme de terrain et mobilisation des réseaux sociaux », L'Année du Maghreb [En ligne], VIII | 2012, mis en ligne le 01 janvier 2013, consulté le 28 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/anneemaghreb/1426> ; DOI : 10.4000/anneemaghreb.1426

²³ Entretien de Joanna Ben Souissi, photographe et directrice artistique tuniso-irlandaise, disponible en annexe.

²⁴ Terme utilisé par Slim Khalbouss, ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche scientifique, en 2018.

D'autre part, le témoignage souligne l'existence d'une motivation patriotique. Le désir de retour, d'appartenance à cette génération révolutionnaire, propre à l'identité du pays. Ce phénomène a été remarqué dans d'autres domaines, principalement politiques. "De nombreux jeunes blogueurs de la diaspora rentrent également en Tunisie [en 2011] et se présentent aux élections pour représenter les Tunisiens de l'étranger." analysent Claire Demesmay, Sabine Russ-Sattar et Katrin Sold dans l'article "Retour de l'absent, Les Tunisiens d'Europe face à la transition politique"²⁵. Constance De Gourcy et Kamel Chachoua²⁶ décrivent l'étude de ces flux spécifiques aux pays méditerranéens d'immigration d' "anthropologie de l'absence".

L'hypothèse que la scène artistique tunisienne a connu un revirement radical de situation lors de la révolution est cependant contestée. Anne Boissier, anthropologue affiliée à l'École des Hautes Études en Sciences Sociales, spécialisée dans l'anthropologie de l'art contemporain, notamment au Maghreb, interroge cette croyance attribuant l'évolution de la place de l'art en Tunisie aux événements de 2010. Elle affirme que la situation actuelle, si elle n'est pas entièrement justifiée par la révolution, est le résultat de la continuité de l'histoire du pays, qui a été aidée en outre par la transition démocratique. Cependant, elle distingue deux générations d'artistes en Tunisie : les présents et les entrants, issus de la révolution, motivés de manière différente car ayant accès aux nouvelles technologies numériques et aux nouveaux médias.

Ainsi, nous pouvons conclure que les événements de 2010 n'ont certes pas été la condition suffisante à une évolution remarquable de la scène artistique, mais ils ont été un élément de rebond nécessaire à la redynamisation d'une communauté d'artistes bien présente.

D'autres éléments adjuvants, distincts de l'idée romantique d'un patriotisme à tout épreuve, expliquent le changement du paysage artistique tunisien, dont l'exemple de la production

²⁵ Claire Demesmay, Sabine Russ-Sattar et Katrin Sold, « Retour de l'absent », *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée* [En ligne], 144 | novembre 2018, mis en ligne le 30 novembre 2018, consulté le 28 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/remmm/12169>

²⁶ Constance de Gourcy, "Kamel Chachoua. Mobilités et migrations en Méditerranée : Vers une anthropologie de l'absence ?". *Revue des Mondes Musulmans et de la Méditerranée*, 144, PUAM, pp.320, 2018.

d'images photographiques de mode est emblématique et fera l'objet d'une étude dans la deuxième partie de ce mémoire.

b. Liberté de presse et mutation des marchés

À l'époque de Ben Ali, tous les flux d'informations et d'images étaient filtrés et contrôlés par la censure, grande actrice de la dictature, ayant la main prise sur ce que le peuple tunisien avait le droit d'exprimer ou non.

Un des mythes emblématiques de ce problème était le personnage fictif surnommé "Ammar 404"²⁷ symbolisant la censure internet, affichant le message "Error 404 not found" lors de la tentative de connexion à des sites tels que Youtube, Dailymotion, ou Facebook pendant une certaine période. Il était l'allégorie de la censure tunisienne, une manière humoristique utilisée par le peuple tunisien pour décrire les différents filtres de la "police internet" qui interdisait la navigation sur près d'une centaine de sites considérés comme dangereux pour l'intégrité du pays.

Il s'agissait d'inhiber deux types de flux : la communication interne, pouvant mener à des révoltes en créant des communautés notamment politiques, mais aussi la communication à l'international. En effet, en plus d'éviter les mouvements anti-régime, il était question d'entretenir l'image stable du pays. Plusieurs entreprises et multinationales, comme par exemple la Banque Africaine de Développement (BAD), maintenaient leur siège social en Tunisie pour cette stabilité de vitrine. Un des enjeux de celle-ci concernait l'image de la femme tunisienne. Définie par l'opinion internationale et le pays même comme une femme libre et éduquée depuis l'époque Bourguibienne, elle était "un argument de vente", la preuve que la Tunisie était ouverte à la mentalité occidentale, donc à ses marchés.

²⁷ Benjamin Roger, "Censure en Tunisie : une agence de surveillance pour ressusciter Ammar 404 ?" , *Jeune Afrique* [en ligne], mis en ligne le 28 novembre 2013, URL : <https://www.jeuneafrique.com/167073/politique/censure-en-tunisie-une-agence-de-surveillance-pour-ressusciter-ammar-404/>

Au delà de ces problématiques de représentation liées à la liberté de la presse, il est important de comprendre le sentiment d'impuissance latent alors corrélé à l'ambiance politique. La famille Ben Ali, qualifiée de quasi-mafia²⁸, accaparait en plus de l'économie du pays et des industries, l'espace médiatique. En effet, quelques mois seulement après la révolution, on recense plus de 187 nouveaux journaux et revues autorisés à la publication par le ministère de l'Intérieur.²⁹

Cette mainmise sur les flux audiovisuels dans le pays décrédibilise l'information alors produite par les créateurs, écrivains, journalistes, et présentateurs tunisiens. Quelle valeur peut avoir la production tunisienne si elle n'est que le simple produit de la dictature et de ses partisans ?

“Le 14 janvier 2011, quelques minutes avant le discours de Zine El-Abidine Ben Ali, alors président, un documentaire sur les baleines passait sur la chaîne nationale, comme une dernière et ultime preuve de la déconnexion entre le discours public et la situation du pays.” décrit Hakim Fekih lors de son entretien.

C'est d'ailleurs ce rejet des médias tunisiens qui fait que les tunisiens n'ont plus confiance en leurs productions notamment télévisuelles. Ils se tournent alors vers d'autres médias : occidentaux par exemple (les chaînes françaises sont disponibles aux téléspectateurs tunisiens à condition d'y mettre un certain prix), ou encore les chaînes en provenance de la péninsule arabique. Al Jazeera, par exemple, connaît un énorme succès dans le pays. Dans un article de Slate³⁰, publié en janvier 2011, Taoufik Ben Brik souligne que la chaîne “domine l'information”. Les médias alors consommés sont alors déconnectés de la réalité du pays : la chaîne d'information qatari est d'opinion islamiste assumée, et est régie par des motivations externes aux enjeux propres à la Tunisie.

²⁸ Marie Simon, “En Tunisie, une “quasi-mafia” entoure Ben Ali”, *L'express* [en ligne], mis en ligne le 13 janvier 2011, URL : https://www.lexpress.fr/actualite/monde/afrique/en-tunisie-une-quasi-mafia-entoure-ben-ali_951792.html

²⁹ Auteur non renseigné, “Tunisie ? 111 partis refusés et 162 autres refusés !”, *Business News* [en ligne], mis en ligne le 20 septembre 2011, URL : <http://www.businessnews.com.tn/article.520,26705,1>

³⁰ Taoufik Ben Brik, “En Tunisie, le règne sans partage d'Al Jazeera”, *Slate* [en ligne], mis en ligne le 19 janvier 2011, URL : <http://www.slate.fr/story/32871/al-jazeera-tunisie-television-islamisme-desinformation>

Sous la censure de la dictature il faut donc alors choisir entre une information biaisée par le régime, ou une information venant de l'étranger. Le tunisien n'a pas d'autre choix que d'être passif face à l'écriture de son histoire, malgré les révoltes vites contenues par le gouvernement.

c. L'impact des réseaux sociaux

La révolution tunisienne a très vite connu des noms accrocheurs de la part des médias : “révolution du Jasmin”, “révolution de la dignité”, mais aussi des termes comme “révolution facebook” ou encore “révolution 2.0”. Ces appellations proviennent du fait qu’une grande partie des rassemblements et des manifestations furent organisées à travers internet.³¹

Si cette idée a été contestée par plusieurs chercheurs souhaitant rappeler d’où a été menée la révolution, et redonner sa place aux acteurs et actions physiques de ces événements *ibid.*, la place des réseaux sociaux reste primordiale dans le façonnement des formes de contestations et de représentations à partir de 2010.

Nous rappelons que la Tunisie profite d’un très fort taux de connexion à Internet. En effet, le pays fut le premier pays africain à disposer d’une connexion internet en 1991, notamment par la création de l’Agence Tunisienne d’Internet (ATI), initiative de Zine El Abidine Ben Ali, voulant entre autre contrôler à la source et répandre sa propagande. En 1998, il commence un projet de subvention par l’état des Publinet (cybercafés, donnant un accès public à internet), à taux de 50%.

Si les médias internationaux ont adoré construire l’idée d’une “révolution 2.0”, et que des plateformes telles que Facebook, ont été un outil primordial dans le rassemblement du peuple tunisiens lors des manifestations de 2010 et 2011, la libération des réseaux sociaux a aussi permis aux tunisiens de reprendre contrôle de leur image, d’être acteur à petite et grande d’échelle d’influence et d’expression de soi : l’individualité renaît, et la photographie de mode est une forme d’expression de cette individualité.

³¹ Romain Lecomte, « Révolution tunisienne et Internet : le rôle des médias sociaux », *L’Année du Maghreb* [en ligne], VII | 2011, mis en ligne le 1er janvier 2013. URL : <http://journals.openedition.org/anneemaghreb/1288> ; DOI : 10.4000/anneemaghreb.1288 consulté le 30 avril 2019

Nous assistons à l'émergence d'une nouvelle génération "d'influenceuses" et de blogueuses, partageant avec leur public tunisien leur mode de vie.

Instagram est devenu aujourd'hui un acteur majeur de la diffusion des images de mode : le réseau est devenu un des outils favori de communication pour différentes marques et magazines de mode. La plateforme accueille par jour plus de 55 millions d'images et de vidéos et 53% des PME affirment qu'elle a contribué à l'augmentation de leurs ventes³². Cette nouvelle stratégie marketing représente le futur des canaux de communication des grandes et petites enseignes, d'après Anne Flaire Maman Larraufie, doctorante et professeure à l'Essec. Elle déclare :

"Inviter les gens à pénétrer sur son compte Instagram est une autre manière d'envisager le marketing, la possibilité de se montrer sous un autre jour, moins commercial."³³

Les influenceurs sont définis en marketing comme "des individus qui par leur statut, leur position ou leur exposition médiatique peuvent influencer les comportements de consommation dans un univers donné."³⁴ d'après le site définition-marketing.com. La Tunisie n'a pas échappé à ce phénomène.

Un autre aspect du rôle important de la libération et de l'importance des réseaux sociaux à partir de 2010 a été la connexion inédite créée entre les villes du Nord, notamment la capitale de Tunis, et les villes du Sud, souvent excentrée et mises à l'écart.

³² Camille Mordelet, "Instagram, l'incontournable outil des PME de la mode", *Les Echos* [en ligne], mis en ligne le 1er septembre 2017, URL : <https://www.lesechos.fr/2017/09/instagram-lincontournable-outil-des-pme-de-la-mode-181523> consulté le 30 avril 2019

³³ Claire Mabrut, "Comment Instagram est devenu le réseau favori de la mode", *Madame Le Figaro* [en ligne], mis en ligne le 24 avril 2014, URL : <http://madame.lefigaro.fr/style/comment-instagram-devenu-reseau-favori-de-mode-240914-958209> consulté le 30 avril 2019

³⁴ Définition tirée du dictionnaire en ligne spécialisé dans le marketing *Définition marketing* [en ligne], mis en ligne le 28 décembre 2017, URL : <https://www.definitions-marketing.com/definition/influenceur/> consulté le 30 avril 2019.

“Les variations dans la répartition spatiale de la population s'expliquent à la lumière d'un héritage territorial colonial : fonctionnement extraverti du système urbain, macrocéphalie de la capitale, prépondérance des villes ports, sous-équipement de certaines zones demeurées en marge, etc.”³⁵

Il y a donc une prédominance des villes côtières, comme la capitale, mais encore Sousse, Hammamet, Monastir, ou encore Sfax, la capitale économique. 21% de la population est située à Tunis même³⁶, et sur une bande littorale de 30 kilomètres, 51% de la population totale tunisienne déjà en 1956³⁷. Cette zone restreinte contient la majorité des grandes richesses tunisiennes, et concentre ainsi le pouvoir d'achat, les modes de vie aisés, et tout ce qui peut s'apparenter au luxe sur une toute petite partie du territoire du pays.

Les villes du Sud, elles, sont les terres de la “Tunisie inutile” en opposition à la “Tunisie utile” décrivant les villes côtières, dont parle Ali Bennis dans son mémoire “Le schéma d'aménagement du territoire national tunisien ou comment concilier compétitivité, efficacité et durabilité.”.³⁸

Les réseaux sociaux ont ouvert une nouvelle voie de communication entre le Nord et le Sud, facilitant les rares tentatives de décentralisation initiées par différents acteurs, publics ou privés. Par exemple, “Les Oasis Créatives” est un projet initié par la Maison de l'Image, espace de formation et centre culturel indépendant tunisien, souhaitant décentraliser la dynamique culturelle surtout présente dans la capitale. Il s'agit d'une série de résidences artistiques (photographie, vidéographie et design objet) proposée aux jeunes des villes du Sud tunisien, se clôturant par un festival de musique et l'exposition des travaux réalisés par les

³⁵ Dhaher Najem, « L'aménagement du territoire tunisien : 50 ans de politiques à l'épreuve de la mondialisation », *EchoGéo* [en ligne], 13 | 2010, mis en ligne le 20 septembre 2010, URL : <http://journals.openedition.org/echogeo/12055> consulté le 29 avril 2019.

³⁶ Sami Ben Sassi, “Les publijets de Tunis, une analyse microéconomique”, *NETSUD* [en ligne], mis en ligne en août 2004, URL : <http://www.polis.sciencespobordeaux.fr/resultats/colloque2003/Communications/BENSASSI32.pdf> consulté le 30 avril 2019.

³⁷ Ali Bennis, “Le schéma d'aménagement du territoire national tunisien ou comment concilier compétitivité, efficacité et durabilité.” in *Aménagement durable des territoires méditerranéens*, 2012, Sfax, pp.49-57.

³⁸ *ibid.*

participants. L'initiative, proposée par Wassim Ghozlani, directeur du centre culturel et photographe tunisien, vise au :

*Désenclavement culturel des zones du sud tunisien, où l'accès à l'art et ses métiers est limité par les difficultés financières et sociales de ces régions et la centralisation de l'activité artistique dans la capitale et les villes côtières.*³⁹

Leur communication, principalement basée sur Facebook et Instagram a permis un accès simple et accessible aux jeunes du Sud ne faisant pas partie de la scène artistique tunisienne. Ainsi cette fluidification et accélération des informations entre les villes est une avancée majeure dans la correction de l'écart socio-économique du pays.

Cependant, avec cette communication vient une prise de conscience nouvelles pour les population du Sud. Ouvrir une fenêtre sur cet autre, plus riche et plus aisé, est certes une découverte nouvelle des aspects inconnus de la Tunisie, mais aussi à la genèse d'une nouvelle frustration pour cette jeunesse marginalisée. Comment s'identifier à des personnalités, notamment des influenceurs, dont le mode de vie semble à des années lumières du sien ? C'est une nouvelle tension créée au sein du peuple tunisien, qu'il est important de soulever.

Car si une frustration peut être transformée en désir et besoin dans un contexte profondément libéralisé, il peut être mettre en danger l'identité même d'un individu vulnérable, n'ayant accès à aucun "pansement" moderne. La question que l'on se pose concernant ces images de modes consommées par le peuple tunisien est le suivant : sont-elles vraiment adaptées à leur public, ou ne déclenche-t-elle pas la jalousie de toute une tranche de la population ? Et si ce n'est pas le cas, cette ouverture vers la possibilité d'un "monde meilleur" peut-il être moteur d'une envie et d'une motivation nouvelle pour ces populations marginalisées ?

³⁹ Site du projet Oasis Créatives, consulté le 29 avril 2019. URL : <http://www.oasiscreatives.com/le-projet/>

En conclusion, la période coloniale a ancré un imaginaire folklorisé et sexualisé autour des femmes maghrébines, entre autre par la diffusion et la commercialisation des cartes postales de genre. Cette image a ensuite évolué, pendant la période Bourguibienne, vers une “modernité” conçue à l’occidental, au service d’une forme de féminisme politique. Pendant la période de dictature de Ben Ali, l’évolution de la représentation photographique stagne, car les flux de production sont inhibés par un régime paralysant. La transition révolutionnaire amène par la suite non seulement une libération des médias et une mise en lumière du pays par les médias internationaux, mais aussi un sentiment de patriotisme ravivé par les créatifs tunisiens, catalyseur d’initiatives artistiques. Aujourd’hui la Tunisie reste, malgré l’instabilité politique, un terrain favorable à la production d’images. Cependant, il est important de se poser la question : que font les photographes tunisiens de ce lourd héritage historique, et quelle responsabilité endossent-ils en diffusant leurs images ?

Partie II
La photographie de mode commercialisée
en Tunisie : Influences

II. La photographie de mode commercialisée en Tunisie : influences

La transition démocratique a permis à la scène artistique et photographique une liberté et un développement inédits où l'indépendance nouvelle de la presse a favorisé tant la publication de nouveaux magazines de mode que la production de la pratique photographique associée. Il convient donc de s'interroger sur l'impact de la culture iconographique précédemment évoquée sur la diversité de nouvelles images produites depuis 2011, en particulier les images de modes liées aux représentations féminines. Quel est le propos véhiculé par ces images synonymes d'une expression idéalisée de femmes tunisiennes ?

Pour appuyer notre analyse, deux corpus d'images promotionnelles d'enseignes de mode tunisiennes (*Mehdi Kallel Haute Couture* et *Zannad Couture*) ainsi que les éditoriaux de mode de deux magazines tunisiens, *Femmes de Tunisie* et *FF Designer*, seront étudiés. D'un côté, *Femmes de Tunisie* est un magazine féminin tunisien imprimé et web, fondé en 2008, dans l'optique de créer une plateforme d'échanges pour les femmes tunisiennes, sur les sujets de la mode, la beauté, l'actualité culturelle, et la sexualité.

De l'autre, *FF Designer* est le premier magazine tunisien dédié exclusivement à la mode, une revue papier et web, bi-mensuelle, fondée par Hend Jebali, photographe, et Seyf Dean Laouiti, styliste et designer en 2012.

Après un exercice d'identification des différentes influences iconographiques provenant du monde arabe, où la présentation en diptyques suggérant une étude comparée participera pleinement à leurs analyses, les tendances de représentation, nées après 2011, seront mises en exergue.

1. L'influence du Moyen-Orient

a. Le Liban : Glamour et féminité exacerbée

Avant la transition démocratique, peu d'images de mode sont diffusées et produites en Tunisie. Une période lacunaire s'étend donc de la période Ben Ali à 2011, laissant les besoins d'images idéalisées du peuple tunisien non assouvis. Ainsi, afin de combler ce manque de photographies fantasmées, mettant en avant la beauté, les tendances en vogue notamment la féminité des femmes tunisiennes, le public tunisien puise dans d'autres imaginaires visuels. Tandis que la photographie de mode est dominée par le marché et les codes occidentaux et rend toute identification difficile, d'autant que les moeurs sont très différentes, les femmes tunisiennes cherchent l'inspiration dans d'autres pays du monde arabe. Comme l'évoque Joanna Ben Souissi lors de notre entretien :

“Le cas particulier de la Tunisie, c'est que beaucoup de choses n'ont pas été encore “glamourisées”. On a un gros manque d'imagerie de mode, [...] Ce trou a été rempli par de l'imagerie Libanaise, ou Egyptienne.”

Ainsi, plusieurs aspects de la représentation sublimée des femmes dans le monde arabe ont influencé les photographies de mode produites en Tunisie, entre la période de Ben Ali et aujourd'hui, au premier rang desquelles figurent celles produites au Liban, en particulier dans le domaine musical. Pourquoi ? Ce pays est leader dans la production d'images et de clips musicaux, où les chanteuses occupent une place nodale et concourent à l'hégémonie du pays sur le monde musical qui débute dans les années soixantes et s'incarne dans des figures mythiques, telle Fairuz.

Fairuz est une des premières artistes à être connue dans le monde arabe. Devenue ambassadrice de la culture et de la musique libanaise, ses images se multiplient et se diffusent jusqu'aux pays du Maghreb, en l'occurrence en Tunisie. Considérée comme la chanteuse arabe ayant vendu le plus de disques dans le monde, elle est à l'origine du mythe de la chanteuse libanaise : femme “glamour”, maquillée, apprêtée, très féminine.



Fig. 15 François Lochon, *Fairuz, chanteuse libanaise à Paris (Fairuz, Lebanese singer in Paris)*, 19 mai 1975. Technique : photographie argentique noir et blanc.



Fig. 16 François Lochon, *Fairuz, chanteuse libanaise à Paris et Mireille Mathieu (Fairuz, Lebanese singer in Paris, and Mireille Mathieu)*, mai 1975. Technique : photographie argentique noir et blanc.

Souvent appelée *Diva*, ou encore *Joyau du Monde Arabe*⁴⁰, la chanteuse est l'icône de toute une nation, et s'exporte. Son maquillage noir prononcé (fig. 15), le contour de ses lèvres, ses cheveux lissés mais volumineux, annoncent les prémices du style et maquillage caractéristiques du Liban.

Le numéro de *Vogue Arabia* de mars 2018 paie hommage à la chanteuse en publiant un éditorial de Jack Waterlot, inspirée par son esthétique caractéristique.

⁴⁰ Auteur non renseigné, "La diva de la chanson arabe se produit à Paris ces jours-ci. Fairouz a enchanté des générations de mélomanes", *L'Humanité* [en ligne], mis en ligne le 24 juin 2002, URL : <https://www.humanite.fr/node/267467> consulté le 10 mai 2019.



Fig. 17 Jack Waterlot, *Ode à Fairuz (Ode to Fairuz)*, mars 2018, photographie numérique noir et blanc, impression sur papier brillant, 25,5 x 20,32 cm



Fig. 18 Jack Waterlot, *Ode à Fairuz (Ode to Fairuz)*, mars 2018, photographie numérique noir et blanc, impression sur papier brillant, 25,5 x 20,32 cm

D'autres "divas", telles que Sabah, ou Salwa Katrib marquent cette esthétique à la même époque, à travers le monde de la musique.

Aujourd'hui, des personnalités comme Nancy Ajram, Elissa Khoury, ou Haifa Wehbe, chanteuses de pop libanaise, connaissent un énorme succès auprès du public arabe. Leurs clips musicaux sont diffusés à travers les chaînes satellites arabes, grandement consommées en Tunisie. Ces chanteuses entretiennent le mythe de la femme fatale libanaise à travers leur clips musicaux à la mise en scène extravagante, et aux tenues provocantes. Paul Khalifeh déclare dans un article sur le site web de *Radio France Internationale* : "Au Liban, une véritable guerre des clips se déroule sur les réseaux sociaux entre des chanteuses et des chanteurs, souvent plus soucieux de dévoiler leurs formes que de montrer leurs talents artistiques"⁴¹.

⁴¹ Paul Khalifeh, "Au Liban, la guerre des clips bat son plein", *Radio France Internationale* [en ligne], mis en ligne le 12 septembre 2016, URL :



Fig. 19 Hamdi Jouini, *Amira Jeri*, mars 2018, photographie numérique couleur



Fig. 20 Agence Fotografilles, *Nancy Ajram*, sur le plateau de l'émission *Arab Idol*, 22 février 2017, photographie numérique couleur



Fig. 21 Hamdi Jouini, *Nesrine Chandoul*,



Fig. 22 Mohammad Yousef, *Haiifa Wehbe*,

<http://www.rfi.fr/moyen-orient/20160912-liban-guerre-clips-Rola-yamout-celebrite-facebook-femmes>
consulté le 17 mai 2019.

novembre 2010, photographie numérique
couleur



Fig. 23 Ons Ghimagi, *Asma Othmani* pour *Mehdi Kallel Haute Couture*, février 2017, photographie numérique couleur.

avril 2019, photographie numérique noir et
blanc



Fig. 24 Pierre Dal Corso, *Couverture d'album de "houl" de Haifa Wehbe*, septembre 2018, photographie numérique couleur.

Ces trois juxtapositions (photographies tunisiennes à gauche, photographies libanaises à droite) mettent en avant l'importante influence des célébrités libanaises et de leurs images. Les éléments "glamourisants" dont Joanna parle, se retrouvent au carrefour de ces photographies : maquillages exagérés, allure de femme fatale s'apparentant presque à celle de Fairuz.

b. La Turquie : Romantisme

La Turquie possède une production audio-visuelle considérable, diffusée partout dans le monde, et en particulier le monde arabe. En effet, en 2018, environ 32% des séries importées sont des séries turques, juste après les séries américaines, représentant 36% de cette importation⁴². Leur succès est d'ailleurs, de manière assumée par le gouvernement turc, comme un outil au *softpower*. Le ministre de la culture déclare "Avec ces séries, nous allons entrer dans chaque maison, et étendre l'influence de la Turquie."⁴³.

En 2008, la chaîne privée tunisienne Hannibal diffuse le feuilleton *Nour*, composé de cent épisodes racontant l'histoire passionnée du couple de Gumus et Mehmet, et commence à conquérir les ménages. Après cette première diffusion, les chaînes télévisées tunisiennes (parmi lesquelles *Atessia* et *Nessma*) achètent les droits d'émission de plus d'une dizaine de séries turques, et vont jusqu'à les doubler en dialecte tunisien. Ces programmes deviennent les plus consommés dans le pays⁴⁴, des centaines d'étudiants choisissent d'étudier en Turquie, et un nouveau tourisme reliant les deux nations se développe. Cet intérêt provient d'une part des ressemblances entre les sociétés turques et arabo-musulmanes, d'après Kamel al-Chihaoui, spécialiste en critique télévisuelle⁴⁵, et d'autre part, de la place de la femme dans ces productions. Dépassant leur statut de femmes soumises et dépendantes des hommes, dans ces schémas de sociétés arabes profondément patriarcales, les héroïnes de ces séries subliment leur condition à travers ruses, intelligence et volonté. Nostalgiques de la période ottomane, elles diffusent l'image idéalisée d'un monde passé.

⁴² Béatrice Garapon et Barbara Villez, « Diziler : les séries télévisées turques », TV/Series [En ligne], 13 | 2018, mis en ligne le 03 juillet 2018, URL : <http://journals.openedition.org/tvseries/2320> ; DOI : 10.4000/tvseries.2320 consulté le 5 mai 2019.

⁴³ *ibid.*

⁴⁴ Auteur inconnu, "Télévision : les tunisiens conquis par les séries turques", *Télévision de Turquie* [en ligne], mis en ligne le 20 décembre 2018, URL : <https://www.trt.net.tr/francais/culture-divertissement/2018/12/20/television-les-tunisiens-conquis-par-le-s-series-turques-1110771> consulté le 15 mai 2019.

⁴⁵ *ibid.*

Les séries turques développent par ailleurs un imaginaire particulièrement romantique et passionné, assimilé par le public, et exprimé par différents éléments.

Parmi ces éléments, la théâtralité des représentations de scènes dramatiques. Les modèles sont plus que des mannequins, mais des acteurs, racontant une histoire. Cette référence au drame cinématographique s'exprime notamment par l'usage de techniques matérielles magnifiantes. Par exemple ci dessous, une courte focale, couplée au point de vue en contre-plongée, accentue la perspective majestueuse de la scène. Cette photographie issue d'un éditorial du magazine *FF Designer* est réalisée dans un palais tunisien à l'architecture traditionnelle, aux faïences et moulures luxueuses, rappelant cette nostalgie ottomane, mise en évidence dans la photographie suivante, affiche de promotion de la série télévisée turque *Le siècle magnifique*.

La composition d'image de Hend Jebali met en exergue la complexité des relations entre hommes et femmes, dont parle Kamel al-Chihaoui⁴⁶. Si le regard vers l'objectif imposant du modèle masculin, d'ailleurs central, semble dominer la pièce, les femmes, plus en retrait attirent aussi l'attention du spectateur. La modèle de gauche, la main sur l'épaule de l'homme, comme un bras droit, une confidente, ou une épouse, regarde hors du cadre, suggérant qu'une ruse se prépare. L'autre modèle, au second plan, plus en retrait, est presque tapie dans l'ombre. Cependant, elle arbore un regard dans l'objectif tout aussi assuré que le personnage masculin.

⁴⁶ *ibid.* p. 43



Fig. 25 Hend Jebali, *Editorial pour FF Designer*, novembre 2018, photographie numérique couleur.



Fig. 26 Auteur inconnu, *Affiche de promotion de la série Le siècle magnifique*, août 2013, photographie numérique couleur.



Fig. 27 Hend Jebali, *Editorial pour FF Designer*, novembre 2018, photographie numérique couleur.



Fig. 28 Photogramme extrait de la série télévisée de Meral Okay, *Le siècle magnifique*, Turquie, 2011, épisode 7, saison 1, 90m, couleur.

Ce deuxième diptyque compare une scène de prière à une scène de confession. Les deux images révèlent des tableaux intimes, mettant le spectateur dans la confidence. La photographie issue de *FF Designer*, est ainsi à moitié composée de l'entrebâillement d'une porte en premier plan ; les modèles ne voient pas l'œil qui les observe ; les vêtements ne sont pas particulièrement mis en avant, signifiant qu'ici, l'action est plus importante que le produit à vendre. C'est en réalité une intrigue, un mystère, et un scénario qui sont ici vendus.

Enfin, ce troisième diptyque met en exergue la dimension romantique et sentimentale des images. Au delà de la composition de la mise en scène, la théâtralité se crée aussi à travers l'expression de sentiments relatifs aux relations humaines. Dans un contexte également opulent (architecture précieuse, marbre, fontaines et colonnes pour la photographie de Hamdi Jouini, ornements et parures pour le photogramme), l'élément dramatique du tableau semble être le message d'un être aimé, et peut-être un départ. Cet élément est d'abord représenté par le bouquet de roses, entre les mains de la célèbre actrice tunisienne Souhir Ben Amara, symbole par excellence d'une attention passionnée, offertes ici par un personnage fictif hors cadre. Le regard de la modèle, hors champ lui aussi, assied la scène dans une mélancolie languissante, proche du second photogramme. La lettre tenue par l'actrice, tout comme le bouquet, installe une nostalgie romantique, et font vivre un personnage et une intrigue hors de l'image.



Fig. 29 Hamdi Jouini,
*Souhir Ben Amara pour
Zannad Couture*, janvier
2019, photographie
numérique couleur.



Fig. 30 Photogramme
extrait de la série
télévisée de Meral Okay,
Le siècle magnifique,
Turquie, 2011, épisode
22, saison 1, 90m,
couleur.

c. Dubaï : Le luxe et la consommation

Dubaï se hisse, devant la capitale fédérale d'Abou Dhabi, au rang de première ville des Emirats Arabes Unis ; mondialement connue pour ses projets touristiques colossaux - ses îles artificielles, ses tours (dont la plus haute du monde) et gratte-ciels - mais surtout pour ses centres commerciaux, qui en font une des premières destinations mondiales destinées au shopping de luxe⁴⁷.

Cette réelle industrie du luxe repose avant tout sur la présence sur le territoire de plus de 400 multinationales⁴⁸, l'investissement par la ville de plus de 11,5 milliards de dollars par an⁴⁹, et affiche plus de 34,5 milliards de dollars dépensés par les touristes chaque année⁵⁰. Elle s'adresse à une clientèle internationale, Dubaï n'étant composée que de quarante cinq mille habitants suffisamment fortunés pour accéder à ce genre de consommation, sur ses trois millions de citoyens. Ainsi, ce commerce du luxe requiert une communication transnationale dédiée, exprimant notamment la promotion d'un mode de vie luxueux à travers l'image, et diffusée en particulier les réseaux sociaux.

La plateforme principale de distribution de ces photographies, invitant à adhérer à la consommation de marques onéreuses, est Instagram. De nombreuses influenceuses dubaïotes et émiratis gagnent leurs vies en promulguant un certain train de vie coûteux. On trouve parmi elles Huda Kattan (36 millions d'abonnés), fondatrice de la marque de cosmétiques *Huda Beauty*, Joelle Mardinian (10,1 millions d'abonnés), Fouz Alfahad (2,7 millions d'abonnés), ou encore Sheida Babareza (634 mille abonnés).

⁴⁷ Esmat A. Zaidan, "Tourism Shopping and New Urban Entertainment: A Case Study of Dubai." *Journal of Vacation Marketing* [en ligne], 22, no. 1, mis en ligne en janvier 2016, URL : <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1356766715589426#articleCitationDownloadContainer> consulté le 15 mai 2019.

⁴⁸ Vel, K., Captain, A., Al-Abbas, R. & Al Hashemi, B. 2011, "Luxury buying in the United Arab Emirates", *Journal of Business and Behavioural Sciences*, vol. 23, no. 3, pp. 145-160.

⁴⁹ Julie Tsai, "La mode à Dubaï, le nouveau centre du luxe", *Launch Metrics* [en ligne], mis en ligne le 5 décembre 2017, URL : <https://www.launchmetrics.com/fr/ressources/blog/why-dubai-centre-luxe-mode> consulté le 15 mai 2019.

⁵⁰ *ibid.*



Fig. 31 Capture d'écran du compte Instagram de Huda Kattan, réalisée le 15 mai 2019.
 Photographie : Auteur inconnu, Huda Kattan à Dubaï, photographie numérique (smartphone), 16 avril 2019.



Fig. 32 Capture d'écran du compte Instagram de Fouz Alfahad, réalisée le 15 mai 2019.
 Photographie : Auteur inconnu, Fouz Alfahad à Dubaï, photographie numérique (smartphone), 25 avril 2019.



Fig. 33 Capture d'écran du compte Instagram de Sheida Babareza, réalisée le 15 mai 2019.

Photographie : Auteur inconnu, Sheida Babareza à Dubaï, photographie numérique, 18 mars 2019.



Fig. 34 Capture d'écran du compte Instagram de Joelle Mardinian, réalisée le 15 mai 2019.

Photographie : Auteur inconnu, Joelle Mardinian à Dubaï, publicité pour Evian, photographie numérique, 9 décembre 2018.

Ces comptes Instagram, vitrines des flux de consommation propres à Dubaï, sont rythmés par la publication de photographies prétendant s'inscrire dans le registre du *street style*.

Le *street style*, *street fashion*, ou encore photographie de mode de rue, est un type de photographie de mode, s'éloignant des artifices des éclairages et fonds de studio. Les modèles présentent leurs tenues à la lumière du jour dans la rue, souvent dans des quartiers en vogue ou des endroits iconiques. Cette tendance connaît particulièrement son pic dans les années 2000, avec l'avènement des photoblogs de mode et la démocratisation d'internet.

Ainsi, sous couvert de photographie spontanée, les influenceuses se mettent en scène, dans des poses plus ou moins candides. La particularité de cette pratique, est la nature de ces lieux de prise de vue - théoriquement publics. Il s'agit pourtant souvent chez les influenceuses émiratis de lieux de consommation : restaurants, cafés, hôtels - toujours huppés. Si chacun peut théoriquement y aller, toutes les bourses ne le permettent bien évidemment pas.

Comme une dérivée émiratie de la pratique du *streetsyle*, ces femmes se représentent dans des environnements qu'il serait uniquement possible de qualifier de "semi-publics", parce que soumis à l'impératif de la consommation - avant tout car une telle pratique photographique serait impensable dans l'espace public d'un pays arabe conservateur comme les Emirats Arabes Unis. Ces mises en scène illustrent donc à la perfection le paradoxe dubaïote de la promotion massive et internationale d'une image de femme "moderne", pouvant exister uniquement dans des lieux accessibles à l'élite économique nationale et internationale.

Cette pratique est arrivée jusqu'en Tunisie, et s'éloigne d'autant plus du *streetstyle*. En plus de se représenter dans des vêtements de marques, des environnements privilégiés, certaines femmes fortunées tunisiennes engagent des photographes professionnels pour produire ces photographies, afin de les publier sur leurs réseaux sociaux.

Une pratique avant tout privée et favorisée de la photographie de mode se développe ainsi.



Fig. 35 Hamdi Jouini, *Shooting privé de Inès Osmani*, juillet 2018, photographie numérique couleur.



Fig. 36 Hamdi Jouini, *Shooting privé de Sarra Slim*, juillet 2018, photographie numérique couleur.



Fig. 37 Hamdi Jouini, *Shooting privé de Shaima Oueslati*, novembre 2018, photographie

numérique couleur.

Ces modèles sont photographiées elles aussi dans des lieux de consommation (dans la première image de la page précédente, Inès Osmani semble se trouver dans un restaurant), ou dans les quartiers luxueux de Tunis (Comme le quartier des Berges du Lac [quartier chic issu d'investissement saoudiens près de la lagune de Tunis] ou le quartier de La Marsa [quartier chic de la diaspora française tunisoise], situés tous deux en banlieue nord)⁵¹.

Habillées chics, apprêtées, maquillées, et bien entendues non voilées, les modèles se positionnent comme éloignées de tout conservatisme religieux, leur attitude correspondant plutôt à un modèle communément considéré comme “moderne” ou “occidental”. Ces images constituent en cela une forme de “dépassement” de la condition des femmes tunisiennes ; dont les libertés de mouvements dans l'espace public sont beaucoup moins larges que celles des hommes tunisiens. A ce titre il est d'ailleurs important de noter que l'écrasante majorité des photographes tunisiens réalisant ce genre de shootings sont des hommes ; ceux ci pouvant dissuader le harcèlement de rue dont des shooting publics pourraient sinon être une cible idéale. Il convient aussi de s'interroger sur le rôle du genre de ces photographes sur la permanence de représentations féminines stéréotypées véhiculés par ce type d'images.

Si ces femmes aisées peuvent effectivement se faire photographier en robe courte et hauts talons, cette libération n'est ainsi destinée qu'à elles seules ; petite frange bourgeoise tunisienne utilisant ses ressources pour s'acheter une portion de liberté “à l'occidentale”.. Ainsi se pose la question de la pertinence du développement de cette pratique dans des contextes moins aisés.

⁵¹ La banlieue nord de Tunis est une zone favorisée de la capitale. Le prix de l'immobilier ne cessent d'augmenter dans cette partie de la ville.

2. Tendances contemporaines en photographie de mode tunisienne

a. Revendication de symboles identitaires tunisiens

Certains pays du monde arabe influencent depuis le début de la période dictatoriale de Ben Ali, jusqu'à aujourd'hui la production d'images de mode en Tunisie. Tandis que les photographes concevant ces dernières sont attirés par les similitudes possibles avec des productions de pays à la culture arabo-musulmane, une revendication de l'identité proprement tunisienne émerge lentement et se diffuse de plus en plus dans les images commerciales et éditoriaux de mode contemporains. Une réelle tendance, visant à utiliser des codes visuels issus du patrimoine et de l'histoire tunisienne, est depuis ces dernières années largement identifiable.

A travers deux éditoriaux extraits du magazine *FF Designer* illustrant ce propos, nous mettrons en évidence cet engouement pour le patrimoine culturel du pays.

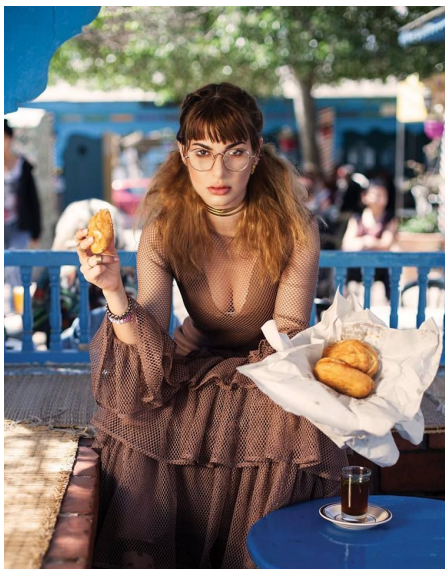


Fig. 38 Hend Jebali, “Safsaf in style”, *Editorial pour FF Designer*, avril/mai 2017, photographie numérique couleur.

Ces deux images ci-dessus sont issues du numéro d'avril et mai 2017 de *FFDesigner* ; une mannequin pose avec pour accessoires deux plats tunisiens. A gauche, un *fricassé*, beignet salé garni, à droite une assiette de *kafteji*, salade de pomme de terre, piments et citrouille. Ces deux en-cas sont extrêmement populaires, et très peu chers - donc accessibles à la majorité du peuple tunisien. En mettant en avant des éléments faisant partie de la culture commune de Tunisie, l'image fait référence non pas à l'imaginaire idéalisé de l'image de mode que connaissent les lecteurs, mais à des souvenirs et des impressions vécues, issus de leur vie quotidienne. L'image change sa propriété commerciale pour atteindre une dimension personnelle : elle représente des objets banaux, connus et vécus tous les jours par les tunisiens, auxquels des qualités séductrices et glamour n'ont jamais été attribuées, comme une image de mode le suggère.

D'autre part, la modèle pose au fameux café *Saf-saf*, ancien caravansérail transformé dans les années cinquante en un restaurant emblématique du patrimoine tunisien, situé à la Marsa dans la banlieue nord de la capitale.

A l'encontre des images analysées en partie II. 1. c., réalisées dans des quartiers huppés de Tunis, la photographe choisit d'ancrer son décor, encore une fois, dans l'imaginaire populaire. C'est à nouveau une transgression des codes habituels de la photographie de mode admise en Tunisie, suggérant que la mode est un monde fermé et privilégié. Le café *Saf-saf* est en effet un lieu accessible, où n'importe quel tunisien issu de la classe moyenne voire populaire peut s'imaginer. Le photographe en présence d'une mannequin, déconstruit une barrière imaginaire persuadant les lecteurs que la mode est inaccessible ; eux-même, s'ils ne le font pas déjà fréquemment, peuvent s'y rendre sans difficulté.

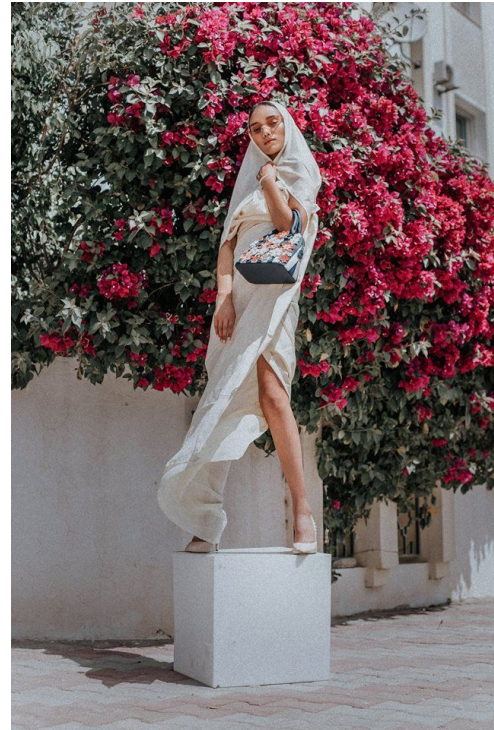


Fig. 39 Hend Jebali, “*La femme tunisienne*”, *editorial pour FF Designer*, avril/mai 2018, photographie numérique couleur.

Dans cet extrait suivant du magazine *FF Designer*, un autre élément symbolique de l’histoire et de la classe populaire tunisienne est mis en avant : le *safseri*. Habit traditionnel porté par

les femmes pour se protéger des regards masculins dans l'espace public, il n'est aujourd'hui porté que par les femmes plus âgées, souvent issues des classes les moins aisées. Ce tissu sans couture, entourant le corps et le visage de la femme, produit une silhouette emblématique des rues de la médina de Tunis, dont l'esthétique est souvent reprise par des peintres tunisiens, comme Ammar Farhat ou Yahia Turki, souhaitant représenter l'esprit traditionnel de cette partie de la ville.

Ici la modèle est vêtue de ce *safseri*, à l'image profondément ancrée dans l'imaginaire tunisien, mais le porte de manière étonnamment sensuelle. Ses jambes dépassent du tissu, sont souligné par le vent qui dévoile sa silhouette. En étant représenté dans des lieux connus des tunisiens (le parc d'attraction de *Dah-dah*, la mosquée de la *Mâlik Ibn Anas*), l'image défie les clichés et sort le *safseri* du décor de la médina.

Ce vêtement est de plus réapproprié par Hend Jebali, la photographe, qui détourne ses propriétés plastiques en exposant une collection de sacs à main au design géométrique, moderne, et coloré, en contraste avec le stylisme de la modèle et du *safseri*. L'étoffe met en valeur le produit comme un fond de studio, plus que n'importe quel habit aurait pu le faire. Le *safseri* est ici utilisé pour ses caractéristiques minimalistes : blanc et sans coutures, et constitue la parfaite vitrine pour le produit à vendre.

Cette réappropriation amène une transformation de l'habillement traditionnel : l'objet culturel devient un objet de mode. Dans notre entretien, Khémais Ben Lakhdar, doctorant en mode et orientalisme, parle de "resémantisation". En effet, sortir le vêtement de sa dimension culturelle, invite à le questionner dans son nouvel environnement, à l'apprécier exempté de sa signification habituelle.

b. Folkorisation : survivance coloniale ou désir d'exportation ?

La revendication identitaire permet une identification du peuple tunisien aux images de mode souvent accessibles et parlantes à une petite partie de la population privilégiée.

Mais si l'utilisation de plusieurs codes visuels issus de l'héritage culturel tunisien permet de lier des mondes auparavant distingués, il est important d'avoir un regard critique sur l'utilisation de ces symboles. En effet, la Tunisie hérite d'une iconographie historique contrôlée étroitement par les régimes politiques au pouvoir. La transition démocratique, seule période de libération démocratique depuis 1881, est si jeune, qu'elle n'a pas encore eu le temps de remettre en question les images et symboles qui l'ont traversée et représentée jusqu'à présent.

Par exemple, ces deux éditoriaux issus du magazine *FF Designer*, font référence à des imaginaires inventés et construits par la période coloniale.

Le premier est appelé *Paradise Bey*. L'expression "*Paradise Bay*", soit "baie paradisiaque", fait référence au patrimoine balnéaire tunisien, connu pour ses plages. Le terme "*bay*" a cependant été remplacé par le mot "Bey", terme désignant un chef de clan arabe, à la tête d'un beylicat. Ces images reconstruisent un sorte de "harem contemporain" complètement orientalisé, où des femmes se languissent de cette figure largement fictive du bey, dans un palais à l'architecture traditionnelle.

Tout en étant remises au goût du jour, ces photographies rappellent les photographies issues de la période coloniales et diffusées à travers les cartes postales.



Fig. 40 Hend Jebali et Seyf Dean Laouiti, “Paradise Bey”, *Editorial pour FF Designer*, octobre 2018, photographie numérique couleur.

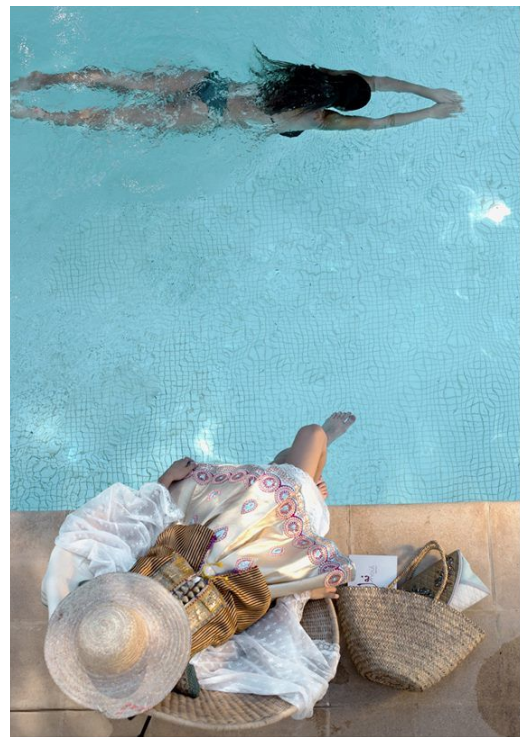
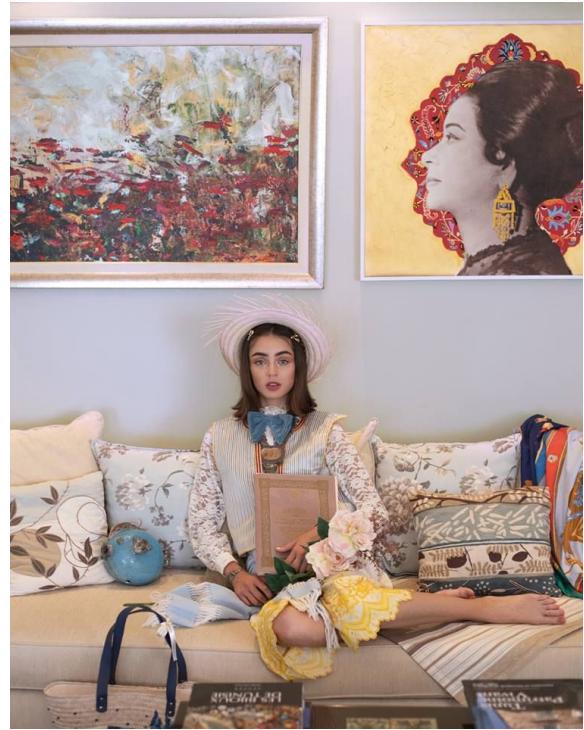


Fig. 41 Hend Jebali, *“Tunis 1910”*, *Editorial pour FF Designer*, juin/juillet 2018, photographie numérique couleur.

Autre référence à la carte postale coloniale, l'éditorial *Tunis 1910*. Il présente une mannequin accoutrée de vêtements au design inspiré des traditions, dans une tentative de référence au passé tunisien. 1910, date incluse dans le titre, correspond à la première moitié du protectorat français. La mannequin, est encore une fois lascive, languissante, posant la bouche entre ouverte.

3. Création identitaire : expression d'une volonté et limites

a. Persistance du mythe de l'exception de la femme tunisienne

Les photographes tunisiens naviguent sur les tendances présentées précédemment, mêlant hybridation mondialisée, modernité, et revendication culturelle. La majorité des discours des créateurs ou influenceurs convergent vers la même idée de la femme tunisienne : une femme émancipée. Hend Jebali la décrit comme :

“Une femme émancipée, bien dans sa peau, qui assume son corps, libre, qui ne se cache pas derrière un habit, qui ne se cache pas derrière l’homme. [...] On sait que la femme tunisienne est une femme émancipée, donc avec le magazine on a vraiment trouvé beaucoup de matière.”⁵²

Farah el Kadhi, influenceuse tunisoise, pense qu’elle “s’émancipe de plus en plus depuis la période Bourguiba.[...] C’est une indépendance financière, scolaire, elle dit ce qu’elle veut, elle met ce qu’elle veut,”⁵³

L’affranchissement est donc un mot d’ordre. Cependant le champs lexical visuel autour de l’image de cette figure modèle semble être le résultat du tension constante entre deux concepts : “modernité” et “tradition”. Sous prétexte de vouloir trouver un terrain d’entente entre la culture arabo-musulmane du pays et la sécularisation des sociétés modèles d’origines occidentales, la “femme tunisienne” représentée dans les images de mode tunisiennes semble évoluer dans un couloir étroit . Pour se vendre à l’étranger, elle doit être ouverte, prouver sa modernité, mais pour plaire en Tunisie, elle doit tout de même adhérer à certaines valeurs locales ; adopter une certaine attitude. Un des exemples de ces grands écarts est que la femme

⁵² Interview de Hend Jebali, rédactrice en chef du site web du magazine *FF Designer* et photographe disponible en annexe.

⁵³ Interview de Farah el Kadhi, influenceuse tunisoise et présentatrice d’une émission télévisée sur la mode disponible en annexe.

tunisienne de ces images n'est pas voilée, mais fait par exemple le ramadan. Plutôt que d'inclure différents profils de femmes tunisiennes - des femmes athées aux femmes voilées et religieuses - et ainsi intégrer toutes les minorités et les déclinaisons complexes et réelles de la femme tunisienne, les magazines se concentrent sur le développement d'un modèle idéal en particulier. Hend Jebali fait le parallèle avec la création du mythe de la "femme parisienne" qu'elle pense possible de manière identique pour la construction de la femme tunisienne. Cependant, développer un modèle aussi univoque engendre certains risques ; on observe aujourd'hui dans de nombreux pays l'émergence d'actions visant à déconstruire les modèles monotones et uniques développés par les images de mode⁵⁴ ; et à remettre en question les narratifs normatifs. Plusieurs mouvements s'allient à la lutte des femmes et de leur représentation, et intègrent les notions de "intersectionnalité", qui reconnaissent la multiplicité et la diversité de profils pouvant adhérer aux idéaux féministes. Cette logique de la transversalité combat l'idée qu'une mannequin doit obligatoirement être blanche et mince. Ainsi, on peut s'interroger sur les enjeux pour le secteur encore jeune de la photographie de mode tunisienne d'entreprendre la construction d'un même type d'identité féminine unique que nous savons pourtant critiquable ?

La création d'un modèle normatif suggère obligatoire marginalisation de minorités ne pouvant s'insérer dans ce modèle. Bien que relativement aisé à élaborer, est-il vraiment pertinent d'exporter une conception d'identité féminine univoque dans un pays divisé par des inégalités sociales, culturelles et politiques importantes ?

⁵⁴ Emma Day, "How inclusivity became a norm not a buzzword in 2018", *Vogue Arabia* [en ligne], mis en ligne le 18 juillet 2018, URL : <https://en.vogue.me/fashion/news/how-inclusivity-became-a-norm-not-a-buzzword-in-2018/> consulté le 20 mai 2019.

b. La difficulté à représenter la diversité des femmes tunisiennes

Les photographes tunisiens ont des difficultés à représenter des femmes provenant de minorités, telles que les femmes noires, queer, ou dont la pratique religieuse ne s’aligne pas avec l’entre-deux souhaité par l’image diffusée par les médias. Une femme voilée ou noire fait beaucoup moins vendre qu’une femme découverte au physique entre maghrébin et occidental. Il convient à ce titre de souligner que cet idéal féminin correspond à la transcription dans la photo de mode du récit national tunisien, élaboré pendant les période d’affirmations nationalistes dès la fin du 19ème siècle, et modifié sous l’influence de Habib Bourguiba⁵⁵. Selon ce narratif, la Tunisie serait un pays par essence arabe et musulman, bien que le mouvement de libération dirigé par Habib Bourguiba ait largement intégré des éléments progressistes (droits des femmes, accessibilité à l’éducation etc) issues de pensées d’origines occidentales. Ce récit national tunisien, savant équilibre entre arabité musulmane et progressisme social a mené, couplé à différents épisodes de troubles politiques à l’accroissement de l’homogénéisation de la société tunisienne, à travers l’émigration de minorités ethniques (juifs séfarades, maltais, italiens etc.) ou la criminalisation de minorités religieuses (islam radical) ou sexuelles (homosexuels et LGBTQ+) ou la pure et simple invisibilisation des minorités raciales. Il n’est donc pas étonnant que depuis la révolution tunisienne de 2011, “apogée” du sentiment national tunisien, la création de photo de mode se soit en écrasante majorité consacrée à la construction d’une identité de femme tunisienne qui soit à l’image du récit national en vigueur depuis plus de 70 ans. La négation de la diversité ethnique, religieuse, et des minorités diverses de la société tunisienne a donc aujourd’hui des conséquences lourdes sur la construction d’identités multiples.

Il est en effet important de représenter différents types de physiques dans les images commerciales tunisiennes pour des questions de visibilités des minorités évoquées plus haut, le racisme à l’égard des personnes noires étant par exemple un fléau persistant dans le pays.

⁵⁵ ABBASSI Driss et ILBERT Robert, 2005, *Entre Bourguiba et Hannibal : Identité tunisienne et histoire depuis l’indépendance*, Paris : Aix-en-Provence, Karthala.

La première loi pénalisant les actes racistes a d'ailleurs été proclamée en 2018⁵⁶, suite à des actions de haine envers la communauté noire représentant pourtant 15 % de la population tunisienne. La lutte contre le racisme de toute forme, et notamment anti-noir est donc un enjeu essentiel dans le pays.

De plus, les mannequins de l'ère des réseaux sociaux sont aussi des personnalités publiques. Représenter par exemple une tunisienne noire est important pour des questions de visibilité, mais aussi parce que mettre son image dans le paysage visuel public, permet de mettre en lumière le caractère intrinsèquement multi-ethnique d'un pays méditerranéen et africain comme la Tunisie. Il s'agit donc d'une question d'ordre politique ; un tremplin d'expression sur la condition d'existence des minorités, et permet de sensibiliser le public différents récits de vie et discours.

Joanna Ben Souissi parle de cette difficulté à représenter une diversité de profils dans la photographie tunisienne ; les clients ne souhaitant pas être représentés par une femme noire, obèse, ou même aux cheveux bouclés, ne s'alignant pas aux modèles et canons de beauté occidentaux pour des raisons purement commerciales.

Certaines tentatives d'ouverture de cette diversité sont cependant réussies, comme le montre cet exemple d'éditorial pour *Femmes de Tunisie*, qui promet une progression future.

⁵⁶ Frédéric Bobin, "Loi pénalisant le racisme en Tunisie : une première victoire pour la minorité noire", *Le Monde* [en ligne], mis en ligne le 11 octobre 2018, URL : https://www.lemonde.fr/afrique/article/2018/10/11/loi-penalissant-le-racisme-en-tunisie-une-premiere-victoire-pour-la-minorite-noire_5368149_3212.html

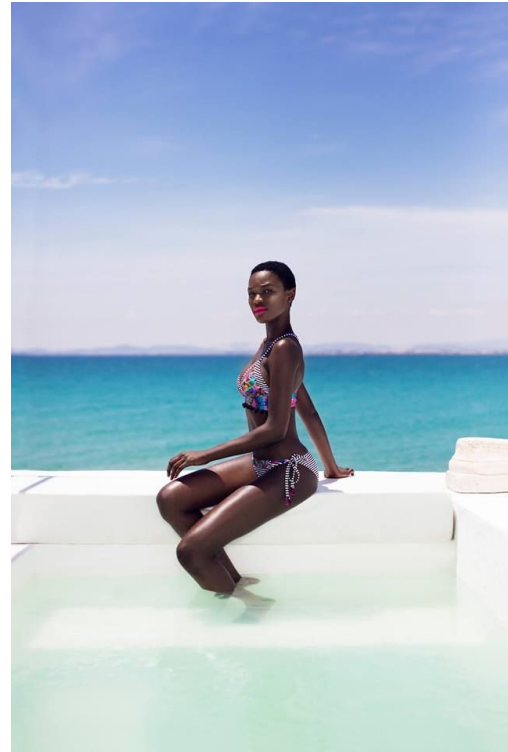


Fig. 42 Joanna Ben Souissi, *Éditorial pour le magazine Femmes de Tunisie*, juin 2017, photographie numérique couleur

Les images de modes tunisiennes apparaissent comme la résultante d'une sédimentation de codes visuels acquis historiquement : survivances coloniales, période lacunaire dictatoriale comblée par l'assimilation de codes étrangers, et enfin mondialisation extérieure et démocratisation intérieure actuelle. Mais les femmes tunisiennes ont aujourd'hui une faible marge de manoeuvre ; l'image de mode hégémoniquement commercialisée ne laisse qu'un étroit couloir de représentation, ne montrant qu'un étroit éventail de physiques, et ignorant la présence d'identités et de communautés marginalisées diverses. Dans ce même chemin confiné, les photographes essaient d'innover et d'insérer plusieurs codes visuels nouveaux appartenant à une culture tunisienne théoriquement métissée.

PARTIE III :
Représentations alternatives

III. Représentation alternatives

Outre les circuits de production d'images commerciales classiques, et entre autre les images de mode, nous pouvons observer depuis une dizaine d'années l'émergence de canaux alternatifs visant à une reprise en main des habitudes de représentation visuelle des femmes tunisiennes, et plus généralement arabes. Ces plateformes sont des espaces inédits de création et de curation d'images mettant en avant les questions de décolonialité d'une part, et d'autre part de l'identité arabe. Elles arrivent à questionner l'idée de modèle unique de la représentation d'un peuple, et sont donc des vecteurs de visions alternatives de la femme arabe ou tunisienne, en intégrant les problèmes d'identités multiples et complexes. Nous nous intéresserons donc à la problématique du développement de visions et de narratifs alternatifs de la femme tunisienne, en nous intéressant tout d'abord à des initiatives corpus d'images spécifiques - une initiative du webzine Mille World, et la production photographique de Mous Lamrabat, avant de s'intéresser dans un second temps à la naissance de formes nouvelles d'expressions photographiques décoloniales en Tunisie.

1. Pour une photographie maghrébine et arabe ?

a. Mille World, désir d'une identité arabe

Mille World est un webzine⁵⁷ non-interactif et non-collaboratif⁵⁸, ponctuellement imprimé. Il vise à mettre en lumière différents jeunes créateurs et artistes du monde arabe, en se penchant particulièrement sur les domaines de la mode, de l'art et de la culture. Le média se concentre sur la région MENA (*Middle East and North Africa* soit le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord), réunissant tous les pays depuis le Maroc, jusqu'à l'Iran. Le magazine a été créé en

⁵⁷ Un *webzine* est un anglicisme définissant un magazine diffusé sur internet. Définition du site *L'internaute* [en ligne], URL : <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/webzine/> consulté le 3 mai 2019.

⁵⁸ Certains *webzines* peuvent être interactifs ou collaboratifs, c'est à dire que les lecteurs peuvent commenter ou publier sur le site.

janvier 2018 par Sofia Guellaty, journaliste, auteure, styliste et éditrice mode pour des enseignes telles que *Vanity Fair*, *Elle*, ou encore *Style.com* et Samira Larouci.

La volonté de créer une plateforme pour la jeunesse arabe est ambitieuse, car la définition même de l'arabité est en constante mouvance.

Est-il réellement pertinent de parler de culture arabe ? La question de la légitimité du terme de "l'arabité" a été et est encore beaucoup discutée dans les pays de la région MENA, ainsi qu'en Occident. Dans "Les 100 clés du Proche-Orient", le peuple arabe est défini comme : « "Une ethnie (ou un peuple) composée des individus qui parlent une des variantes de la langue arabe"⁵⁹, une réponse pratique permettant de délimiter les frontières d'une région qui ne partage pas une identité commune évidente. Si un individu parle arabe, il est arabe.

Cependant, cette théorie est grandement critiquée. Des écrivains tels que Jean François Troin⁶⁰, ou Amine Ait-Chaalal⁶¹ dénoncent certaines incohérences de ce concept. D'abord, le principe sur lequel se basent Alain Gresh et Dominique Vidal suggérant la cohérence par la langue, minimise la quantité des variantes dérivant de l'arabe, et suggère que ces différences sont peu importantes. En effet, on compte aujourd'hui plus de vingt-cinq dialectes distincts dans leur sonorités et leur vocabulaire, tous plus ou moins éloignés de l'arabe dit "littéraire", considéré comme la base de la langue arabe.

⁵⁹ Alain Gresh et Dominique Vidal, *Les 100 clés du Proche-Orient*, Paris, Hachette/Pluriel, 2003, 784 p.

⁶⁰ Notamment dans son ouvrage "L'identité arabe : de l'espace de la nostalgie aux territoires en mouvement // Arab identity : from the Land of nostalgia to the territories in motion". In: *Annales de Géographie*, t. 113, n°638-639, 2004. Composantes spatiales, formes et processus géographiques des identités, sous la direction de Guy Di Méo. pp. 531-550.

⁶¹ Amine Ait-Chaalal, « Langue(s) arabe(s), monde(s) arabe(s), arabité, arabisme : éléments de réflexion et d'évaluation de dynamiques complexes », *Revue internationale de politique comparée*, 2007/1 (Vol. 14), p. 51-68. DOI : 10.3917/ripc.141.0051. URL : <https://www.cairn.info/revue-internationale-de-politique-comparee-2007-1-page-51.htm>

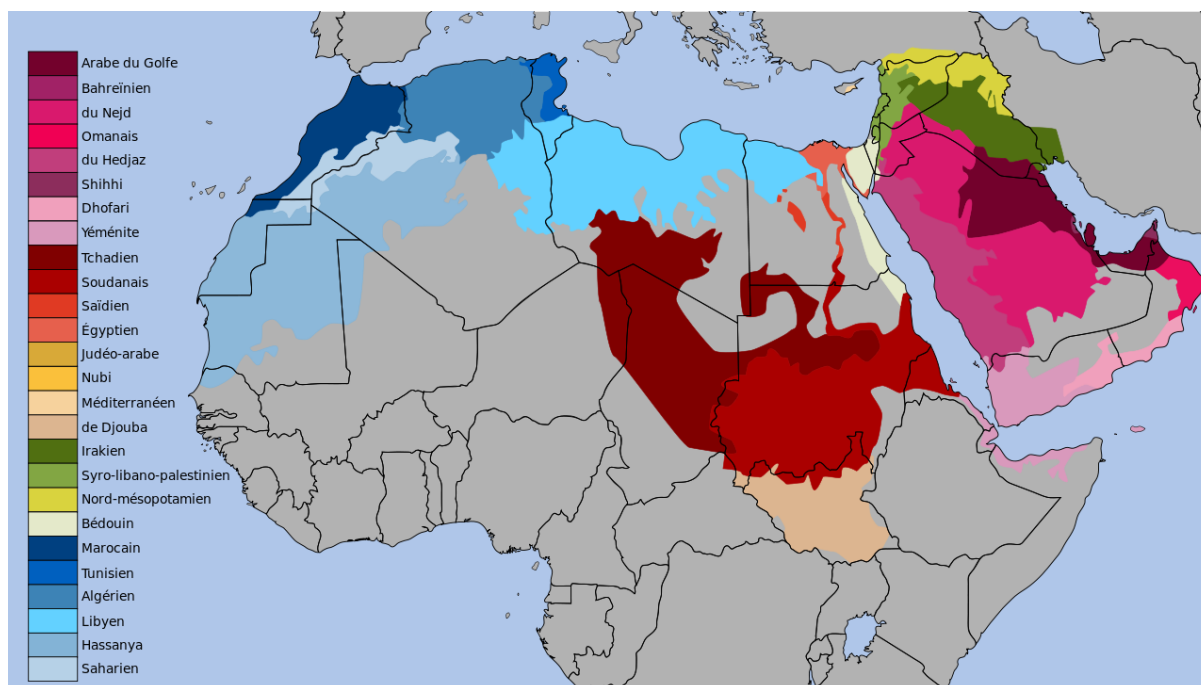


Fig. 43 Cartes des dialectes dérivés de l’arabe dans la région MENA

Ensuite, il exclut les communautés et langues kabyles et berbères, “ soit ignorées soit au contraire magnifiées” d’après Jean-François Troin.

D’autres tentatives de définition de l’arabité existent. “OnOrient”, média indépendant s’intéressant aux dynamiques culturelles du Maghreb et du Moyen-Orient, explore cette théorie de l’arabité à travers le projet “ONORIENTOUR”⁶², documentaire réalisé en 2015. Trois journalistes partent à la rencontre d’artistes vivant au Maroc, en Algérie, en Tunisie, au Liban, et en Jordanie. Les témoignages recueillis montrent une sorte d’incompréhension et un sentiment de confusion de la part de la majorité des artistes, face à la notion d’arabité. Ils ne se sentent pas plus arabes qu’un autre pays, et revendiquent d’autres origines et influences dans leur travail, notamment des pays ayant influencé leur dialecte (français, anglais, italien, etc.).

La problématique posée par les journalistes pendant tout leur voyage, “Qu’est-ce qu’être arabe aujourd’hui ?” ne trouve alors pas de réelle réponse.

⁶² Site web présentant le projet ONORIENTOUR et sa réception par le public lors des différentes projections : <http://onorient.com/quest-ce-quetre-arabe-aujourd'hui-reactions-24966-20180517> consulté le 3 mai 2019.

Mille World, conscient de ce sentiment de confusion et produit en novembre 2018 une courte vidéo exprimant la diversité de l'identité arabe. Au commencement de la vidéo, quatre panels affichent l'inscription en anglais :

*Nous avons voulu définir ce qu'est un arabe aujourd'hui, mais nous avons réalisé que c'était impossible,
parce qu'il n'y a pas une seule identité arabe.
Donc nous avons demandé à nos lecteurs de le faire pour nous.*

Cette vidéo juxtapose plusieurs images amateurs réalisées par les lecteurs de *Mille World*. Cette juxtaposition présente ce qui apparaît dans les images commerciales étudiées précédemment comme une étroite marge de manoeuvre, plutôt comme une diversité, riche, dynamique, et empreinte de nostalgie. Un montage très rapide met côte à côte ces très courtes vidéos, et laisse transparaître les différences cohabitantes dans cette même identité.



Fig. 44 Photogrammes extrait d'une vidéo réalisée par *Mille World*, Monde Arabe, novembre 2018, 59 secondes, couleur.

Ces deux captures d'écran montre un thé marocain servi de manière traditionnelle d'abord, tout de suite suivi de l'image d'un shot de vodka versé dans un bar par une jeune barmaid, démontrant la flexibilité des moeurs arabes.



Fig. 45 Photogrammes extrait d’une vidéo réalisée par *Mille World*, Monde Arabe, novembre 2018, 59 secondes, couleur.

Ici, deux femmes sont représentées. L’une est en *jebba* traditionnelle, les cheveux enroulés dans un turban, en train de jouer l’instrument symbole de la musique maghrébine, la darbouka. L’autre, Sama’, est une DJ palestinienne symbole de la scène de la musique électronique du pays, et arbore un style très occidental, rappelant celui de la vie nocturne berlinoise, pendant qu’elle performe sur ses platines. Cette juxtaposition est frappante par son contraste si fort qu’il pourrait presque nous faire oublier que ces deux images pourraient être légendées de la même manière : “Femme arabe jouant de la musique”.



Fig. 46 Photogrammes extrait d’une vidéo réalisée par *Mille World*, Monde Arabe, novembre 2018, 59 secondes, couleur.

Deux représentations de la femme arabe transparaissent dans cet exemple. D’un côté, la femme pieuse, voilée, filmée dans une mosquée, de l’autre, deux femmes consommant de l’alcool et fumant la chicha dans un restaurant.

Dans une interview pour *Dazed*⁶³, Samira Larouci s'exprime sur le choix du nom du webzine :

“Nous jouons constamment avec ces idées d’ethnicités, et je pense que le nom Mille World vient de là [...] nous voulions montrer qu’il y a mille identités arabes différentes.”⁶⁴

Ainsi le magazine se lance le défi de non seulement assumer la complexité de cette identité, mais aussi d’aller chercher des nouvelles formes de représentation. Questionner l’univocité d’un modèle identitaire pousse à développer des alternatives aux représentations classiques; par exemple privilégier des sources d’images multiples et produites sur le terrain, donner la parole aux personnes auxquelles les stéréotypes sont communément dirigés, et essayer de dépasser l’image simple, en se tournant par exemple vers la série et le collage d’images, peut-être plus représentatif de la complexité des identités contemporaines.

b. Etude d’images : Les femmes arabes par Mous Lamrabat

Mous Lamrabat est un photographe de mode belgo-marocain. Ayant déjà travaillé dans le milieu de la mode occidentale, il produit des séries et éditoriaux pour différentes marques et magazines. Il déclare avoir ressenti le besoin de se retourner vers les choses qu’ils connaissent, sa culture, son quotidien. Ainsi, il incorpore dans ses images aux normes occidentalisées, des éléments culturels propres au Maroc, résultant de photographies “kitsch et empruntées de nostalgie”⁶⁵, comme le décrit le *Huffpost Maghreb* en février 2019.

⁶³ *Dazed* est un magazine de mode britannique bi-mensuel fondé en 1991 par Jefferson Hack et le photographe Rankin.

⁶⁴ Ruqaia Haris, “Introducing the online publication documenting global Arab youth culture”, *Dazed* [en ligne], mis en ligne le 9 novembre 2019, URL : <http://www.dazeddigital.com/life-culture/article/41937/1/mille-world-new-arab-youth-culture-platform> consulté le 5 mai 2019.

⁶⁵ Anaïs Lefébur, “Mousganistan”, la première exposition personnelle du photographe Mous Lamrabat”, *Huffpost Maghreb* [en ligne], mis en ligne le 5 février 2019, URL :

Ses photographies, de par leur mise en scène, décrivent toujours avec humour, le pseudo-métissage des cultures maghrébines et occidentales. Sa première exposition personnelle, qu'il appelle ironiquement "Mousganistan" en référence à son prénom, présente d'ailleurs une scénographie elle aussi comique. Dès l'entrée, la phrase « Tous les Marocains doivent rentrer en Turquie » sont affichés en lettres d'imprimerie rouge, en référence au commentaire fait par un partisan d'extrême droite Néerlandais⁶⁶ en 2014.

L'humour est une partie intégrante du travail de Mous Lamrabat. Il associe des sujets tels que l'islam et le capitalisme par différents symboles, comme une réponse à leur incompatibilité fictive créée par un imaginaire de la photographie de mode centré sur l'occident dont il a l'expertise.

Une des images les plus parlante de cet aspect de ses créations a été réalisée en début 2019, représentant une femme en niqab sur fond bleu, versant du thé d'une théière traditionnelle à un verre positionné sur son postérieur. L'image reprend de manière évidente les photographies réalisées en Carolina Beaumont en 1976 et Kim Kardashian en 2014 par Jean-Paul Goude. En plus de l'aspect loufoque de la scène, montrant une femme en niqab dans un position suggestive, la mise-en-scène reprend un travail ayant un historique controversé. En effet, Jean-Paul Goude publie la photo originale de Carolina Beaumont dans les années soixante-dix dans un livre intitulé "Jungle Fever"⁶⁷, représentant des corps de femmes noires érotisés, fétichisées, voire animalisés, à travers différentes scènes. Si le photographe fut critiqué pour sa logique déshumanisant les corps des femmes noires, la controverse renaît lors de la publication de la photographie de Kim Kardashian, notamment dans les réseaux sociaux mais aussi la presse⁶⁸.

https://www.huffpostmaghreb.com/entry/mousganistan-la-premiere-exposition-personnelle-du-photographe-mous-lamrabat_mg_5c59910be4b00187b5550115 consulté le 3 mai 2019.

⁶⁶ En 2014, lors d'une manifestation à Nimègue, un manifestant déclare à un journaliste "Tous les marocains doivent rentrer à Istanbul !".

⁶⁷ Jean-Paul Goude, *Jungle Fever*, Paris, Clic-Clac Editions Love Me Tender, 1982, 144p.

⁶⁸ Derrick Flinton, "The Big Problem With Kim Kardashian's Butt Photos Nobody Is Talking About", *Mic* [en ligne], mis en ligne le 13 novembre 2014, URL : <https://www.mic.com/articles/104188/the-big-problem-with-kim-kardashian-s-photos-nobody-is-talking-about> consulté le 3 mai 2019



Fig. 47 Mous Lamrabat, *Sans titre*, janvier 2019, photographie numérique couleur.



Fig. 48 Comparaison des images de Jean-Paul Goude, *Kim Kardashian* (2014) et *Carolina Beaumont* (1974), photographie couleur.

Mous Lamrabat reprend quatre ans plus tard cette image. La bouteille de champagne est remplacée par une théière, et le jet mousseux par celui du thé marocain, connu d'ailleurs pour ce geste traditionnel, consistant à la servir en éloignant le pot du verre. Le choix de mettre un femme en niqab à la place des femmes nues mis en scène par Jean-Paul Goude peut paraître comme une critique, voire une provocation envers les images occidentales créées dans les années 1974 et 2014. Effectivement, lorsque le photographe original choisit de positionner de cette manière les modèles, il les réduit à un stade d'objet, sexualisé et ridicule. Lorsque Mous Lamrabat lui choisit de reproduire l'image avec une femme entièrement voilée, il pose la question : a-t-on le droit de critiquer cette femme, généralement pointée du doigt dans l'actualité occidentale, pour sa position de femme soumise, alors que les plus grandes célébrités internationales occidentales sont elles-même soumise à un regard sexualisant, et finalement, patriarcal ?



Fig. 49 Mous Lamrabat, *Sans titre*, mai 2018, photographie couleur.



Fig. 50 Mous Lamrabat, *Sans titre*, août 2018, photographie couleur.



Fig. 51 Mous Lamrabat, *Sans titre*, janvier 2018, photographie couleur.



Fig. 52 Mous Lamrabat, *Sans titre*, janvier 2018, photographie couleur.

Mous Lamrabat s'attaque aussi à un sujet sensible : le voile. À la place de représenter des femmes voilées, il utilise le voile comme un objet à part entière, en ne montrant pas les visages des modèles qui les portent. Cette resémantisation de l'objet trouve son sens dans plusieurs sujets; la sensualité est explorée subtilement dans la mise en scène (dans la figure 49, un sein est discrètement souligné), la communauté queer est suggérée (sur l'image 50, deux silhouettes s'embrasse presque, mais leur genre est indiscernable) et l'industrie du luxe critiquée avec humour (des personnages sont masqués de plastique transparent portant le sigle de marques de luxe, *Burberry* et *Chanel* sur les figures 51 et 52). Mous Lamrabat dépasse les idées communément associées au voile (soit l'islam et l'islamisme) et questionne à travers une liberté inédite pour les photographes maghrébins le vêtement alors désacralisé comme le véhicule d'autres idées, et la création d'identité multiples.

À travers l'humour, la resémantisation d'objets pourtant ancrés dans la culture arabo-musulmane et un art de la référence le photographe se réapproprie des codes visuels associés à sa culture pour porter un regard critique à cette dernière, et sur le monde.

2. Représentations décoloniales des femmes arabes

a. L'art décolonial

L'art dit « dé-colonial » est une autre forme de négation de l'époque coloniale : elle cherche à casser les codes déjà établis de représentation des pays anciennement colonisés (stéréotypes, représentations caricaturales, péjoratives, et « diminuées »), à se libérer de la violence psychologique ancrée dans leur histoire. L'idée de libération est ici très importante, et amène des créations issues d'un désir d'émancipation de l'eurocentrisme actuel.

Les premières niches de penseurs sur le sujet décolonial (dans sa dimension esthétique) sont nées en Amérique du Sud, cherchant à s'émanciper des dégâts sociaux provoqués par le commerce triangulaire. Ces anthropologues, sémiologues, ethnologues, font pour leur majorité partie du groupe « Modernité/décolonialité ». Si les événements dont ils traitent ne parlent pas directement des colonies françaises, beaucoup de leurs principes sont applicables à ces événements. Ils appellent la « matrice coloniale » toutes les conséquences qu'a eues la domination des peuples colons sur les peuples indigènes, parmi eux : la colonialité de l'être, de la religion, politique, économique, du genre, de la sexualité, de l'ethnicité.

La question de l'esthétique apparaît plus tard. Dans une interview, Walter Mignolo, sémiologue et professeur parle de cette apparition de l'esthétique décoloniale, et cite quelques artistes, qui sont en réalité pour la majorité, des « storytellers », des conteurs. Nous pouvons nous demander la place que pourraient avoir les photographes dans cette quête d'égalité, presque fictive. Car en effet, l'uchronie (« Reconstruction fictive de l'histoire, relatant les faits tels qu'ils auraient pu se produire. » d'après le dictionnaire Larousse en ligne) que suggère l'esthétique décoloniale ne demeure finalement que fiction, et suggère donc que sa traduction plastique offre de grandes libertés.

b. Chouftouhonna : Festival d'art féministe en Tunisie

Le festival Chouftouhonna est un festival international d'art féministe, se déroulant chaque année depuis 2015 dans la capitale tunisienne. Des centaines d'artistes tunisiennes et venant de l'étranger se réunissent pendant quatre jours pour en plus d'exposer leur travaux, se créer un réseau professionnel et discuter de problématiques concernant la condition des femmes. A travers les arts graphiques, plastiques, scéniques, la photographie, la musique, mais aussi des conférences, le festival lutte pour les droits individuels corporels et sexuels des femmes.



Fig. 53 Capture d'écran du compte instagram du festival Chouftouhonna
([instagram.com/chouftouhonna.festival](https://www.instagram.com/chouftouhonna.festival)), photographies publiées entre le 9 et 10 septembre 2017

Ce festival s'inscrit dans un mouvement de déconstruction des stéréotypes autour des femmes tunisiennes par plusieurs aspects :

Il nourrit d'abord le débat d'une représentation décoloniale, à travers notamment des conférences qui le ponctuent, informant sur la notion de féminisme décolonial encore obscure pour beaucoup de personnes.

Le féminisme décolonial est défini par Françoise Vergès⁶⁹ comme un féminisme visant à atteindre l'intersectionnalité⁷⁰ et la convergence des luttes. Il s'inspire de mouvements déjà présents dans les années 1960-1970, comme le Black Feminism⁷¹. Ainsi, le festival *Chouftouhonna* invite les artistes à se questionner sur leur place en tant que femme et tunisienne, face à un public étant d'une part à la recherche d'une identité tunisienne, et d'autre part cherchant un positionnement face à l'hégémonie occidentale survivante de la colonisation, et caractéristique de la mondialisation.

Le festival organise d'autre part des résidences artistiques : des femmes forment d'autres femmes à des techniques de création visuelle ou sonore. Sur environ quatre jours, dans des lieux emblématiques de la scène culturelle tunisienne, comme le théâtre du 4ème art situé en centre ville, des intervenantes tunisiennes ou étrangères forment les participantes

⁶⁹ Françoise Vergès est une politologue française, féministe, professeure universitaire, présidente du Comité national pour la mémoire et l'histoire de l'esclavage. Elle est connue pour son approche décoloniale du féminisme, qu'elle développe dans son ouvrage *Un féminisme décolonial*. (Françoise Vergès, *Un féminisme décolonial*, Paris, Editions La Fabrique, 2019, 145p.)

⁷⁰ "L'intersectionnalité renvoie à une théorie transdisciplinaire visant à appréhender la complexité des identités et des inégalités sociales par une approche intégrée. Elle réfute le cloisonnement et la hiérarchisation des grands axes de la différenciation sociale que sont les catégories de sexe/genre, classe, race, ethnicité, âge, handicap et orientation sexuelle." Définition donnée dans l'article de Bilge Sirma, « Théorisations féministes de l'intersectionnalité », *Diogène*, 2009/1 (n° 225), p. 70-88. URL : <https://www.cairn.info/revue-diogene-2009-1-page-70.htm> consulté le 5 mai 2019.

⁷¹ Le *Black Feminism* ou encore Féminisme Noir, est un mouvement féministe américain né pendant les mouvements des droits civiques, visant à faire prendre conscience de la complexité du cas de la femme noire dans le société américaine, étant aux convergences du sexisme et du racisme. (Jennifer Kelly, "Black feminist consciousness". In *Encyclopedia of feminist theories*. Abingdon and New York, Routledge, 2000, pp. 56–57)



Fig. 54 Visuel de communication publié le 3 août 2018 sur le compte instagram du festival *Chouftouhonna* (instagram.com/chouftouhonna.festival) promouvant un résidence de production de VJing (production visuelle en temps réel)

L'espace de quelques jours, un microcosme est créé, et permet de prouver empiriquement qu'une institution peut être gérée par des femmes exclusivement. Si cette hypothèse paraît évidente théoriquement, très peu sont les réels exemples d'entreprises composées purement et ayant à leur tête des femmes. En Tunisie, le taux de participation à la population active des femmes est de 24% en 2019, contre 47,9% pour la moyenne mondiale⁷². Ainsi ce festival s'inscrit d'autant plus dans une réflexion décoloniale, car elle défie, dans une forme d'uchronie, d'abord une société où les formes de pouvoirs organisationnelles sont en grande majorité masculine, mais aussi fait d'une ville maghrébine, territoire considéré comme "du Sud", le carrefour permettant la rencontre d'artistes internationaux, et le hisse à la place de protagoniste d'une scène culturelle eurocentrée, et des débats féministes souvent associés à une idéologie occidentale.

⁷² Chiffres tirés du site de la banque mondiale. URL : <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/sl.tlf.cact.fe.zs> consulté le 5 mai 2019

Conclusion

Il est difficile de parler d'images de mode en Tunisie, de la même manière dont on parle d'images de mode en France, en Europe, ou encore aux Etats-Unis, pour plusieurs raisons.

Premièrement, les fractures historiques de la colonisation, des régimes non-démocratiques et de la révolution ont sans interruption forgé les imaginaires visuels. A nul moment la Tunisie n'exprime son identité dans une totale liberté, de manière spontanée et assez continue pour laisser place à l'évolution et à la recherche. Chaque période historique est longue, itérative, visant à répéter un certain modèle stéréotypé de "la femme tunisienne". Soit la mauresque folklorisée où érotisée soit la femme tunisienne émancipée du féminisme politique de Bourguiba, entretenue par Ben Ali.

Deuxièmement, l'industrie de la mode et de l'image en Tunisie n'a historiquement pas eu la capacité à se développer assez pour soutenir le marché de la photographie de mode, comparé à l'Europe ou aux Etats-Unis, dont la presse mode est foisonnante et en renouvellement constant. Les enseignes et marques célèbres, finançant directement ou indirectement les projets de production photographiques de type éditoriaux ou images commerciales, ne sont d'une part pas originaires du pays, et d'autre part hésitantes à s'installer en Tunisie pour des raisons économiques et administratives.

Ainsi, si la production d'images de mode tunisiennes n'est pas soutenue par l'industrie, elle reste présente et connaît un intérêt croissant de la part du peuple tunisien. Au delà des considérations économiques, c'est un désir de production d'identité visuelle et de codes de représentation, en particulier de la femme, qui encourage cette production photographique. Les entretiens menés auprès de photographes, directrices artistiques, rédactrices mode, soutiennent l'idée qu'après près de cent cinquante ans de dictat identitaire, le peuple tunisien peut enfin être acteur de sa propre image, à travers la presse et les réseaux sociaux.

Ce regain d'intérêt a amené à la représentation dans des magazines de "la femme tunisienne", tendant vers un certain modèle, présentant des éléments de survivance de l'histoire du pays.

Entre folklore, mondialisation et émancipation contrôlée, l'image de "la femme tunisienne" ne peut se développer que dans un étroit couloir.

Mais d'autres initiatives naissent dans le pays, essayant non seulement de représenter les femmes tunisiennes dans leur ensemble, mais surtout de prendre un recul conscientisé quant aux fractures historiques, suggérant une nouvelle attitude réflexive et un féminisme décolonial. Ainsi la Tunisie se trouve à une période charnière de sa production photographique de mode. Tandis que l'industrie et le marché de la mode ne sont pas spectaculaires, le désir seul d'identité, couplé à l'impact des réseaux sociaux permet une montée de la pratique remarquable. Cette période est d'autant plus importante qu'elle se déroule au moment d'une vulgarisation de la prise de conscience coloniale, par différents médias, événements, et initiatives associatives, et de la remise en question de la notion d'identité même, notamment par la question de l'arabité.

La Tunisie est un terrain fertile pour la production photographique de mode, et nous devons nous poser la question de la direction dans laquelle elle compte aller. La notion d'arabité, débattue constamment, n'arrive à aucune conclusion notamment à cause de la pluralité des cultures qu'elle essaie d'englober. Cependant, elle nous aide à concevoir la diversité possible au sein d'une même identité. Nous avons la possibilité de construire le nouveau modèle de "la femme tunisienne". Voulons-nous le construire comme le mythe de "la femme parisienne", par des codes vestimentaires et des canons de beauté très précis, ou avons-nous les clés en mains pour lui construire une nouvelle identité plurielle ? Le concept de l'identité sur un modèle unique, qui par définition marginalise une partie de la population, est-il obsolète ?

Bibliographie (tri thématique)

Clés historiques

BENNASR Ali, “Le schéma d’aménagement du territoire national tunisien ou comment concilier compétitivité, efficacité et durabilité.” in *Aménagement durable des territoires méditerranéens*, 2012, Sfax, pp.49-57.

BEN SASSI Sami, “Les publinets de Tunis, une analyse microéconomique”, *NETSUD* [en ligne], mis en ligne en août 2004, URL : <http://www.polis.sciencespobordeaux.fr/resultats/colloque2003/Communications/BENSASSI32.pdf> consulté le 30 avril 2019.

BESSIS Sophie, « Le féminisme institutionnel en Tunisie », *Clio. Histoire, femmes et sociétés* [En ligne], 9 | 1999, mis en ligne le 22 mai 2006, URL : <http://journals.openedition.org/cliio/286> consulté le 5 mai 2019

BLANCHARD Pascal, “La représentation de l’indigène dans les affiches de propagande coloniale : entre concept républicain, fiction phobique et discours racialisant”, in *Hermès La Revue*, vol. 30, no. 2, 2001, Paris, CNRS éditions, pp. 147-168.

BLANCHARD Pascal, BANCEL Nicolas, BOËTSCH Gilles, THOMAS Dominic, TARAUD Christelle, SLIMANI Leïla, MBEMBE Achille, MARTIAL Jacques, *Sexe, race et colonies*, Paris, Editions La Découverte, 2018, 544p.

BLANCHARD, Pascal, VICTOR-PUJEBET, Bruno, *Sauvages, au coeur des zoos humains*, France, 2018, 90m, couleur.

DAHMANI Frida, “Mohamed Bouazizi, un héros arabe”, *Jeune Afrique* [en ligne], mis en ligne le 3 mars 2011, URL : <https://www.jeuneafrique.com/192558/politique/mohamed-bouazizi-un-h-ros-arabe/> consulté le 18 avril 2019.

DEMESMAY Claire, RUSS-SATTAR Sabine, SOLD Katrin, « Retour de l’absent », *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée* [en ligne], 144 | novembre 2018, mis en ligne le 30 novembre 2018, URL : <http://journals.openedition.org/remmm/12169> consulté le 28 avril 2019.

L’ENTRETIEN, *Pascal Blanchard : "La domination des terres s'accompagne de la domination des corps"*, interview de Pascal Blanchard menée par Virginie Herz, diffusé sur France 24, le 22 octobre 2018, 12 minutes. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=HJIh2sX-YFA> consulté le 22 janvier 2019.

FRANTZ Fanon, *Les Damnés de la terre*, préface de Jean-Paul Sartre, Paris, Editions Maspéro, 1961, 311 p.

FREGOSI Franck, ZEGHAL Malika, *Religion et politique au Maghreb : les exemples tunisien et marocain*, Paris, éd. Institut français de relations internationales, mars 2005, p. 6

GERÔME Jean-Léon, *Les Baigneuses du Harem*, 1901, huile sur toile, 99,7 × 80,6 cm, collection particulière.

DE GOURCY Constance, “Kamel Chachoua. Mobilités et migrations en Méditerranée : Vers une anthropologie de l’absence ?”. *Revue des Mondes Musulmans et de la Méditerranée*, 144, PUAM, pp.320, 2018, URL : <https://presses-universitaires.univ-amu.fr/mobilites-migrations-mediterranee>

KHEMIR Mounira, *L'Orientalisme*, Paris, Actes Sud, collection "Photo Poche", 2001, 144 p.

LE COMTE Romain, « Révolution tunisienne et Internet : le rôle des médias sociaux », *L'Année du Maghreb* [en ligne], VII | 2011, mis en ligne le 1er janvier 2013. URL : <http://journals.openedition.org/anneemaghreb/1288> ; DOI : 10.4000/anneemaghreb.1288 consulté le 30 avril 2019.

LEMKECHER Moncef, *Photographie en Tunisie après la révolution*, Mémoire de master 2 en photographie (sous la direction de Christian Caujolle), Saint-Denis, Ecole Nationale Supérieure Louis-Lumière, 2011, 120 p. + annexes.

MABRUT Claire, "Comment Instagram est devenu le réseau favori de la mode", *Madame Le Figaro* [en ligne], mis en ligne le 24 avril 2014, URL : <http://madame.lefigaro.fr/style/comment-instagram-devenu-reseau-favori-de-mode-240914-958209> consulté le 30 avril 2019.

MACMASTER Neil, *Burning the veil : the Algerian war and the 'emancipation' of Muslim women*, 1954-62, Manchester, Manchester : Manchester University Press , 2009, 416 p.

MEMMI Albert, *Portrait du colonisé précédé de Portrait du colonisateur*, Paris, Corrêa (Buchet/Chastel), 1957, 161 p.

MORDELET Camille, "Instagram, l'incontournable outil des PME de la mode", *Les Echos* [en ligne], mis en ligne le 1er septembre 2017, URL : <https://www.lesechos.fr/2017/09/instagram-lincontournable-outil-des-pme-de-la-mode-181523> consulté le 30 avril 2019.

NAJEM Dhaher, « L'aménagement du territoire tunisien : 50 ans de politiques à l'épreuve de la mondialisation », *EchoGéo* [en ligne], 13 | 2010, mis en ligne le 20 septembre 2010, URL : <http://journals.openedition.org/echogeo/12055> consulté le 29 avril 2019.

ROGER Benjamin, “Censure en Tunisie : une agence de surveillance pour ressusciter Ammar 404 ?” , *Jeune Afrique* [en ligne], mis en ligne le 28 novembre 2013, URL : <https://www.jeuneafrique.com/167073/politique/censure-en-tunisie-une-agence-de-surveillance-pour-ressusciter-ammar-404/> consulté le 23 avril 2019.

SELIMI Leïla, “Les artistes tunisiens disent “vive la révolution !”, *Jeune Afrique* [en ligne], mis en ligne le 3 février 2011, URL : <https://www.jeuneafrique.com/192765/culture/les-artistes-tunisiens-disent-vive-la-r-volution/> consulté le 15 avril 2019.

SIMON Marie, “En Tunisie, une “quasi-mafia” entoure Ben Ali”, *L’express* [en ligne], mis en ligne le 13 janvier 2011, URL : https://www.lexpress.fr/actualite/monde/afrique/en-tunisie-une-quasi-mafia-entoure-ben-ali_951792.html consulté le 28 avril 2019.

BEN BRIK Taoufik, “En Tunisie, le règne sans partage d’Al Jazeera”, *Slate* [en ligne], mis en ligne le 19 janvier 2011, URL : <http://www.slate.fr/story/32871/al-jazeera-tunisie-television-islamisme-desinformation> consulté le 30 avril 2019.

TISS Mohsen, “Monastir : Le Code du statut personnel en débat”, *L’économiste maghrébin* [en ligne] mis en ligne le 3 août 2016, URL : <https://www.leconomistemaghrebin.com/2016/08/03/code-statut-personnel-debat/> consulté le 9 mai 2019.

TOUATI Zeineb, « La révolution tunisienne : interactions entre militantisme de terrain et mobilisation des réseaux sociaux », *L’Année du Maghreb* [en ligne], VIII | 2012, mis en ligne le 01 janvier 2013, URL : <http://journals.openedition.org/anneemaghreb/1426> ; DOI : 10.4000/anneemaghreb.1426 consulté le 28 avril 2019

TREDAN Olivier, « Le « journalisme citoyen » en ligne : un public réifié ? », *Hermès, La Revue*, 2007/1 (n° 47), p. 115-122. URL :

<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2007-1-page-115.htm>

WIKIPEDIA, *Safseri*, URL : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Sefseri> consulté le 9 mai 2019.

Influences

Auteur inconnu, “Télévision : les tunisiens conquis par les séries turques”, *Télévision de Turquie* [en ligne], mis en ligne le 20 décembre 2018, URL : <https://www.trt.net.tr/francais/culture-divertissement/2018/12/20/television-les-tunisiens-conquis-par-les-series-turques-1110771> consulté le 15 mai 2019.

GARAPON Béatrice et VILLEZ Barbara, « Diziler : les séries télévisées turques », *TV/Series* [En ligne], 13 | 2018, mis en ligne le 03 juillet 2018, URL : <http://journals.openedition.org/tvseries/2320> ; DOI : 10.4000/tvseries.2320 consulté le 5 mai 2019.

Vel, K., Captain, A., Al-Abbas, R. & Al Hashemi, B. 2011, “Luxury buying in the United Arab Emirates”, *Journal of Business and Behavioural Sciences*, vol. 23, no. 3, pp. 145-160.

ZAIDAN Esmat A., “Tourism Shopping and New Urban Entertainment: A Case Study of Dubai.” *Journal of Vacation Marketing* [en ligne], 22, no. 1, mis en ligne en janvier 2016, URL : <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1356766715589426#articleCitationDownloadContainer> consulté le 15 mai 2019.

Représentation alternatives

AIT-CHAALAL Amine, « Langue(s) arabe(s), monde(s) arabe(s), arabité, arabisme : éléments de réflexion et d'évaluation de dynamiques complexes », *Revue internationale de politique comparée*, 2007/1 (Vol. 14), p. 51-68. URL : <https://www.cairn.info/revue-internationale-de-politique-comparee-2007-1-page-51.htm>

FLINTON Derrick, “The Big Problem With Kim Kardashian’s Butt Photos Nobody Is Talking About”, Mic [en ligne], mis en ligne le 13 novembre 2014, URL : <https://www.mic.com/articles/104188/the-big-problem-with-kim-kardashian-s-photos-nobody-is-talking-about> consulté le 3 mai 2019

GOUDE Jean-Paul, *Jungle Fever*, Paris, Clic-Clac Editions Love Me Tender, 1982, 144p.

GRESH Alain et VIDAL Dominique, *Les 100 clés du Proche-Orient*, Paris, Hachette/Pluriel, 2003, 784 p.

HARIS Ruqaiia, “Introducing the online publication documenting global Arab youth culture”, *Dazed* [en ligne], mis en ligne le 9 novembre 2019, URL : <http://www.dazeddigital.com/life-culture/article/41937/1/mille-world-new-arab-youth-culture-platform> consulté le 5 mai 2019.

LEFEBUR Anaïs, “Mousganistan”, la première exposition personnelle du photographe Mous Lamrabat”, *Huffpost Maghreb* [en ligne], mis en ligne le 5 février 2019, URL : https://www.huffpostmaghreb.com/entry/mousganistan-la-premiere-exposition-personnelle-d-u-photographe-mous-lamrabat_mg_5c59910be4b00187b5550115 consulté le 3 mai 2019.

ONORIENT (association), “Documentaire “Qu’est-ce qu’être arabe aujourd’hui” : Réactions”, *Onorient* [en ligne] publié le 17 mai 2018, URL :

<http://onorient.com/quest-ce-quetre-arabe-aujourd'hui-reactions-24966-20180517> consulté le 3 mai 2019.

ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL, “Taux de participation à la population active, femmes (% de la population féminine âgée de 15 ans et plus)”, *World Bank Group* [en ligne], mis en ligne en 2018, URL : <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/sl.tlf.cact.fe.zs> consulté le 5 mai 2019.

TROIN Jean-François, “L'identité arabe : de l'espace de la nostalgie aux territoires en mouvement // Arab identity : from the Land of nostalgia to the territories in motion”. In: *Annales de Géographie*, t. 113, n°638-639, 2004. Composantes spatiales, formes et processus géographiques des identités, sous la direction de Guy Di Méo. pp. 531-550.

Table des illustrations

Fig. 1 FOUQUERAY Charles, *Journée de l'armée d'Afrique et des troupes coloniales*, 1916, 120 x 80 cm., Affiche lithographique, imprimeur Lapina Paris

Fig. 2 Artiste inconnu, *Prise de la Smala d'Abd-el-Kader*, 1950. Tableau d'Histoire N° 7 Verso, Format : 90 x 68 cm., Imprimeur Oberthur, éditeur Maison des Instituteurs M.D.I, Saint-Germain

Fig. 3 Auteur inconnu, *Mauresque*, planche hors-texte sépia, 1927, in Dr Jacobus, in *L'amour aux colonies*, Paris, Editions P. Georges-Anquetil, 1927, pp. 388.

Fig. 4 Auteur inconnu, *Mauresque*, planche hors-texte sépia, 1927, in Dr Jacobus, in *L'amour aux colonies*, Paris, Editions P. Georges-Anquetil, 1927, pp. 388.

Fig. 5 Auteur inconnu, *Femmes tunisiennes manifestant leur joie dans la rue à la suite de la promulgation du Code du statut personnel*, 1956, technique argentique noir et blanc, Tunis. Source : in "Code du statut personnel (Tunisie)" in *Wikipedia* (en français) [en ligne] mis en ligne le 5 avril 2014, URL : [http://fr.wikipedia.org/wiki/Code_du_statut_personnel_\(Tunisie\)](http://fr.wikipedia.org/wiki/Code_du_statut_personnel_(Tunisie)) consulté le 4 avril 2019.

Fig. 6 MAURICE Robert et REY Evelyne, *Habib Bourguiba dévoile une femme lors de la journée de la femme*, le 13 août 1966, photogramme extrait de MAURICE Robert et REY Evelyne : *Bahia, ou... ces femmes de Tunisie*, Tunisie, 1968, 49 m, noir et blanc. Source : *Institut National de l'Audiovisuel (INA)* [en ligne], URL : <https://www.ina.fr/video/CPF86630549/bahia-ou-ces-femmes-de-tunisie-video.html> consulté le 3 mai 2019.

Fig. 7 Photographe inconnu, *Dévoilement sur le Forum à Alger*, mai 1958, procédé

argentique noir et blanc. Source : MAGDY Nidal, “Les hommes intensifient la lutte contre le harcèlement sexuel en Egypte”, in *Oumma* [en ligne], mis en ligne le 13 octobre 2012, URL : <https://oumma.com/les-hommes-intensifient-la-lutte-contre-le-harcelement-sexuel-en-egypte/> consulté le 6 mai 2019.

Fig. 8 Auteur inconnu, *Femme tunisienne au travail*, circa 1960, photographie argentique noir et blanc. Source : “La femme tunisienne au fil des années”, in *Ministère tunisien de la Femme de la famille, de l’enfance et des séniors, section* [en ligne] URL : <http://www.femmes.gov.tn/fr/les-etapes-les-plus-importantes-du-parcours-de-la-femme-tunisienne/> consulté le 6 mai 2019.

Fig. 9 Auteur inconnu, *Femmes tunisiennes médecins au travail*, circa 1960, photographie argentique noir et blanc. Source : “La femme tunisienne au fil des années”, in *Ministère tunisien de la Femme de la famille, de l’enfance et des séniors, section* [en ligne] URL : <http://www.femmes.gov.tn/fr/les-etapes-les-plus-importantes-du-parcours-de-la-femme-tunisienne/> consulté le 6 mai 2019.

Fig. 10 Auteur inconnu, *Femme tunisienne infirmière au travail*, circa 1960, photographie argentique noir et blanc. Source : “La femme tunisienne au fil des années”, in *Ministère tunisien de la Femme de la famille, de l’enfance et des séniors, section* [en ligne] URL : <http://www.femmes.gov.tn/fr/les-etapes-les-plus-importantes-du-parcours-de-la-femme-tunisienne/> consulté le 6 mai 2019.

Fig. 11 RIBOUD Marc, *Journée internationale de la Femme, Bourguiba embrasse une par une les femmes souhaitant le rencontrer*, 1957, photographie argentique noir et blanc, Tunis. Source : Auteur inconnu, “Femmes tunisiennes dévoilées”, *Cinémathèque française* [en ligne], URL : <http://www.cinematheque.fr/expositions-virtuelles/bruneblonde/item.php?id=20> consulté le 6 mai 2019.

Fig. 12 Auteur inconnu, *Bourguiba entourée de femmes tunisiennes, portant un bouquet de fleurs*, circa 1960, photographie argentique noir et blanc, Tunis. Source : CHATER Khalifa, “De la femme complémentaire à la femme subsidiaire”, in *L'économiste Maghrébin* [en ligne], mis en ligne le 10 mars 2017, URL :

<https://www.leconomistemaghrebin.com/2017/03/10/de-femme-complementaire-a-femme-subsidiaire/> consulté le 6 mai 2019

Fig. 13 Auteur inconnu, *Conductrice tunisienne de tram*, circa 1990, photographie argentique couleur, Tunis. Source : “La femme tunisienne au fil des années”, in *Ministère tunisien de la Femme de la famille, de l'enfance et des séniors, section* [en ligne] URL :

<http://www.femmes.gov.tn/fr/les-etapes-les-plus-importantes-du-parcours-de-la-femme-tunisienne/> consulté le 6 mai 2019.

Fig. 14 Auteur inconnu, *Pilote tunisienne*, circa 1990, photographie argentique couleur, Tunis. Source : “La femme tunisienne au fil des années”, in *Ministère tunisien de la Femme de la famille, de l'enfance et des séniors, section* [en ligne] URL :

<http://www.femmes.gov.tn/fr/les-etapes-les-plus-importantes-du-parcours-de-la-femme-tunisienne/> consulté le 6 mai 2019.

Fig. 15 LOCHON François, *Fairuz, chanteuse libanaise à Paris (Fairuz, Lebanese singer in Paris)*, 19 mai 1975, Paris. Photographie argentique noir et blanc. Source : “Fairuz”, in *Getty Images* [en ligne], URL :

<https://www.gettyimages.fr/photos/fairuz?family=editorial&sort=mostpopular&phrase=fairuz&page=1&recency=anydate&suppressfamilycorrection=true> consulté le 14 mai 2019.

Fig. 16 LOCHON François, *Fairuz, chanteuse libanaise à Paris et Mireille Mathieu (Fairuz, Lebanese singer in Paris, and Mireille Mathieu)*, mai 1975, Paris. Photographie argentique noir et blanc. Source : “Fairuz”, in *Getty Images* [en ligne], URL :

<https://www.gettyimages.fr/detail/photo-d'actualit%C3%A9/la-chanteuse-libanaise-fairuz-et->

[mireille-mathieu-photo-dactualit%C3%A9/803644144](#) consulté le 14 mai 2019.

Fig. 17 WATERLOT Jack, *Ode à Fairouz (Ode to Fairuz)*, mars 2018, photographie numérique noir et blanc, impression sur papier brillant, 25,5 x 20,32 cm. Source : GHANEM Khaoula, “Vogue Arabia tributes Fairouz in Anniversary Issue”, in *Vogue Arabia* [en ligne], mis en ligne le 13 mars 2018, URL :

<https://en.vogue.me/culture/fairouz-tribute-vogue-arabia/> consulté le 14 mai 2019.

Fig. 18 WATERLOT Jack, *Ode à Fairouz (Ode to Fairuz)*, mars 2018, photographie numérique noir et blanc, impression sur papier brillant, 25,5 x 20,32 cm. Source : GHANEM Khaoula, “Vogue Arabia tributes Fairouz in Anniversary Issue”, in *Vogue Arabia* [en ligne], mis en ligne le 13 mars 2018, URL :

<https://en.vogue.me/culture/fairouz-tribute-vogue-arabia/> consulté le 14 mai 2019.

Fig. 19 JOUINI Hamdi, *Amira Jeri*, mars 2018, photographie numérique couleur. Source : in *Hamdi Jouni Photography* [en ligne], mis en ligne en mars 2018. URL :

https://www.facebook.com/pg/HamdiJouni/photos/?ref=page_internal consulté le 13 mai 2019.

Fig. 20 Auteur inconnu, Agence Fotografilles, *Nancy Ajram, sur le plateau de l'émission Arab Idol*, 22 février 2017, photographie numérique couleur. Source : LOUKA Rania, “ماكياجك مثالي على طريقة النجمة نانسي عجرم”, in *Al Arabeya* [en ligne], mis en ligne le 6 janvier 2018, URL :

<https://www.alarabiya.net/ar/fashion-beauty/2018/01/06/%D9%85%D8%A7%D9%83%D9%8A%D8%A7%D8%AC%D9%83%D9%90-%D9%85%D8%AB%D8%A7%D9%84%D9%8A-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%B7%D8%B1%D9%8A%D9%82%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%AC%D9%85%D8%A9-%D9%86%D8%A7%D9%86%D8%B3%D9%8A-%D8%B9%D8%AC%D8%B1%D9%85> consulté le 11 mai 2019.

Fig. 21 JOUINI Hamdi, *Nesrine Chandoul*, novembre 2010, photographie numérique

couleur. Source : in *Hamdi Jouni Photography* [en ligne], mis en ligne en mars 2018. URL : https://www.facebook.com/pg/HamdiJouin/photos/?ref=page_internal consulté le 13 mai 2019.

Fig. 22 YOUSEF Mohammad, Haifa Wehbe, avril 2019, photographie numérique noir et blanc. Source : Auteur inconnu, “جربة ومتألقة.. هكذا بدت هيفا وهي في أحدث جلساتها التصويرية”, in *Mostaqbalweb* [en ligne], mis en ligne le 9 mai 2019, URL : <http://www.mustaqbalweb.com/index.php/28826> consulté le 11 mai 2019.

Fig. 23 GHIMAGI Ons, *Asma Othmani pour Mehdi Kallel Haute Couture*, février 2017, photographie numérique couleur. Source : *Page officielle de Asma Othmani* [en ligne], mis en ligne en février 2017, URL : <https://www.facebook.com/AsmaOthmaniOfficial/> consulté le 11 mai 2019.

Fig. 24 DAL CORSO Pierre, *Couverture d’album de Haifa Wehbe*, septembre 2018, photographie numérique couleur. Source : Auteur inconnu, “L’album “Hawaa” de Haifa Wehbe annoncé pour cette semaine”, *Arabika 24* [en ligne], mis en ligne le 15 août 2018, URL : <https://arabika24.com/album-hawaa-haifa-wehbe,3640.html> consulté le 11 mai 2019.

Fig. 25 JEBALI Hend, *Editorial pour FF Designer*, novembre 2018, photographie numérique couleur. Source : JEBALI Hend et LAOUITI Seyf Dean, *FF Designer*, numéro d’octobre/novembre 2018, Tunis, 128 p.

Fig. 26 Auteur inconnu, *Affiche de promotion de la série Le siècle magnifique*, août 2012, photographie numérique couleur. Source : “Photos de Okan Yalabik”, *AlloCine* [en ligne], mis en ligne le 22 août 2012, URL : <http://www.allocine.fr/personne/fichepersonne-504534/photos/detail/?cmediafile=20220262> consulté le 10 mai 2019.

Fig. 27 JEBALI Hend, *Editorial pour FF Designer*, novembre 2018, photographie numérique

couleur. Source : JEBALI Hend et LAOUITI Seyf Dean, *FF Designer*, numéro d'octobre/novembre 2018, Tunis, 128 p.

Fig. 28 OKAY Meral, *Le siècle magnifique*, Photogramme extrait de la série télévisée *Le siècle magnifique*, Istanbul, Turquie, 2011, épisode 7, saison 1, 90m, couleur. Source : *Youtube* [en ligne], mis en ligne le 27 avril 2018, URL : https://www.youtube.com/watch?v=SWkeLowT0_Y&list=PL6ZpX6pd_5PTq7tVnGtFaJk0W4nKD0jaG&index=17 consulté le 9 mai 2019

Fig. 29 JOUINI Hamdi, *Souhir Ben Amara pour Zannad Couture*, janvier 2019, photographie numérique couleur. Source : in *Hamdi Jouni Photography* [en ligne], mis en ligne en mars 2018. URL : https://www.facebook.com/pg/HamdiJouin/photos/?ref=page_internal consulté le 13 mai 2019.

Fig. 30 OKAY Meral, *Le siècle magnifique*, Photogramme extrait de la série télévisée *Le siècle magnifique*, Istanbul, Turquie, 2011, épisode 7, saison 1, 90m, couleur. Source : *Youtube* [en ligne], mis en ligne le 27 avril 2018, URL : https://www.youtube.com/watch?v=SWkeLowT0_Y&list=PL6ZpX6pd_5PTq7tVnGtFaJk0W4nKD0jaG&index=17 consulté le 9 mai 2019

Fig. 31 *Capture d'écran du compte Instagram de Huda Kattan*, réalisée le 15 mai 2019. Photographie : Auteur inconnu, *Huda Kattan à Dubaï*, photographie numérique (smartphone), 16 avril 2019.

Fig. 32 *Capture d'écran du compte Instagram de Fouz Alfahad*, réalisée le 15 mai 2019. Photographie : Auteur inconnu, *Fouz Alfahad à Dubaï*, photographie numérique (smartphone), 25 avril 2019.

Fig. 33 *Capture d'écran du compte Instagram de Sheida Babareza*, réalisée le 15 mai 2019. Photographie : Auteur inconnu, *Sheida Babareza à Dubaï*, photographie numérique, 18 mars

2019.

Fig. 34 Capture d'écran du compte Instagram de Joelle Mardinian, réalisée le 15 mai 2019. Photographie : Auteur inconnu, Joelle Mardinian à Dubaï, publicité pour Evian, photographie numérique, 9 décembre 2018.

Fig. 35 JOUINI Hamdi, *Shooting privé de Inès Osmani*, juillet 2018, photographie numérique couleur. Source : in *Hamdi Jouni Photography* [en ligne], mis en ligne en juillet 2018. URL : https://www.facebook.com/pg/HamdiJouin/photos/?ref=page_internal consulté le 13 mai 2019.

Fig. 36 JOUINI Hamdi, *Shooting privé de Sarra Slim*, juillet 2018, photographie numérique couleur. Source : in *Hamdi Jouni Photography* [en ligne], mis en ligne en juillet 2018. URL : https://www.facebook.com/pg/HamdiJouin/photos/?ref=page_internal consulté le 13 mai 2019.

Fig. 37 JOUINI Hamdi, *Shooting privé de Shaima Oueslati*, novembre 2018, photographie numérique couleur. Source : in *Hamdi Jouni Photography* [en ligne], mis en ligne en novembre 2018. URL : https://www.facebook.com/pg/HamdiJouin/photos/?ref=page_internal consulté le 13 mai 2019.

Fig. 38 JEBALI Hend, "*Safsaf in style*", *Éditorial pour FF Designer*, avril/mai 2017, photographie numérique couleur. Source : JEBALI Hend et LAOUITI Seyf Dean, *FF Designer*, numéro d'avril/mai 2017, Tunis, 128 p.

Fig. 39 JEBALI Hend, "*La femme tunisienne*", *editorial pour FF Designer*, avril/mai 2018, photographie numérique couleur. Source : JEBALI Hend et LAOUITI Seyf Dean, *FF Designer*, numéro d'avril/mai 2018, Tunis, 128 p.

Fig. 40 JEBALI Hend et LAOUITI Seyf Dean, “*Paradise Bey*”, *Editorial pour FF Designer*, octobre 2018, photographie numérique couleur. Source : JEBALI Hend et LAOUITI Seyf Dean, *FF Designer*, numéro d’octobre 2018, Tunis, 128 p.

Fig. 41 JEBALI Hend, “*Tunis 1910*”, *Editorial pour FF Designer*, juin/juillet 2018, photographie numérique couleur. Source : JEBALI Hend et LAOUITI Seyf Dean, *FF Designer*, numéro de juin/juillet 2018, Tunis, 128 p.

Fig. 42 BEN SOUISSI Joanna, *Éditorial pour le magazine Femmes de Tunisie*, juin 2017, photographie numérique couleur

Fig. 43 Auteur inconnu, Cartes des dialectes dérivés de l’arabe dans la région MENA, carte, 2011. Source : in “Dialectes arabes”, *Wikipédia* [en ligne], mis en ligne le 22 décembre 2011, URL : https://fr.wikipedia.org/wiki/Arabe_dialectal#/media/File:Arabic_Dialects_fr.svg consulté le 9 mai 2011.

Fig. 44 MILLE WORLD, Photogrammes extrait d’une vidéo réalisée par *Mille World*, Monde Arabe, novembre 2018, 59 secondes, couleur.

Fig. 45 MILLE WORLD, Photogrammes extrait d’une vidéo réalisée par *Mille World*, Monde Arabe, novembre 2018, 59 secondes, couleur.

Fig. 46 MILLE WORLD, Photogrammes extrait d’une vidéo réalisée par *Mille World*, Monde Arabe, novembre 2018, 59 secondes, couleur.

Fig. 47 LAMRABAT Mous, *Sans titre*, janvier 2019, photographie numérique couleur. Source : Compte instagram officiel de Mous Lamrabat, URL : <https://www.instagram.com/mouislamrabat/>

Fig. 48 GOUDE Jean-Paul, *Kim Kardashian et Carolina Beaumont*, (1974 et 2014), photographie couleur. Source : Derrick Flinton, “The Big Problem With Kim Kardashian’s Butt Photos Nobody Is Talking About”, *Mic* [en ligne], mis en ligne le 13 novembre 2014, URL : <https://www.mic.com/articles/104188/the-big-problem-with-kim-kardashian-s-photos-nobody-is-talking-about> consulté le 3 mai 2019

Fig. 49 LAMRABAT Mous, *Sans titre*, mai 2018, photographie numérique couleur. Source : Compte instagram officiel de Mous Lamrabat, URL : <https://www.instagram.com/mouislamrabat/>

Fig. 50 LAMRABAT Mous, *Sans titre*, août 2018, photographie numérique couleur. Source : Compte instagram officiel de Mous Lamrabat, URL : <https://www.instagram.com/mouislamrabat/>

Fig. 51 LAMRABAT Mous, *Sans titre*, janvier 2018, photographie numérique couleur. Source : Compte instagram officiel de Mous Lamrabat, URL : <https://www.instagram.com/mouislamrabat/>

Fig. 52 LAMRABAT Mous, *Sans titre*, janvier 2018, photographie numérique couleur. Source : Compte instagram officiel de Mous Lamrabat, URL : <https://www.instagram.com/mouislamrabat/>

Fig. 53 Capture d’écran du compte intagram du festival Chouftouhonna ([instagram.com/chouftouhonna.festival](https://www.instagram.com/chouftouhonna.festival)), photographies publiées entre le 9 et 10 septembre 2017

Fig. 54 Visuel de communication publié le 3 août 2018 sur le compte instagram du festival *Chouftouhonna* ([instagram.com/chouftouhonna.festival](https://www.instagram.com/chouftouhonna.festival)) promouvant un résidence de production de VJing (production visuelle en temps réel)

Présentation de la partie pratique de mémoire

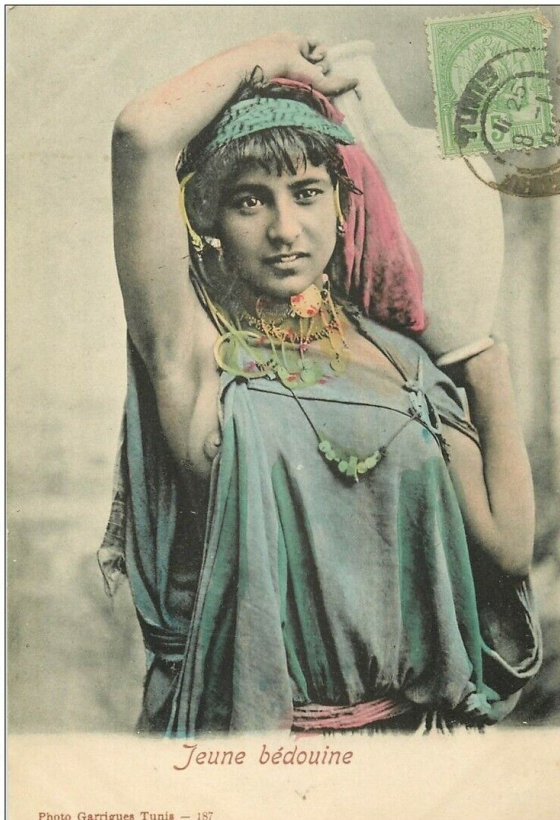
Ma partie pratique de mémoire s'inscrit comme une réflexion empirique parallèle à la réflexion théorique que représente l'écrit de ce mémoire de master 2.

Ainsi, ce n'est ni une illustration des faits historiques développés, ni la démonstration scientifique de la primauté d'une opinion existante par rapport à une autre.

C'est une expérimentation introspective et personnelle, précisant à la fois mes motivations et mes intentions premières, et explorant des éléments de réponse aux problématiques énoncées au cours de cette recherche.

En première sous-partie de mon mémoire, **(La représentation coloniale au Maghreb : la société, les hommes, les femmes (1870-1950))**, j'explique le rôle important qu'a joué la carte postale dans la massification et la diffusion des images coloniales, stéréotypées et exotisées, entre les années 1900 et 1950, au sein de l'empire colonial (en métropole et dans les colonies).

De par sa simplicité formelle, ainsi que son accessibilité à l'achat, la carte postale profite à cette époque d'une grande force de diffusion, et le pouvoir de l'image qui lui est associée occupe une place importante dans la construction des imaginaires, ici notamment l'imaginaire colonial. Les soldats, colons, ou métropolitains entretenant principalement des relations épistolaires, permettent cette profusion d'images, qui très vite, par la prépondérance de la photographie sur l'illustration, s'imprègnent d'un exotisme marquant lorsqu'il s'agit de représenter les peuples d'Outre-Mer.



Jules Jean Guarrigues, *Jeune bédouine au sein nu*, 1904. photographie noir et blanc argentique colorisée, Tunis.



S. et E. Bismuth, *Femmes arabes*, circa 1900, photographie noir et blanc argentique, Tunis.

Ces photographies représentent des scènes de la vie quotidienne des indigènes, en groupe, seuls, chez eux ou dans leur environnement extérieur habituels.

Elles prétendent donner à voir des fragments de réalité. Les producteurs de cette catégorie nommée “Scènes et Types”, les légendent souvent comme “scènes de vie réelles”. Les vêtements, les bijoux, les coiffures, les accessoires, tous plus folklorisants les uns que les autres, créent une image pittoresque du Maghreb et de ses habitants. Dans le style de la carte postale érotique voire pornographique déjà existant et réputé à cette époque, les femmes prises en photo posent de manière suggestive, sensuelle, laissant croire à un paradis sexuel

lointain et rêveur : femmes lascives, dénudées, fumant le narguilé, tout un imaginaire entretenant ce fantasme du harem.

D'abord en grande majorité des photographes français produisent ces images, mais il est arrivé que des photographes maghrébins formés par des occidentaux, héritant de leur studio, répondent à une commande venant d'Europe.

Réalisation

Comme un retour sur les conséquences engendrées par la créations des imaginaires coloniaux autour de la femme maghrébine à travers la carte postale, j'ai d'abord voulu donner à voir une image sincère, non compromise et personnelle de celles qui construisent, d'après moi, une partie de ce que sont les femmes maghrébines réelles.

Première série réalisée :

Dans l'optique d'une critique de la mise en scène réalisée à l'époque coloniale, ma première intention fut de réaliser une série de photographies, reprenant le format et les compositions des cartes postales discutées. Mon désir était de montrer une "réalité" des femmes tunisiennes, et pour ce, je choisis des modèles me semblant représentative de l'image de la "vraie femme tunisienne".

En rentrant à Paris, après avoir réalisé les photos à Tunis, je me rendis compte que deux aspects et de la réalisation de mon intention se sont avérées biaisées, et peu pertinentes.

D'abord, la négation de la mise en scène. Lors de l'analyse des cartes postales coloniales, j'ai trop rapidement associé la volonté violente de domination par l'image, à la mise en scène réalisée par la prise de vue en studio, l'utilisation de décors et de costumes, et la direction des modèles. Ce qui m'échappait était l'impossibilité pour tout photographe de se soustraire de cette mise en scène. Ma volonté était de tendre vers une "réalité" (je me rendis compte plus tard que cette notion était bien entendu absurde), et je pensais que supprimer toute intention de ma part permettrait cela. Cependant, chaque prise de vue, qu'elle soit faite par un être

humain ou une machine, aura une forme plus ou moins évidente de mise en scène. Une caméra de surveillance a un point de vue, une focale, une temporalité, sa présence influe sur celui qui la perçoit. De part l'acte photographique, la présence du photographe, ses paramètres de prise de vue, et son identité même lui permettant ou pas d'être présent dans tel ou tel lieux, la mise en scène existe et persiste. Ainsi, s'il n'est pas possible de s'approcher d'une "réalité", il est plus question de changer l'intention derrière cette mise en scène, et la rendre la plus sincère possible.

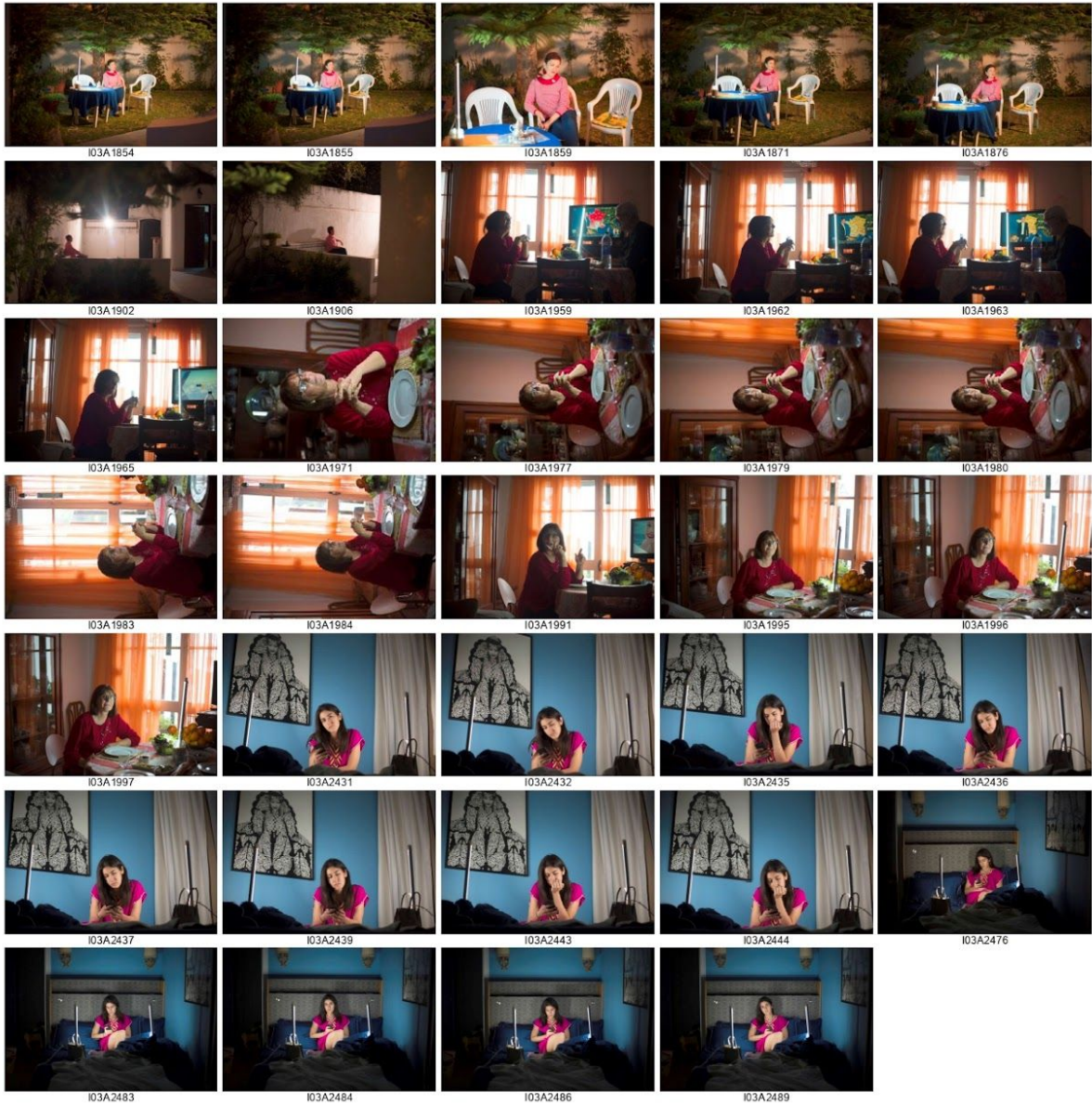
Deuxièmement, les premiers modèles que je choisis de photographier étaient des femmes qui pour moi représentaient "la femme tunisienne", notion qu'à travers mes recherches j'essaye aujourd'hui finalement de déconstruire. Sans le savoir, je reproduisais ce réflexe d'auto-défense anti-coloniale et de post-indépendance qui consistait à prouver une modernité non folklorisée, mais finalement intrinsèquement occidentalo-centrée.

Deuxième série réalisée :

Ainsi, pour insérer les aspects énoncés précédemment, j'ai souhaité produire une série de nouvelles cartes postales, pour y représenter des femmes tunisiennes dont je connais le parcours, le quotidien, la personnalité. Ce sont des amies proches, des cousines, des tantes, ma mère, que je photographie dans des environnements quotidien, intime, ou même publique; des lieux qui pour moi représentent l'imaginaire auquel je les associe, comment je les positionne, en les connaissant, dans la société dans laquelle elles vivent. Ces femmes sont tunisiennes, franco-tunisiennes, ou encore tuniso-irlandaises. Elles sont étudiantes, entrepreneures, artistes, femmes au foyer, professeures, et reflètent la complexité de représentation des combinaisons identitaires d'un cercle pourtant restreint qui est le mien.

Planches contact des photos réalisées (deuxième série)





Annexes

Entretiens

Joanna Ben Souissi

Entretien réalisé le 13 mars 2019 à Tunis, avec Joanna Ben Souissi, photographe de mode, directrice artistique et fondatrice de la boîte de production *Empiriq*, basée à Tunis.

Quel est ton parcours dans le monde de la photographie ?

J'ai commencé avec des études de lettres et d'histoire, en me destinant à du journalisme politique. J'étais bizarrement très intéressée par la politique française, sans être française. Je suis tuniso-irlandaise. J'ai passé ma licence, est là est arrivée la révolution. Comme tout le monde qui était à l'étranger, j'étais malade de ne pas être en Tunisie. J'ai jamais vraiment voulu partir d'ici, je suis partie "parce qu'il le fallait", c'était la voie obligatoire. J'ai donc décidé de rentrer à Tunis pour un an, avant de passer les concours de journalisme. On m'a ensuite parlé d'une école de mode. J'ai toujours dessiné, aimé la mode, et aimé le monde de l'image en règle générale, mais je n'ai jamais été réellement tentée d'en faire un métier. L'idée a quand même fait son chemin, et j'ai étudié à ESMOD Tunis. Pendant ces deux années d'études, j'ai rencontré les gens du milieu de la mode, certaines personnes que je connaissais déjà, ayant des amis gays, le monde de la mode était intrinsèquement lié. J'ai pu connaître à cette époque Salah Barka, Ahmed Talfit, Ali Karoui, etc. C'est Salah qui m'a présentée à Kenza Fourati, en tant que styliste. Un jour elle m'appelle pour me demander de diriger un shooting pour elle. Je n'avais aucune idée de comment ça devait et ça allait se passer, mais j'ai accepté. Je suis passée de 100 amis sur Facebook à toute la communauté artistique tunisienne. Je me suis formée grâce à ce réseau une petite équipe qui franchement, sans me jeter des fleurs, étaient les meilleurs. Le nom de Kenza ouvrait toutes les portes. Ce

shooting a alors été remarqué par la Gazelle, magazine de la compagnie aérienne nationale tunisienne Tunisair. J'ai commencé à travailler pour la Gazelle, en tant que directrice artistique sur des shootings puis en assistantat de rédaction. Au bout de deux ans est apparu FF Designer, magazine de mode tunisien, ce qui a motivé Femmes de Tunisie, autre magazine de mode tunisien, un peu endormi à l'époque, à améliorer la qualité de leur contenu. La compétitivité a apporté de la qualité et finalement beaucoup plus de travail. Notion difficile à saisir en Tunisie dans le monde professionnel : s'il y a de la concurrence, il y a plus de travaux. J'ai donc travaillé dans ces magazines en direction artistique, en production, en graphisme et en stylisme.

Ce qui est intéressant c'est que je parle toujours des shootings que j'ai organisé comme "mes shoots". Je n'étais pas photographe mais je les qualifie comme tels.

Donc en tant que directrice artistique et aujourd'hui photographe, tu penses que la pensée créative et l'intention artistique est partagée, elle ne dépend pas que du photographe ?

Je pense que oui. Je m'en rend compte maintenant que j'ai travaillé avec d'autres directeurs artistiques en tant que photographe. J'ai pu travaillé sur un shooting récemment avec une directrice artistique extérieure, et j'ai été très surprise du résultat, et de l'impact que ça pouvait avoir. C'est intéressant aussi d'être intervenant, de traduire la vision de quelqu'un.

Est-ce que en tant que créatrice, traduire la vision de quelqu'un t'a apporté quelque chose, plastiquement ou artistiquement ?

Oui. Souvent on peut devenir jaloux de la direction artistique parce qu'on n'a pas confiance en ses capacités techniques photographiques. C'est facile en tant que photographe de laisser le fond et l'intention artistique rattraper la qualité de l'image. Si l'image n'est pas superbe

techniquement parlant, se dire que l'idée de départ est bonne, intéressante et partait d'une bonne intention rassure dans la production d'images. Mais cette collaboration apporte la richesse de l'image.

Après 2011, il y a eu un "gros boom" des demandes de la part de la presse, des entreprises, beaucoup de commandes sont arrivées d'un coup. Beaucoup de petits créateurs tunisiens émergents étaient aussi demandeurs. Ils saisissaient l'importance de l'image et de la communication publicitaire, parfois même plus que de grandes enseignes de mode implantées depuis longtemps à Tunis comme Zen, Sasio, Hamadi Abid, qui elles faisaient deux shootings par saison. Les petits créateurs eux se concentraient sur Instagram, les réseaux sociaux, les noms, l'identité visuelle en général. Il y avait beaucoup à faire, et ça m'a permis de faire beaucoup de collaborations, notamment avec Sabri Ben Mlouka, photographe tunisien que tu connais. Une autre collaboration m'a marquée, avec un photographe qui croyait énormément en sa technique, Moncef Lemkecher, d'ailleurs diplômé de l'ENS Louis Lumière. Quand la collaboration a pris fin à cause de raisons personnelles, ce manque de technique m'a pris de cours, je ne savais pas quoi faire. Je me suis dit que j'allais prendre en main la partie technique. La prise de vue, la post production, j'ai du apprendre en auto-didacte.

J'ai d'ailleurs remarqué que tes débuts en photographie étaient tout de suite remarquables : le fait que tu avais baigné dans une culture visuelle depuis le début de ta carrière et fréquenté des photographes et d'autres créateurs a vraiment influencé ta pratique.

Comment as-tu construit cette culture visuelle ?

J'ai toujours adoré l'image. J'étais fascinée par les gravures de Gustave Le Gray comme j'étais fascinée par des films et des magazines. Je ne comprenais pas comment ces images étaient réalisées, mais aujourd'hui je comprends quelles caractéristiques techniques m'attiraient, la chromie, les optiques, les points de vue, etc.

Ces influences étaient majoritairement occidentales. Ayant été élève au lycée français, et étant issue d'une famille francophone, je vivais dans une bulle, qui comblait mon manque de culture pop arabe par un imaginaire occidental.

Aujourd'hui j'ai beaucoup de retours disant que ce que je produis est très oriental.

Oriental ou orientaliste ?

Un peu des deux malheureusement. Quand je regarde mes premières images, j'ai beaucoup de doutes.

J'ai très vite trouvé du travail. J'ai vite remplacé les photographes que j'employais, et la demande était très forte. Donc je ne me suis pas posé de questions et j'ai tout de suite été dans le monde professionnel. Tu n'as pas le temps de chercher ta voix, de réfléchir et prendre du recul. La nécessité de production inhibait la prise de recul. Quand on me dit que je suis artiste je dis que pas du tout. La sensibilité à la technique et à la lumière, la couleur, est totalement différente des intentions créatives que tu peux avoir en tant qu'artiste. Ce n'est pas en produisant ces images que j'ai trouvé mon écriture. Je n'ai pas eu le temps de réfléchir, je suis juste tombée dans le beau.

Tu as fait de la production dans le cadre de la commande, avec une marque au dessus. Quelle est ta perception de la relation image de la marque avec l'image que tu produis ?

Je pense que tu es boosté techniquement, parce que tu es face à de nouveaux défis constamment. Que ce soit technique ou sur le fond. Comme tu as la pression de la commande, tu es obligé de *deliver*, donc tu pousses tes limites pour arriver à produire quelque chose. Quand tu es dans la simple expérimentation, la production n'est pas la chose la plus importante.

Il faut aussi se demander pourquoi on fait ces choses. Que l'on réponde à une commande ou qu'on soit un artiste indépendant, je pense que l'on fait ça pour plaire. Les marques en tunisie ne cherchent pas à déranger, à expérimenter. Elles veulent simplement plaire, produire du

beau, et aller dans le sens des gens, en tous cas la majorité en Tunisie. Elles vont chercher un pur plaisir visuel. Au mieux, elles vont reproduire une représentation visuelle d'imaginaires que le marché a déjà assimilé, et veut simplement voir représenté pour la première fois avec un beau piqué, avec de belles lumières, avec de belles couleurs.

On dit que la pub formate ce qu'on pense. Le cas particulier de la Tunisie, c'est que beaucoup de choses n'ont pas été encore "glamourisées".

On a tellement un gros manque d'imagerie de mode, d'accord certaines ont fait des choses, mais encore, ce ne sont pas des locaux qui ont produit ces images. Ce trou a été rempli par de l'imagerie Libanaise, ou Egyptienne. Donc pour les gens, voir une jolie femme sur la plage, avec son mari en chéchia, ça ils l'ont pas vu dans les années 50-60, en tous cas en image professionnelles. Donc ils demandent que ça. Donne-leur "vous êtes beaux, dans votre beau décor" et ils sont content. C'est un peu ça qui se pose dernièrement commercialement, jusqu'à maintenant. Même ces dernières années, tu regardes les pubs là plupart du temps c'est ça, un espèce de folklore mis en image de manière moderne. Un folklore qu'ils nous jamais eu en production interne.

Donc bien sûr répondre à une commande bride, surtout quand tu te formes par l'expérience, mais bon on essaye quand même de secouer un tout petit peu ce qu'on peu, que ce soit pour l'éditorial ou pour la pub.

On m'a déjà fait des remarques concernant mes modèles par exemples. On m'a dit déjà dit "Mais est-ce que tu connais les canons de beauté en Tunisie ? Pourquoi la fille à la peau foncée ? Ou les cheveux courts?" Et encore une fois c'était de l'éditorial, donc il n'y avait rien à vendre. Même si des marques étaient nommées, elles n'étaient pas directement concernées. On m'a dit que je choisisais des mannequins trop tunisiennes. C'est le cas pour pleins de choses, par exemple certaines positions de modèles à ne pas adopter parce que c'est une femme, des interdits. Il y a des interdits, mais apprendre à les contourner c'est aussi formateur d'une certaine manière. Il y a du bon et du mauvais. Mais encore une fois je ne suis pas dans une démarche d'artiste, mais de réponse à des commandes, même si bien sûr j'essaye de faire ma part. Essayer d'avoir des mannequins aux cheveux bouclés, rien que ça, est une responsabilité de représentation. Mais je ne me bats pas contre un client totalement en désaccord avec ce que je veux.

Beaucoup de gens m'ont dit que le genre de photos que je fais ne plairait jamais en Tunisie. Que les tunisiens n'étaient pas prêts à tout cet engouement autour d'un shooting. Ce qui m'a surpris parce que dans un contexte de mondialisation, tout le monde consomme les mêmes images. Je ne comprends pas pourquoi on serait une "race spéciale" qui ne pourrait pas recevoir des images de modes. Après bien sûr, tout ça était avant le succès fulgurant d'instagram, c'était encore différent. Et la conclusion que j'en ai tirée est qu'ils ne faut pas prendre les gens pour des imbéciles, les gens ont été réceptifs, sinon je n'en serais pas là où j'en suis aujourd'hui. Mais après je suis bien consciente du fait que mes photos les plus osées, plus originales, ne sont pas celles qui plaisent le plus. Là où j'ai le plus de succès, c'est les "jolies" photos. Je suis prise entre deux feux, parce que d'un côté c'est pas assez "joli" pour les tunisiens, et lorsque je veux exporter à l'étranger, c'est tout de suite "too much", trop oriental (trop de maquillage par exemple). Tu te demandes si tu dois t'aligner avec l'étranger, mais en y réfléchissant, je me dis que si je m'alignais avec ce qui se faisait à Paris actuellement, même si je le consomme, ça ne me correspondrait pas.

Quand est-il des jeunes photographes qui veulent essayer de nouvelles choses ?

Bien sûr je recommanderais toujours de se nourrir à n'en plus pouvoir de photographies, de références, d'ouvrir son esprit, et d'essayer toujours de nouvelles choses, mais la réalité c'est que ça ne se passe pas comme ça en Tunisie. Idéalement un Directeur Artistique pour une marque imaginerait un shooting dans telle ou telle ambiance, avec telle ou telle mannequin, et se dirait que le produit final à l'équation serait tel ou tel photographe parce qu'il pourrait y apporter sa pâte. La réalité est totalement différente, ils ont un portefeuille de photographes avec lesquels ils travaillent depuis des années, et piochent dedans. En Tunisie il y a beaucoup de copinage, pas ce que j'appellerais de la corruption, mais presque. C'est un système "je mange, tu manges". Mais encore, je ne serais nul part où je suis si je n'avais pas profité de ça. Comment penses-tu pouvoir justifier cette prédominance du réseautage en Tunisien ?

Je ne pense pas que ce soit une exception tunisienne. Même à Paris, ou où que ce soit, il y aura toujours des problèmes de pistons. Dans ces métiers où la subjectivité est de mise, ou tu peux pas vraiment dire “c’est le meilleur mathématicien et c’est prouvé”, c’est vraiment livré au bon vouloir des gens. En plus de cette subjectivité liée à l’image, il y a un décalage entre ce que tu sais faire, et ce que tu sais faire professionnellement. Parce que si certes on a des photographes talentueux, il faut aussi avoir l’aspect commercial, et vendre son produit. Faire le suivi, l’avant, l’après, c’est ça qui est aussi déterminant. Savoir gérer les devis, les factures, les conflits, tout ça est important.

Un autre problème en Tunisie est que le marché est très petit, la demande en photographes est pauvre, et donc c’est la guerre au réseautage, à qui va casser les prix. En plus en Tunisie les gens n’ont pas honte de montrer leur égo.

Mais en même temps je pense que c’est en train de changer avec la force des réseaux sociaux. Même si je pense que les réseaux sociaux sont un système de validation infini qui ne rend service à personne, c’est un espèce de nouveau troisième pouvoir qui fait que les gens sont reconnus par voie populaire.

Penses-tu que cette culture des réseaux sociaux est un catalyseur (par la grande production) ou un obstacle (par la validation immédiate) à la création ?

Moi je suis très pessimiste. Je vois le métier disparaître dans 15 ans. Par les avancées technologiques (automatisation des packshots par exemple), par les avancées des appareils téléphoniques, les applications, etc. Pourquoi avoir besoin d’un makeup artist si tu peux tout changer par ton téléphone ? Cette production de masse, tout le monde est photographe, il a y avoir un trop plein et tout le monde va le rejeter. Est-ce que ça coïncidera avec la fin du monde qui est aussi dans mon agenda (rires) je ne sais pas. Je ne vois pas comment ça pourrait bien finir. A moins d’aller dans le transhumanisme, voir de nouvelles couleurs etc, je ne vois pas comment on pourrait faire plus. Mais c’est aussi moi en train de vieillir. Je me

limite à ma culture, je ne sais pas si les jeunes vont trouver de nouvelles superbes influences. J'ai peur d'être dépassée, et j'essaie de me garder au courant à cause de ça.

Finalement on peut se poser la question, à quel moment du processus de l'éditorial peut-on changer les choses ? Si le rendu est géré en majeure partie par la post-production, la direction artistique a-t-elle vraiment son importance dans le casting finalement ?

Absolument. Si je caste une mannequin matte de peau, la retouche peut très bien en décider autrement. Le pouvoir n'est pas contenu en une seule personne.

La prise de vue en publicité se fait aussi de plus en plus rare. Beaucoup de choses passent par la 3D, par la retouche. L'effort matériel devient de plus en plus obsolète. Ca implique la disparition de métiers qui génèrent de même la disparition de la rencontres d'avis, de contradictions, de débats. Plus on arrive vers une avancée technologique, plus la réflexion est tronquée, résumée à une seule personne.

Peux-tu me parler de tes dernières photos pour Vogue Arabia mettant en scène la mannequin tunisienne Kenza Fourati et sa mère ?

Quand ils m'ont demandé de faire ça, j'étais réellement dans un état d'esprit de commande. Je voulais les satisfaire le plus possible. Je leur demandais les références, les inspirations, je voulais vraiment leur donner ce qu'ils voulaient.

La première inspiration qu'on m'a envoyée était un shooting réalisé dans la Médina, qu'ils avaient shootés à Dubaï, très chargé : des dorures, du sol à carreaux, une moto dans le salon. L'image était spectaculaire, mais j'ai dû prévenir le picture editor que ce style ne correspondait pas du tout au style des Fourati. Je n'ai pas eu l'envie de montrer des choses originales, ou de *show-off*, j'étais beaucoup trop stressée, et mon seul objectif était de rendre quelque chose d'acceptable.

Je suis contente du résultat, mais j'ai répondu à une commande. Ces photos ne me représentent pas. Je suis contente d'avoir répondu à cette commande. Et qu'on le veuille ou

non, le fait d'avoir travaillé pour Vogue restera dans la mémoire des gens pour qui je travaille, c'est un gage de qualité.

Même au moment d'envoyer la facture, je ne savais pas si je devais vraiment le faire. Je pourrais être payée pour le plaisir d'avoir travaillé pour Vogue. Tellement de gens sont après ça, alors avoir une femme et une arabe en même temps à la prise de vue c'était fou.

En un sens tu te demandes pourquoi tu fais ça, photographe, en général.

Est-ce que ta vision de femme photographe t'a apporté quelque chose de différent ?

Honnêtement je l'ai pas senti. Je l'ai vu après coup. Comme je me le dis pas moi-même, je le vois quand les gens le montrent du doigt. Je sais par exemple que j'ai été choisie en partie pour Vogue parce que j'étais une femme photographe et arabe.

Dans la tête des gens les meilleurs dans n'importe quel domaine c'est les hommes. Coiffeur, cuisinier, etc. Au top, il y aura toujours des hommes. En Tunisie on voit dans les métiers de l'audiovisuel que les femmes dominent, dans le montage par exemple. Le montage c'est des femmes, et les gens ne le savent pas. Moi je le ressens pas au quotidien. Je ne peux pas dire que je suis lésée en Tunisie en tant que photographe parce que je suis une femme. Beaucoup de mes clients sont des femmes, des créatrices etc, donc ça doit jouer.

Tu te retrouves forcément avec des codes qui sont pas les tiens. Le défi est de rester dans un médium avec ses codes tout en essayant d'avoir un regard différent sur les gens.

Quand j'ai envie de shooter des femmes grosses par exemple. J'ai pas les mêmes critères de beauté, et pas tout le monde le comprend. Je ne peux pas shooter pour un client une femme qui est grosse ou qui est noire sans les réduire à ça c'est des gros questionnements.

Aujourd'hui quand une femme forte est photographiée elle est forcément sexualisée, lascive, il faut que ce soit super sexy, sinon les gens ne voient pas l'intérêt. Pour les noires par exemples, ça va être des photos d'athlétisme, de maillots, vraiment centré sur le corps. Je bataille avec les arabes aussi. J'essaye de me dégager de l'arabité des femmes, je ne veux tout rapporter à ça. J'essaye de me dégager de cette dimension, sans vouloir en faire quelque

chose d'universel. Peut-être qu'un jour je ferais réellement des photos qui représentent les femmes telles que je les vois, mais c'est pas ce que je suis en train de faire. J'essaye de dévergondner un tout petit peu les représentations classiques : une femme féminine au sens classique, que nous héritons finalement de Moyen-Orient. J'ai vu des changements depuis 2011, des femmes qui ne lissent plus leur cheveux, elles se sont calmées sur leurs sourcils, les fonds de teint sont adaptés aux peaux, c'est énorme. La jeune génération s'est affranchit de ces codes là. Mais c'est une illusion de se dire qu'on va développer notre propre esthétique. Je pense qu'on va pomper l'esthétique d'ailleurs, pendant encore longtemps, mais représenter des choses locales.

Hakim Fekih

Journaliste et étudiant à l'ESSEC, Hakim Fekih s'intéresse aux enjeux géopolitiques en Tunisie.

Est-ce que la révolution tunisienne a été un élément déclencheur de l'économie du pays ?

Rien n'a changé radicalement. Ce qui a changé, c'est la demande de libéralisation des marchés (à coup d'ONG, d'associations, de think tanks, etc.). D'un point de vue libéral, en Tunisie, le problème c'est qu'il y a trop de barrières à l'entrée. Les barrières à l'entrée sont notamment les obstacles administratifs, la "paperasse" est considérable. Autre chose constitue aussi des barrières à l'entrée : aujourd'hui plusieurs industries s'organisent en cartels. Schématiquement, quinze familles en Tunisie détiennent l'ensemble de l'économie. Entrer dans l'industrie n'est donc pas une chose facile : il faut avoir des capitaux, des autorisations, etc. Anis Marrakchi, un polytechnicien qui a travaillé à l'INSEE, a donné une conférence très intéressante que tu peux trouver en ligne⁷³ sur la libéralisation de l'économie et de l'économie de rente en Tunisie, qui explique le fonctionnement de ces industries. Il t'explique notamment qu'une dizaine de familles détenait les actions de toutes les banques. Ce n'était pas une banque une famille, mais tout le monde détenait une part de chaque banque. Ça ne poussait pas à la concurrence. Il y avait un gâteau, et tout le monde se le partageait pour que personne ne fasse plus que l'autre.

Avant la révolution, il y avait aussi la question des Trabelsi⁷⁴. Les petits projets étaient possibles, mais les gros projets devaient passer par la famille Trabelsi, de qui il fallait avoir l'accord pour lancer quoique ce soit. Mohamed Bouebdelli voulait lancer une université privée de médecine, comme réponse aux nombreux tunisiens qui n'étant pas acceptés dans le système public allaient vers la Roumanie, Ukraine, et la Russie par exemple. Pour résumer, Ben Ali a demandé 50% des bénéfices.

⁷³ *L'économie de rente en Tunisie, comment en sortir ?* est une conférence donnée par Anis Marrakchi durant un *Tunisian Think Tank* organisé en Janvier 2019 à Tunis.

⁷⁴ La famille Trabelsi, souvent désignée comme *Clan Trabelsi* pour souligner son aspect de mafia, était la famille de la femme du dictateur Zine el-Abidine Ben Ali.

De même pour les investissements étrangers. Pour ouvrir une enseigne étrangère, ce sont des tunisiens qui doivent représenter la marque sur le territoire. Ce sont eux qui louent les locaux, gérer et représenter la marque, etc. Ce sont souvent des gens du régime. Clairement, ils ne fonctionnent par toujours dans les règles du jeu. C'est pour cela que l'on avait pas McDonalds, et ce genre de grandes multinationales, à cause de ces problèmes de corruption. Ce qui a changé avec la révolution, c'est que la corruption est toujours là, mais il y a plus de corrompus, et ce n'est plus un même corps. Aujourd'hui il y a plusieurs mafia à la tête de l'état et en concurrence entre elles. Il n'y a plus une seule famille mais plusieurs, qui ont à leur tête des hommes d'affaires, qui eux-même ont leur propres intérêts comme par exemple financer les campagnes de partis politiques dans lesquels ils sont engagés. Ces hommes là vont avoir plus de facilités à accéder à ce genre de projets.

Juste après l'indépendance, Bourguiba voulait un capitalisme national. Héritant d'un complexe de colonisé, il voulait compter sur la capital national, pour lancer l'économie. Au bout de cinq ans, il s'est rendu compte qu'il n'y avait pas de capital national, il n'y avait pas d'hommes d'affaires, ils n'avaient pas le courage d'investir. C'est pour ça qu'il y a eu un revirement dans les années soixantes. Un mouvement socialiste est né, avec à sa tête Ahmed Ben Salah. La Tunisie qu'on connaît aujourd'hui est le fruit de cette décennie là. Toutes les entreprises d'état, les transports, le sucre de Béja, toutes les infrastructures ont été l'initiative de l'état pendant ces années soixantes. On a gardé beaucoup de choses de cette expérience là, c'est là que l'état s'est vraiment construit et qu'on a eu toutes les entreprises qu'on a aujourd'hui. 08:35 Ça a été vu historiquement comme un échec, parce qu'il y a eu la question de la collectivisation des terres, qu'ils voulaient appliquer sur le modèle soviétique. Il y a eu des réticences venant des grands propriétaires, ce qui a amené à une crise dans le pays. Puis dans les années soixante-dix, quand Hédi Nourra était chef du gouvernement, il y a une un revirement libéral. Le modèle de Hédi Nourra consistait à attirer les capitaux étrangers, ce qui a mené à la loi soixante-douze, qui a fondé toute l'économie du pays. Elle décrit notamment les avantages fiscaux (notamment ne pas payer d'impôts) pour les entreprises étrangères qui souhaitent exporter en Tunisie, faire de l'off-shore. Cette loi a amené beaucoup de capitaux,

beaucoup d'emplois, une croissance à 7-8% en dix ans, ce qui a aussi construit la classe moyenne tunisienne. Il avait une conception de la société idéale en schéma de montgolfière : très peu de riches, très peu de pauvres et une grosse classe moyenne. Ca c'était la première expérience libérale. Ce qui s'est passé par la suite c'est que cette expérience là a mené à la création d'une toute nouvelle génération d'entrepreneurs, qui aujourd'hui sont des hommes d'affaires ayant construit leurs empires. Tous les grands empires qu'on connaît aujourd'hui en Tunisie sont nés dans les années soixante-dix. On est passés d'une économie libérale dans les années soixante-dix à une économie de rente. Il y a eu cette génération d'hommes d'affaires, et ça s'est arrêté là, il n'y a pas eu d'autre vague libérale. C'est pour ça qu'aujourd'hui l'économie en Tunisie n'est pas une économie libérale, ni une économie socialiste, mais une économie de rente, soit quinze familles qui détiennent à peu près tout dans le pays, et qui n'investissent plus (à part peut-être dans l'immobilier). Aujourd'hui il y a des appels à la libéralisation de l'économie, pour qu'il y ai des investissements productifs.

Il y a aussi eu la vague des années quatre-vingts dix, quand Ben Ali a voulu ouvrir l'économie tunisienne à l'économie mondiale, pour s'intégrer dans la mondialisation, et notamment a établi des accords de libre-échange avec l'Union Européenne en 1996. Aujourd'hui on veut toujours aller vers cela, et nous sommes en pleine négociation pour l'établissement d'un Accord de Libre Échange Complet et Approfondi (ALECA) qui fait beaucoup débat, parce qu'ils vont ouvrir tous les marchés : l'agriculture, les services, etc. 12:39 Il y a deux visions par rapport à ces accords. La vision libérale, qui soutient l'ALECA pour favoriser l'exportation vu la baisse du dinar tunisien, créer des emplois, attirer des capitaux, etc. Et l'autre vision suggère que pour faire du libre échange il faut que les deux économies soient comparables, au même niveau. Avec l'UE, c'est clairement le gros et le petit poisson. Si ces accords sont mis en place, ils vont tuer toute notre industrie et notre agriculture (car en UE les agriculteurs sont beaucoup plus subventionnés). Depuis les quatre-vingts dix, tu as à peu près 50% du tissu industriel tunisien qui s'est effondré, pour laisser la place aux entreprises étrangères.

Depuis la révolution, on est toujours une économie de rente, mais on se tourne de plus en plus vers le libéralisme, avec les accords de libre échange avec l'Europe, avec le désengagement de l'Etat. On va assister à une privatisation massive qui va libéraliser l'économie. Le danger c'est que cette privatisation ne va pas créer des emplois, car elle est inscrite dans une économie de rente, et ne va pas pousser à la concurrence, mais juste changer un monopole d'Etat vers un monopole privé. Il n'y a pas de concurrence aujourd'hui parce que personne ne veut investir en Tunisie. Aucun homme d'affaire ne veut créer d'usine à Sidi Bouzid par exemple dans ce contexte socio-politique, avec les grèves etc, on est dans un environnement non propice à l'investissement.

Tous ces investissements sont en plus centralisés sur les villes côtières : Tunis, Sousse, Hammamet. Ce sont les endroits où il y a un marché, une élite urbaine prête à consommer. Mais le problème n'est pas là en Tunisie aujourd'hui, mais bien dans les régions intérieures, il n'y a aucun investissements là-bas.

Qu'en est-il de l'évolution de la classe moyenne ?

Clairement on est en train d'assister à la disparition de la classe moyenne. La pauvreté augmente et des gens s'enrichissent de plus en plus, et de manière illégale. Tout ça sont des chiffres. Tout est lié. Quand tu rentres dans une économie ouverte, tu importes des produits avec la devise du pays, ton argent, le dinar tunisien baisse et l'euro monte, donc on importe plus cher, mais les salaires ne bougent pas. Donc les consommateurs perdent en pouvoir d'achat et la classe qui était moyenne devient de plus en plus pauvre.

Pourquoi des investisseurs alors continueraient à s'implanter en Tunisie si la classe moyenne qui représente son marché cible diminue petit à petit ?

Selon la logique libérale, ce qu'ils voulaient faire avec l'ouverture, c'est de créer des classes moyennes. Ça a marché dans d'autres pays, ça leur permettait de créer des emplois, favoriser

le libre échange, augmenter le pouvoir d'achat. C'est ce qui était sensé se passer, mais ça s'est pas passé comme ça.

La mode est un secteur dédié à une partie de la population qui est classé assez haut dans l'échelle sociale. Donc le creusement des inégalités, il y aussi des gens qui s'enrichissent : le développement d'une petite bourgeoisie qui va vouloir accéder à cette idéal développé par la mode. Et c'est ça le marché qu'ils vont essayer de toucher, donc le creusement des inégalités peut être un levier pour ce secteur là.

Et ce désir créé par ces images sont notamment tournées vers l'occident.

D'un angle sociologique, tu vas voir dans l'imaginaire de la petite bourgeoisie tunisienne, une bonne partie essaye de s'identifier à l'idéal occidental. Un marqueur de ce phénomène, le nombre de femmes tunisiennes se teignant les cheveux en blond. Elles te disent qu'elles ne veulent pas ressembler "aux arabes" et elles souhaitent s'identifier au modèle occidental. C'est quelque chose qui revient toujours.

On observe après la révolution un retour en Tunisie d'un certains nombres de tunisiens vivant à l'étranger, artistes, professionnels ou même d'hommes politiques. Constatant l'instabilité économique et politique en Tunisie, aurais-tu des éléments de réponse concernant ce phénomène ?

C'est du patriotisme. En effet, beaucoup de personnes qui résidaient à l'étranger sont rentrées après la révolution pour contribuer à la construction de la Tunisie.

Nous avons vécu les événements d'un point de vue intérieur en étant sur place, mais d'un point de vue extérieur, c'est quand même incroyable d'avoir vécu ces événements.

Quelle a été la fracture révolutionnaire au niveau de la liberté de presse ? Est-ce que les images commerciales étaient touchées par la dictature ?

En fait, du temps de Ben Ali, même si ton propos ne touchait pas à la politique, quelque soit ta production, elle passait par une double vérification, surtout si elle concernait l'image du pays. Tous les médias étaient extrêmement contrôlés. La révolution a certes permis une liberté de presse, mais elle a aussi développé une volonté de création, un rejet de la passivité. C'est pour ça que depuis la révolution, un grand nombre de start-ups a fleuri, les tunisiens ont voulu être acteurs de leur projets.

Que penses-tu du boom des réseaux sociaux comme réponse à la macrocéphalie tunisoise et côtière ?

Les réseaux sociaux ont reconnecté les villes entre elles. Mais ce phénomène a ses avantages et ses inconvénients, parce qu'ils montrent la réalité "de l'autre côté". Les populations du Sud se rendent encore plus compte des inégalités, et ça crée encore plus de frustrations.

Qu'en est-il de la place de la religion en Tunisie lors de la transition démocratique ?

Concernant la religion, il faut prendre ça d'un point de vue historique. Pendant les années quatre-vingts, il y a eu le courant des frères musulmans qui a commencé à monter.

Parallèlement à la même période, le régime de Habib Bourguiba virait à l'arabisation. Lui qui avait toujours été partisan de la francophonie, a légèrement viré dans le début des années quatre-vingts. Il était pour plus d'arabe dans l'éducation, dans l'affichage urbain, dans les médias. Mzali était le chef de gouvernement, et dans les universités le mouvement des frères musulmans commençait à monter, notamment à travers l'UGTE. Il y a deux syndicats étudiants en Tunisie, l'UGET (syndicat de gauche) et l'UGTE (syndicat islamiste). Dans

toutes les régions du monde arabe, les frères musulmans montaient. Le coup d'état du 7 novembre de Ben Ali (en tous cas la version d'RCDistes) c'était que le 8 novembre les islamistes allaient faire un coup d'état, donc Ben Ali était un sauveur. Ben Ali a utilisé la question des islamistes pour asseoir son pouvoir, et ça a toujours été comme ça. L'épouvantail islamiste a toujours servi de point pour le système. C'est le système et son assurance vie. Au début des années quatre-vingts dix, il y a eu une très grande répression des islamistes. D'ailleurs un film tunisien très intéressant sur la question, qui s'appelle Le Conflit en parle. Ben Ali est arrivé en 1987, il a fait des élections sous paraître de démocratie en 1989, en disant que tout le monde pouvait participer, de n'importe quel parti, même les islamistes. Une fois qu'il a eu tous les noms des islamistes ayant voté, il a utilisé cette liste pour tous les mettre en prison. Cette première partie pendant les années quatre-vingts dix de répression, torture, mort sous torture, a créé une forme de compassion pour les islamistes de la part du peuple. A partir des années deux mille, il y a eu un peu plus de laxisme. En gros, Ben Ali, s'est rapproché des islamistes, notamment avec Sakher El-Materi proche du Qatar qui était son genre. Et après la révolution, on a vu les islamistes politiquement. Toute la compassion accumulée dans les années quatre-vingts dix s'est exprimée aux résultats des élections de 2011.

Pendant les années 2000, les chaînes télévisées ayant le plus de succès appartenaient notamment à l'opérateur de satellites Nilesat. Tout le monde étaient branchées sur des chaînes comme Ikra, qui ont été un levier de propagation de l'idéologie islamiste. C'est pour ça qu'il y a eu énormément de femmes qui ont mis le voile à cette période là. C'est vraiment incroyable le nombre de femmes qui se sont voilées à cette époque, juste parce qu'elles regardaient ces chaînes, que ça les endoctrinaient.

Concernant la religion, la question de religion d'état est très floue. Le premier article de la constitution tunisienne est paradoxale, ne veut rien dire.

Il dit : "La Tunisie est un État libre, indépendant et souverain, l'Islam est sa religion, l'arabe sa langue et la République son régime."

Il reprend le premier article de la constitution de 1959 de Bourguiba. Plusieurs interprétations existe, est-ce que “sa religion” se rapporte à la Tunisie, ou à l’Etat, on ne sait pas. Mais dans la constitution de 2014 l’article 4 stipule que la Tunisie est un état civil, donc que la seule source de droit est la constitution. Donc c’est totalement paradoxal.

Adel Ltifi, historien tunisien aborde aussi la question de la relation entre la religion et le peuple. Il dit que le peuple tunisien est “un peuple sécularisé qui ne s’assume pas”. Il fait la distinction entre la sécularisation et la laïcité. La laïcité est un acte politico-juridique, qui assure la neutralité de l’Etat face à la religion. Ce n’est pas le cas en Tunisie. La sécularisation elle est un processus historique et sociétal. Il démontre historiquement que l’avènement du concept de l’Etat nation et la question des frontières, a poussé les gouvernants à rationaliser la gestion des ressources, donc créer une élite qui va être aux commandes du pays. La création de cette élite se fait pas un système éducatif moderne, etc. Cette élite demande des libertés politiques, et c’est là qu’elle se détache du poids de la religion. Elle pose des questions concrète, comme la construction d’une constitution, etc. C’est un processus qui s’est fait dans plusieurs pays. Cet état moderne implique la sécularisation. Le peuple tunisien n’organise plus ses journées en fonction des prières, par exemple. En Tunisie, on vit avec un mode de vie complètement séculier, à l’occidental (les horaires, etc) mais les tunisiens continuent à affirmer leur identité religieuse. On vit dans la modernité, on s’est détachés de la religion dans les faits, mais pas dans les têtes. C’est une forme de contradiction interne chez les tunisiens qui fait que la relation à la religion est complexe. C’est pour ça que Ennahdha est un parti islamiste mais pas du tout comme les autres. Ils sont pour un état civil alors que l’état, d’après l’idéologie des Frères Musulmans est sensé être géré par la religion. Cette situation complexe n’est pas comparable avec les autres pays. Au marco par exemple le roi est le représentant de dieu sur terre. La religion normative qui va décider de comment se passe une journée va à l’encontre du processus de rationalisation de cet état nation.

En Tunisie on a pas réellement d’identité. Certes, on a une identité arabo-musulmane, mais beaucoup plus complexe que les autres pays de par l’histoire du pays, qui a été un carrefour

de civilisations. Tu le retrouves dans tous les domaines. La cuisine tunisienne, c'est une des cuisines les plus diversifiées au monde, parce qu'on a récupéré la cuisine, italienne, juive, berbère, arabe, etc. Dans tout notre quotidien on est dans un constant va-et-vient entre différentes cultures. Ça s'est encore plus accentué avec la mondialisation, on a tous les outils de la modernité (les smartphones, les tablettes, etc), mais on reste attaché culturellement à une identité arabo-musulmane qui est certes dans notre culture mais que l'on applique pas? On ne vit pas comme en Arabie Saoudite.

La notion d'Arabité a toujours été une chimère pour moi. C'est un idéal politique.

Les arabes, historiquement, sont très fiers de leur identité. Au X^{ème} et XI^{ème} siècle, tous les philosophes et scientifiques n'étant pas arabes étaient mal vus, c'était vraiment raciste.

L'arabité a toujours été liée d'une manière ou d'une autre à la religion musulmane. Donc il y a la confusion entre être arabe et être musulman. Il y a aussi la confusion entre être arabe et parler arabe. Quand on me dit que je suis arabe parce que je parle arabe, je réponds qu'un sénégalais parle français sans pourtant être français. Le "monde arabe" dont on parle a été depuis le XV^{ème} siècle colonisé par l'Empire ottoman. Certes on parlait arabe mais dans les faits on était colonisés par les Turcs, on est beaucoup plus turcs qu'arabe. Mais, l'arabité a toujours été un moyen de défense contre l'opresseur étranger. On a toujours été une terre qui a été colonisée, depuis la nuit des temps. Aucun empire n'est né sur la terre tunisienne. Il y a eu les berbères, qui n'étaient pas un empire. Il y a eu Carthage, fondation punique. Les arabes (de la péninsule d'Arabie) ont réussi, contrairement aux autres civilisations qui sont passées sur le territoire tunisien. Il y a eu plusieurs vagues de colonisations. La population était d'abord réticente à cette invasion. Il y a eu des débats autour de la question de la polygamie, à Kairouan les femmes s'étaient opposées à la polygamie. Il y a toujours eu une méfiance. Mais les arabes ont réussi à se mélanger et à les convertir à l'islam. C'est devenu une identité appropriée. Depuis, toutes les populations ayant essayé de coloniser le territoire tunisien se sont heurtées à cette identité inscrite dans l'imaginaire. L'arabité a été une arme de défense contre le colon. QUand il y a eu la dés-ottomanisation des pays arabes, ça a toujours été l'arabité qui a été mise en avant. Quand il y a eu la colonisation des français, c'était vraiment nous les arabes, contre l'occident. Cette relation complexe avec l'occident a été un moteur

depuis 1798. Est-ce qu'on prend le modèle occidental ou est-ce qu'on s'attache à cette arabité ? Depuis le dix-neuvième siècle. L'arabité a toujours été le bouclier contre les colons. C'est une identité qui n'a jamais vraiment existé politiquement, même si il y a eu une tentative de nationalisme arabe, Nasserisme dans les années cinquante, soixante, mais ça n'a pas réussi. Parce que la diversité culturelle entre les peuples ne pouvait pas former un peuple commun. Le terme arabo-musulman est plus géopolitique que sociologique. Géo-politiquement on t est le même type d'état, on a tous vécu une période historique commune, économiquement les schémas sont proches, mais au niveau sociologique de l'identité c'est beaucoup plus complexe.

Hend Jebali

Rédactrice en chef du site web de *FF Designer*, premier magazine de mode en Tunisie.

Peux-tu te présenter brièvement, présenter ton parcours et présenter ton rôle et ce que tu fais à FFDesigner ?

J'ai fait des études de design graphique pendant cinq ans, et je devais me lancer dans un Master de photographie mais Seyf Eddine, mon compagnon, lançait le magazine, qui était son projet de fin d'étude. Après avoir fait ESMOD Tunis et ESMOD Pékin, il est rentré, il a fait la fashion week, et c'est là qu'il a eu l'idée de lancer le magazine. Il a été lancé en 2012 mais officiellement, le premier numéro est sorti en 2013. Je n'ai pas fait de master en photographie pour me concentrer à cent pour cent au magazine, et c'est là que je suis devenue officiellement la photographe du magazine. Je m'occupais aussi de la partie beauté, que ce soit la partie graphique ou contenu. Je suis aujourd'hui restée dans le poste de photographe et éditrice beauté.

Peux-tu me décrire brièvement l'histoire de la genèse du magazine, quelques dates clés ?

On a ensuite lancé le site web, c'est là que je suis devenue rédactrice en chef du site web. Le numéro zéro est sorti le 16 octobre 2012, avec en couverture le portrait de Nour Guiga. Le premier numéro est sorti en décembre 2012. *FF Designer* est un magazine bimestriel, c'est à dire qu'il sort tous les deux mois.

Parmis les dates clés, je dirais des shootings comme celui de l'actrice Fatma Ben Saidane en 2014. On a sorti notre site web en novembre 2014.

Comment a évolué FFDesigner avec la révolution ? Y a-t-il eu des moments dans l'histoire de FFDesigner qui ont marqué un tournant dans la production d'images ?

Le magazine est sorti après la révolution. Avant, c'était pas très pratique de lancer un média, l'état avait main prise dessus, et il fallait avoir leur aval sur tout. C'était impossible de le lancer avant. Une fois la révolution déclenchée, il y a eu une effervescence de plusieurs médias, il n'y a pas eu que nous d'ailleurs, mais beaucoup n'ont pas réussi à se faire une place. Beaucoup de magazines ont été lancés cette année là, et quatre ou cinq magazines de mode papier ont été lancés à ce moment là, mais ils n'ont pas tenu.

On est un magazine qui se focalisait beaucoup sur les shootings, c'était notre marque de fabrique. Il faut savoir qu'on a vraiment remarqué que quand on a lancé cette "tendance" des shootings, ça a totalement changé la production d'images en Tunisie. L'équipe, les clients, les marques avec qui nous avons travaillé ont remarqué ce phénomène. Ce au niveau des autres médias, mais aussi au niveau des marques, des créateurs, qui produisaient leur campagne pub, ça a changé du tout au tout, et ça fait plaisir. C'est vrai qu'on a été copiés plusieurs fois, mais ça nous a poussé à innover, trouver d'autres idées, etc.

Comment décrirais-tu les femmes tunisiennes que tu représentes dans le magazine ?

La femme tunisienne présentée dans le magazine est une femme émancipée, bien dans sa peau, qui assume son corps, libre, qui ne se cache pas derrière un habit, qui ne se cache pas derrière l'homme. Dans nos shootings on a souvent exposé le corps de la femme dans toute sa splendeur. On a exposé des profils de femmes. C'est vraiment un magazine qui rend hommage à la femme. Dans les thématiques de nos shootings, dans les articles. On a d'ailleurs consacré un magazine à la femme, appelé à "The Dame Issue" sorti en décembre, dans ce numéro on a essayé de montrer la femme dans toute sa splendeur. On a parlé de femmes qui ont changé de carrière, qui n'ont pas besoin de se marier pour trouver une place dans la société, on parle de femmes qui exposent leur corps parce qu'elle veulent tout simplement le faire, et non pas pour attirer une quelconque attention, on parle de toutes ces

femmes là qui existent. On sait que la femme tunisienne est une femme émancipée, donc avec le magazine on a vraiment trouvé beaucoup de matière.

Comment décrirais-tu l'évolution de l'image des femmes que vous représentez au sein de FFDesigner au fil des années ?

C'est vrai qu'au tout début du magazine, c'était pas évident de trouver des femmes qui acceptaient de poser en maillot de bain, ou en sous-vêtements, il fallait détourner le sujet, il fallait s'adapter à la société. Même si certaines personnes acceptaient de le faire, elles restaient rares. Maintenant, la question de ne pose même pas, lorsque l'on recrute des mannequins, que l'on fait appel à des modèles, il est évident qu'elles acceptent ce genre de shooting.

En ce qui concerne les créatrices et influenceuses, au début on avait pas tellement de matière pour nos articles, mais cinq ans après on a remarqué une sacrée différence. Maintenant, on arrive plus à tout mettre dans un seul numéro, il faut les éparpiller entre magazine et site web, entre un numéro et celui d'après, et pour ça, c'est la meilleure des réussites.

As-tu déjà eu des incidents concernant la représentation d'une femme en photo dans le magazine ? (Des plaintes, concernant ses vêtements, son maquillage, ce qu'elle représente...)

Lors du lancement du magazine, on a eu peur que ça arrive, on y est allés doucement. On a fait les choses petit à petit, pour ouvrir un peu les mentalités, on a pas voulu choquer. Même si une certaine photo de couverture a suscité une petite polémique. C'était une photo avec un portrait d'une mannequin portant une burqa faite de ses cheveux, avec les épaules dénudées. On voyait qu'elle ne portait rien, mais qu'elle avait le visage couvert avec ses cheveux, on ne voyait que ses cheveux. C'était en 2015, juste après les attentats du Bardo et de Sousse, les

manifestations des salafistes. On savait que ça allait choquer, mais on l'a quand même mise. On a eu quelques commentaires sur Facebook, mais ce n'est pas allé jusqu'à la plainte. Même des campagnes présentant des mannequins un peu dénudées, dans un esprit de "chocvertising", comme Tom Ford, ou d'autres marques, on a fait du nu, montré des seins, des fesses, et il n'y a pas eu de retours négatifs.

La relation entre le magazine et des photographes avec qui il travaille a-t-il évolué au fil des années ? Si oui, comment ?

Au début on était deux photographes Annetta Mitrofanova et moi. C'est une photographe ukrainienne avec qui j'ai beaucoup appris. On a beaucoup travaillé avec elle pendant trois ans, puis aussi avec un photographe italien, Vincenzo Magnani, sur trois ou quatre numéros. Ensuite on a travaillé avec des photographes "invités", on a travaillé avec Tanya Kushnareva, aussi une photographe ukrainienne, Bayrem Ben Mrad, un photographe tunisien. On a aussi travaillé avec deux photographes françaises, on essaye toujours d'avoir un "guest-photographer", mais comme je suis la photographe officielle du magazine, on a pas tout le temps des collaborations. Tous ces photographes là ont participé à l'évolution de la photographie de mode en Tunisie, tous ont leur propre vision, leur propre univers, on a essayé de s'adapter à l'univers de chacun, et c'est ça qui a créé notre force, ce melting-pot, cette inspiration différente à chaque fois, cet éclectisme.

Quelle place les réseaux sociaux ont pris dans la production d'images ?

Les réseaux sociaux ont pris une grande place dans l'image. En 2012, quand le magazine a été lancé, il n'y avait que Facebook, Instagram était encore très timide, on n'utilisait presque pas notre compte.

Pour nous Facebook était l'élément déclencheur du magazine. Quand Seyf a pensé à lancer le magazine au début, avant même qu'il ne soit créé, on avait commencé par une page Facebook, et on recrutait des gens, qui n'étaient pas forcément des mannequins, des modèles,

et on leur proposer de faire des shootings. Des gens qui venaient de toutes part de la Tunisie. Des gens qui venaient de Sousse, de Nabeul, de Tunis, on essayait de faire des shootings et on les postait sur la page du magazine. C'est là qu'on a remarqué l'intérêt pour les shootings, on a eu plein de demandes de personnes qui voulaient poser pour nous, pour collaborer, des créateurs qui voulaient donner des photos. Au début, on récupérait des vêtements de la frippe, des vêtements de notre garde-robe à nous, de celles de nos amis.

Avec Facebook on a eu une grande visibilité, avant même de lancer notre magazine, on a commencé avec cinq milles abonnés, et à ce moment là en 2012 c'était vraiment quelque chose. J'étais encore étudiante à ce moment là, à l'ESTED aux Arts et Métiers. C'est ça qui nous a boosté, qui nous a donné envie de nous lancer. Même les rédacteurs, on les a recrutés par nos annonces Facebook.

Tout le monde travaillait gratuitement, parce que justement le projet leur tenait à coeur. Comme ça on a recruté des rédacteurs, des designers graphiques, ds stylistes, etc. Tout le monde a mis la main à la pâte parce que le projet leur a beaucoup plu.

Les réseaux sociaux ont eu une très grande place, et à l'heure actuelle nous permettent de faire connaître le site, de rester en contact avec nos lecteurs, nos abonnés. On essaye de faire des concours, pour toujours les remercier de leur fidélité, d'être à l'affût des dernières tendances, des dernières actualités, et sans les réseaux sociaux, on n'aurait jamais eu autant de lien avec nos abonnés, et nos collaborateurs intéressés et intéressants.

Bien sûr les marques, qui font confiance à notre magazine pour promouvoir leur produits, ont besoin des réseaux sociaux pour avoir une certaine visibilité.

Que penses-tu du regain d'intérêt pour la mode "Made in Tunisia" de ces dernières années ? Penses-tu que ce folklore est positif ou caricatural ?

Je ne pense pas que ce regain d'intérêt soit caricatural, bien au contraire, mais je n'aime pas cette image de folklore. Pendant un temps, les créateurs tunisiens ont utilisé l'image du traditionnel, on a revisité, on a puisé dans notre patrimoine pour faire la différence. Parce qu'il faut savoir que la femme tunisienne a toujours été une femme coquette, qui aime bien

s'habiller, prendre soin de soi. Pour les mariages elle se change trois ou quatre fois, elle porte des bijoux, etc. Ca a toujours fait partie de nous. Je pense que c'est pour ça que les créateurs qui ont lancé leur marque juste après la révolution on essayé de puiser dans ce patrimoine là, parce qu'il est très riche, et a offert pour de matière pour travailler.

A un certain moment, j'ai pensé que c'était du folklore, et j'ai eu ras-le-bol de ça. Mais depuis deux-trois ans, je remarque que les créateurs innovent, les créateurs cherchent d'autres inspirations que le patrimoine ou celui du folklore. Ils travaillent de nouvelles matières, comme le plexiglas, le métal, pas forcément l'argent, ils conçoivent d'autres coupes, d'autres silhouettes. Chaque créateur à aujourd'hui sa propre source d'inspiration, son propre univers, et il n'est pas forcément puisé de notre patrimoine.

Comme je t'ai dit, pendant le lancement du magazine, on avait du mal à trouver de la matière, il y avait une poignée de créateurs. Rien qu'hier, pendant un shooting avec des créateurs, on a du décider de publier une première et deuxième partie séparément pour les répartir, pour justement ne pas trop mélanger les genres, chose qui n'était pas possible auparavant. Pouvoir choisir les thèmes en fonction de la cohérence des créateurs, c'était impossible. Les premiers créateurs vers 2012 étaient encore hésitants dans leurs réalisations. On sentait qu'ils sortaient d'ESMOD, que c'était une phase d'apprentissage, qu'ils allaient vers des thèmes très extravagants, des thèmes très particuliers. Maintenant, leurs collections ont un fil conducteur, mais des vêtements qui peuvent se porter tous les jours, des pièces qui peuvent se mélanger avec d'autres pièces. Je pense qu'ils ont vraiment gagné en maturité. Maintenant on est capables de faire un shooting avec un thème en particulier, qui mélange plusieurs pièces, plusieurs créateurs, et ça fait vraiment la différence.

Penses-tu que nous pourrions tendre vers une identité visuelle (photographique, mode, etc..) de la femme tunisienne ?

One hundred percent YES. Je pense pas que cela se développera dans deux ou trois ans, mais je pense qu'en dix, quinze, vingt ans, ça serait possible. Pour construire de l'image il faut construire de l'archive, il faut avoir de la matière, et la matière ne se fait pas en cinq ou six ans. Pour créer l'image de la femme parisienne ou de la femme française, il a fallu un travail

de longue haleine, de plus d'une cinquantaine d'années. Plusieurs photographes internationaux se sont intéressés à cette femme là, plusieurs artistes ont pris cette femme là comme muse. Pour nous c'est encore le début, c'est encore le commencement, même si la femme tunisienne a déjà une image bien claire : quand on parle de la femme tunisienne à travers le monde, on sait que c'est une femme émancipée, on sait que c'est une femme qui a eu ses droits bien avant les femmes occidentales, on sait que c'est une femme libérée, on sait que c'est une femme qui a son mot à dire, qui a sa place. L'image mode de cette femme là a encore du travail, encore du chemin à faire, mais je pense qu'elle commence à avoir de la matière pour construire cette image là. Je pense que des gens commencent à s'intéresser à elle, et que le magazine y est pour beaucoup. Pendant les *Fashion Week de Tunis*, on remarque que les médias internationaux sont impressionnés et agréablement surpris de ce qu'ils voient, de ce qu'ils trouvent, et ils s'intéressent beaucoup à cette femme là, à ce qu'elle dégage, et à la mode tunisienne. Je suis vraiment optimiste.

Khémaïs Ben Lakhdar

Doctorant dans le cadre du nouveau partenariat encore l'Institut Français de la Mode et Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Sa thèse s'intitule "La mode orientale Haute Couture au passage du siècle (1889-1931)". Ses recherches portent notamment sur l'analyse des rapports entre mode et orientalisme , empire colonial et création Haute Couture".

Peux-tu me présenter ton parcours et ton sujet de thèse ?

J'ai d'abord réalisé un mémoire sur Saint Laurent et la collection Ballets Russes, qui est une collection très orientaliste. J'ai ensuite fait un mémoire sur Paul Poiret. Je travaille sur le rapport qui existe entre l'expansion de l'empire colonial européen (je parle de la France mais aussi de l'Empire Britannique, car finalement, ils sont très liés) et le développement de la Haute Couture à tendance orientale. Lorsqu'on parle de ça, on ne parle que de Paul Poiret. C'est le plus grand couturier orientaliste, mais c'était pas le seul. Il y a toute une veine, qui commence dans les années dix, qui s'interrompt avec la Première Guerre Mondiale, et qui reprend à la fin des années trente, qu'il faut mettre en parallèle avec tout l'orientalisme de cette époque, dans les arts, la littérature, la musique. C'est un orientalisme qui est différent parce que ce n'est pas un orientalisme qui est fantasmé, sur une peinture par exemple, mais c'est un orientalisme que tu portes. Ce qui est différent avec la peinture, la musique, etc, c'est que le corps de la femme est particulier, donc s'il faut que ça fasse oriental, il faut quand même que les bases soient occidentales. Il y a toujours des corsets, des choses comme ça, sauf qu'ils y ajoutent des accessoires comme des sarouels, etc.

L'orientalisme de fin du 19ème et fin du 20ème correspond à la période où Les Mille et Une Nuits ont été traduites. Ca a été un énorme catalyseur. Tous les artistes se sont réappropriés ces comptes. C'est pas forcément maghrébin, c'est plus arabe, mais ça a été considéré comme oriental, et puis voilà.

Je m'intéresse à ce qu'est l'orient, et ça c'est le bazar. A la fin du 19ème siècle, les Balkans étaient considérés comme l'Orient, après la dislocation de l'Empire Ottoman, les frontières se sont brouillées. La difficulté que j'ai rencontré est dans la définition de mon corpus.

Les couturiers en Europe commencent à se lasser de leurs collections très occidentale, et pour se réinventer, commencent à regarder les vestiaires et l'artisanat oriental pour faire de la mode Haute Couture.

J'essaie de voir comment la mode orientale est arrivée en France, et je croise art, mode et toutes les représentations artistiques, le moment de toutes les grandes rétrospectives, les musées français commencent à collectionner l'art islamique, l'art perse, les miniatures indiennes, etc. C'est le moment des grandes rétrospectives, des expositions coloniales, des expositions universelles. Ils ramenaient des indigènes à Paris, il fallait qu'ils soient habillés comme dans leur pays, etc. Les couturiers se sont énormément inspirés de ça, en plus de voyager. Ils ramenaient pleins de kaftans, de djellaba, etc.

Que penses-tu de la question de la réappropriation culturelle ?

Je déteste ce mot. A chaque fois que je présente ma thèse, c'est toujours la même chose, c'est toujours la même question. Je trouve que la notion d'appropriation culturelle n'est pas scientifique. Elle est en partie basée sur la morale, qui empêche la réflexion, la remise en question, on oublie la dimension historique.

Moi je parle de transfert culturel. Michel Espagne, historien d'art, est spécialisé dans le transfert culturel. Je trouve ça plus intéressant parce qu'il n'y a pas morale, il n'y a que des modifications, des évolutions. Par exemple, quand tu prends une djellaba, et que tu l'insères dans un contexte français, ce n'est plus une djellaba, ça devient autre chose. Ce n'est plus un objet traditionnel, ça devient un objet de mode. Ce processus de resémantisation, peut-être qu'il n'est pas éthique, dans le sens où il s'accapare la culture de quelqu'un d'autre, mais cette culture même n'est pas la même chose. Ce n'est plus une djellaba, ça devient une robe

du soir, occidentale, et ce, même s'il ne change rien du tout. Le but n'est pas de dénoncer en pointant du doigt, d'accuser le couturier de ne pas avoir de talent, ou de vol. Il faut au contraire questionner l'objet dans son nouveau contexte : l'objet a-t-il toujours le même sens ? Fait-il toujours partie de notre culture ?

Prenons l'exemple du turban sikh en Inde. C'est un objet religieux et spirituel, mais quand une femme occidentale le porte, que se passe-t-il ? Dans la tradition, seuls les hommes portent ce turbans, donc il y a une différence de genre. Ensuite, un objet spirituel devient un objet de mode. On ne peut plus dire que c'est un turban sikh, c'est un objet qui ressemble esthétiquement à quelque chose qui existe déjà, mais qui n'est plus comme conçu dans son premier contexte. C'est un transfert culturel, et non une appropriation culturelle.

Un écrivain important concernant cette problématique est Homi Baba, et notamment son livre "Locations of culture". Il renuance le propos de Saïd. Il dit que la culture n'est pas la tradition, mais une présence dans chaque homme, qui s'hybride. Il parle d'interstices. D'après lui l'identité post-colonial ce définit dans une certain interstice.

Je pense que lorsque tu questionnes l'identité et que tu la représentes de manière autoritaire, tu globalises et essentialises.

Farah El Kadhi

31 ans, architecte et influenceuse (233 mille abonnés) à Tunis, présentatrice télé.

Quand tu penses à l'image de la femme tunisienne, aujourd'hui ?

Elle s'émancipe de plus en plus depuis la période Bourguiba. De par le cinéma, la photographie, l'art en général, les réseaux sociaux. On la voit dénudée sur des tapis rouges. Dans d'autres domaines, grâce aux lois héritées de Bourguiba, c'est celle qui a le plus de droits dans le monde arabe. On met de plus en plus le rôle des femmes en avant dans la société.

Pour toi l'indépendance s'exprime comment ?

Ce n'est pas forcément se montrer nue. C'est une indépendance financière, scolaire, elle dit ce qu'elle veut, elle met ce qu'elle veut, etc. Pour moi être nue c'est une question de respect, je ne veux pas poser nue. Mais parler avec moins de tabous. Quand je parle sur mes réseaux sociaux d'augmentation de pénis ou de choses comme ça, avant c'était pas possible. Diffuser mon image c'est une forme d'émancipation.

Penses-tu que diffuser ton image sur les réseaux sociaux t'a permis de changer ?

Je pense que je suis toujours la même. J'ai toujours les mêmes valeurs, et je les défendrais toujours. J'ai déjà fait quatre jours de prison pour avoir défendu quelqu'un. Mes valeurs c'est la famille, le respect, les études, la confiance en soi, l'honnêteté.