

La mélodie envoûtante des représentations culturelles noires-américaines

La traduction des ouvrages de Paul Gilroy, Stuart Hall et Dick Hebdige ont pu démontrer que tout objet, aussi *indigne* qu'il puisse paraître du point de vue « d'en haut », mérite d'être pris au sérieux et de faire l'objet d'une recherche scientifique. Au cours de mes années universitaires, j'accueillais ces travaux comme une aubaine : pour la première fois les connaissances acquises dans mon environnement social quotidien – séries télévisées, culture hip hop, mode, etc. – se trouvaient valorisées. Des œuvres directement issues de la culture populaire, hâtivement sous-estimées pour leur expressivité politique, avaient en effet droit d'être discutées par une riche pensée théorique, brassant apport marxiste, sémiologique, structuraliste, etc., que je pensais jusqu'alors hors de portée. À côté des théoriciennes en études féministes et queer, telles que Patricia Hill Collins, Judith Butler ou encore Teresa de Lauretis, les contributions de ces trois auteurs, qui appartiennent tous à la tradition de pensée des *cultural studies*, m'ont encouragé à approfondir mes questionnements sur ce support que j'affectionne particulièrement : le vidéo-clip.

Ces œuvres hybrides, au carrefour du format musical, filmique et publicitaire, occupent une place essentielle tant dans les campagnes de promotion des artistes qu'auprès des jeunes publics. Avec la naissance de YouTube en 2005 et sa mesure du nombre de vues (dépassant parfois la centaine de millions de visionnages), il est indéniable qu'il constitue un instrument de choix pour apprécier la popularité d'un.e artiste. Bien avant l'apparition de ce média numérique, MTV (Music TeleVision) spécialisée dans la diffusion de vidéo-clips comptait déjà parmi les chaînes les plus regardées au monde avec des programmes emblématiques comme « Yo MTV raps ! » qui passait plus d'une heure de vidéos de rap. À l'adolescence, j'avais développé une passion pour cette émission (et sa déclinaison R&B « MTV Amour ») au point d'enregistrer en cassette VHS les clips pour en faire la collection, que je partageais et commentais ensuite avec des amis. De manière générale, ces mini-formats visuels représentaient un nouveau divertissement pour la jeunesse, renforcée avec l'émergence des fameux *boys* et *girls bands* dans les années 1990. Ils nourrissaient, au même titre que les films, mon imagination ainsi que celle de mes amis et influençait

nos manières de nous vêtir, de nous coiffer, de danser et même de nous saluer. Ces images donnaient l'occasion de se réinventer. D'ailleurs des quartiers entiers (les Puces de Saint-Ouen et Châtelet-les-Halles) adaptaient leurs devantures aux nouveaux styles qu'introduisaient les vidéo-clips. De toute évidence la mise en image de la musique ne laissait pas indifférent. Est-ce seulement parce que ces clips illustraient sous forme d'image chansons et/ou artistes favori.e.s ? Ou plus encore parce que leur caractère expressif, intensifié par ses trois entrées (filmique, musical, et publicitaire), interpelle et accompagne auditeurs et auditrices dans sa réflexion ô combien obsédante sur les rapports identitaires qu'il/elle entretient avec lui/elle-même et les autres ?

Les vidéo-clips offraient une lucarne sur le monde extérieur, en particulier sur les cultures anglo-saxonnes, celles des Etats-Unis et de l'Angleterre en tête. Le succès planétaire de la musique rap élargissait un répertoire de représentations sur les Noir.e.s, qui faisait défaut dans le contexte français, et qui donnait l'impression de connaître les Africain.e.s-Américain.e.s, leur histoire, leur culture. On pouvait découvrir le trauma d'une souffrance passée (l'Esclavage négrier) et présente (la misère dans le ghetto) mais aussi et surtout leur émancipation que ces clips donnaient à voir comme une surabondance de biens matériels et d'argent liquide. Naïvement perçus comme une représentation fidèle de la réalité Noire aux Etats-Unis, ces clips donnaient l'envie de visiter ce pays. Il faut dire qu'ils constituaient une *vitrine* de la diaspora Noire. Ils suscitaient en effet tout autant l'admiration des médias qu'ils offraient des contre-modèles face aux discours misérabilistes sur l'Afrique ou réprobateurs à l'encontre de populations, naguère colonisées, et qui vivaient maintenant dans l'ancienne métropole. Les Africain.e.s-Américain.e.s, à travers leurs représentations, devenaient en ce sens des modèles auxquels les populations noires en France étaient invitées à s'identifier (comme l'atteste l'usage de l'anglicisme « black » pour les désigner).

Aussi entraînant qu'elles puissent paraître pour un jeune homme noir issu d'un quartier populaire en France que j'étais, les représentations véhiculées dans les vidéos de rap ou de R&B s'avéraient à double-tranchant. En les associant avec la présence de Noir.e.s dans le sport (seule autre scène de leur visibilité médiatique massive), ces images entretenaient l'idée qu'être Noir ne se limitait finalement qu'à

un paraître corporel. Et ce cliché était d'autant plus accentué que les corps noirs féminins se présentaient comme des objets sexuels au service au final d'autres corps. Certains rappeurs tournaient d'ailleurs volontiers en dérision cette somme de stéréotypes véhiculée dans la production visuelle de leur musique :

- ❖ The Roots « What They Do » (« *Illadelph Halflife*, Geffen Records, 1996) : < <https://www.youtube.com/watch?v=YmTPM4aUDW8> >

Mais ces vidéo-clips débordaient largement du cadre d'une simple mise en image. Ils stimulaient et entretenaient un imaginaire collectif, marqué par l'empreinte de l'esclavage négrier, sur la prétendue lascivité naturelle des femmes noires autant que sur une virilité menaçante caractérisant les hommes noirs. Imaginaire collectif qui produisait des effets réels. Les tueries policières – dont l'assassinat de Tamir Rice, 12 ans, qui avait eu le malheur de jouer avec un pistolet jouet – qui ont emmaillé l'actualité médiatique de ces quatre dernières années et qui ont fait naître le mouvement de contestation *Black Lives Matters* ont mis en exergue le rôle majeur que jouent les représentations dans les interactions. En remplissant l'espace qui se tient entre deux termes d'un rapport, elles contribuent à lui donner un sens qui guide ensuite les actions des individus. Les représentations disposent d'une capacité d'interpellation, invitant à se questionner sur ce que nous sommes ? Comment sommes-nous représenté.e.s ? Et comment pouvons-nous nous auto-représenter ? Ces représentations visuelles et animées ne sont pas des œuvres artistiques déconnectées des différentes dynamiques (sociale, raciale, sexuelle, genrée, nationale, etc.) qui organisent les sociétés modernes. Bien au contraire. Elles fonctionnent en jeu de miroir avec ces dernières. Ainsi la ligne de démarcation entre fiction et réalité est poreuse et les effets de l'une sur l'autre (et inversement) est palpable. C'est dans l'idée d'analyser les liens étroits entre expérience vécue et « fantasmes collectifs » que je me suis intéressé au clip « In Da Club » de 50 Cent et à sa représentation de la masculinité noire.

Sortie le 07 janvier 2003, cette chanson a constitué le premier titre de l'album intitulé *Get Rich Or Die Tryin'*. Le rappeur 50 Cent a remporté un succès retentissant, se glissant à la première place des classements aux Etats-Unis (pendant 9 semaines) et dans de nombreux pays européens (16^{ème} au classement français). Il faut dire que la

chanson, produite en collaboration avec le producteur Dr Dre (principal concepteur sonore du gangsta rap, dont le nom est aujourd'hui associé à une marque de casque audio) et son fidèle bassiste Mike Elizondo, a été composée en vue de conquérir un large public : le refrain est aisément assimilable et son orchestration efficace (avec ses *hand claps* entraînants et une mélodie dépouillée à trois notes qui se retient facilement). Le vidéo-clip a été vu sur YouTube plus de 378 millions de fois (depuis le 16 juin 2009). Au niveau de son scénario, l'histoire se veut un mélange de réalité et de fiction. Elle part en effet de deux faits réels sous-entendus – la tentative d'assassinat de Curtis Jackson (nom civil de 50 Cent) en 2000 et sa signature chez Shady Records et Aftermath (les labels respectifs d'Eminem et de Dr Dre) – qui trouvent ensuite leur prolongement dans le clip sous forme de narration scénarisée. Il y est question de *fabriquer* un nouveau 50 Cent – soit un rappeur idéalisé – selon des normes de genre précises. Dans ce clip, on assiste à une véritable présentation condensée des stéréotypes entourant le corps noir masculin : un corps « attrayant », « robuste », et « menaçant ». Mais le caractère « naturel » ou « authentique » de cette hyper-virilité est mise à mal par la trame narrative du vidéo-clip qui met, au contraire, en exergue son côté totalement fabriqué tel qu'il s'applique pour n'importe quel produit en général.

- ❖ 50 Cent, « In Da Club » (de l'album *Get Rich Or Die Tryin'*, Shady Records/Aftermath Records/Interscope Records, 2003) : < <https://www.youtube.com/watch?v=5qm8PH4xAss> >

La mise en fabrication du corps noir masculin se déroule sur six scènes, chacune d'elles assignant un rôle particulier à la figure du 'rappeur-gangster' : la salle d'opération, la salle de musculation, la piste de danse, la salle d'enregistrement, la salle de tir puis la salle d'interrogation (indiquée par la présence d'un détecteur de mensonge). Six différents lieux déclinant autant de spécificités prêtées à la masculinité noire : la violence, la force, la concupiscence, l'appétit sexuel, le talent artistique, et la criminalité. Tous ces lieux correspondant à des espaces repliés sur eux-mêmes, qui permettent à des techniques disciplinaires de fonctionner de manière efficace, en facilitant la synchronisation et la généralisation de l'observation et du contrôle de tout à chacun. Or ce qui caractérise les activités entreprises par notre protagoniste réside dans le fait qu'elles font justement l'objet d'une étroite

surveillance. Le regard porté sur le corps de 50 Cent est en effet omniprésent. Que ce soit par le personnel médical pour juger de la viabilité de leur « produit » ou par les regards féminins sur l'artiste, dont la présence vise à certifier de l'« authenticité » de sa virilité ainsi que de l'attractivité d'un corps produit en tant qu'objet sexuel (à convoiter). Dans ce contexte la présence des femmes (celles principalement qui entourent l'artiste) ne bouleverse-t-elle pas les rôles de genre, en réduisant, à leur tour, le protagoniste en objet à posséder ?

Mais cette surveillance ne s'arrête pas là. La participation constante et implicite du spectateur est aussi suggérée par le vidéo-clip. La caméra (pour 50 Cent) ou l'écran de télévision (pour nous spectateurs et spectatrices) jouent un rôle d'interface. Seul l'artiste, pourtant entouré, prend réellement conscience qu'il est observé par un œil extérieur et invisible (symbolisé par la caméra). Cette supposition l'amène alors à agir en conformité avec ce que les présumés regards attendent de lui. Il se montre capable de s'auto-surveiller et de s'auto-discipliner sans la présence explicite d'un gardien (comme le suggère déjà sa pratique intensive et autonome d'exercices physiques). Cette idée d'auto-discipline se prolonge par la présence d'un miroir sans tain qui permet au protagoniste d'ajuster son attitude. Objet trivial, le miroir est associé à notre intimité. Cette position particulière confère à cet objet un fort pouvoir d'auto-contrôle (social) sur chacun de nous, en invitant (à imaginer) le jugement du « regard invisible » de notre société. Dans le vidéo-clip, il permet à nos deux superviseurs (Eminem et Dr Dre) d'observer l'évolution de leur « produit » sans être vu.

L'« identité » se donne singulièrement à voir dans ce clip comme une marchandise produite et consommable, à contre-courant de la « sacralité » que les nationalismes, l'hétéro-patriarcat, l'exploitation capitaliste, etc. voudraient lui donner. Tels les *Minstrel shows*, ces bouffonneries du XIX^{ème} siècle où des musiciens blancs puis noirs à la peau grimee de cirage noire tournaient en ridicule une prétendue manière d'être noire, le « rap de divertissement » répond à une demande dont les enquêtes marketing aux Etats-Unis ont révélé qu'elle est principalement jeune et blanche. Dans cette configuration les artistes africain.e.s-américain.e.s sont invité.e.s à adapter leur performance à la demande du public. Ils deviennent en quelque sorte prestataires de service – celui d'un divertissement racial – et accentuent leur

racialisation rappelant la condition qui s'abat inévitablement sur l'ensemble des « minoritaires » : « être soi-même pour un autre ».

- ❖ Lupe Fiasco « Bitch Bad » (de l'album *Food and Liquor II: The Great American Rap Album Pt. 1*, 1st & 15th Entertainment, 2012) < <https://www.youtube.com/watch?v=ttjSHDVYTS8> >
- ❖ Lyor Cohen, accompagné de son staff, discutant avec un rappeur (Young Thug) de stratégie concernant la production de sa musique: < <http://pitchfork.com/news/64792-lyor-cohen-advises-yells-at-young-thug-on-cnbc-follow-the-leader/> >

Le caractère professionnel de ce type de jeux de rôles (sociaux) souligne qu'il existe une contrepartie à ce rapport de subordination. Pour leur performance, les maisons de disques proposent aux artistes – j'y englobe autant les rappeurs que les *vidéo vixens* (mannequins ou danseuses spécialisés dans l'apparition dans les vidéo-clips) – des rémunérations qu'il est difficile de décliner. À titre d'exemple le rappeur A\$AP Rocky a signé son premier contrat chez Sony/RCA à l'âge de 23 ans et pour la somme de 3 millions de dollars. Par ailleurs, cette aubaine est source de visibilité et de reconnaissance naguère inimaginable au vu de leur marginalité sociale et raciale.

La culture hip hop, et le rap en particulier, ont ainsi donné une occasion inespérée à des jeunes, pour beaucoup racisé.e.s et issu.e.s de quartiers déshérités des Etats-Unis (et dans une moindre mesure de France), de témoigner de la réalité du Rêve américain par le fruit de leur travail. De la sorte, ils deviennent alors des représentations heureuses et attractives de ce fameux mythe et les relais d'un esprit d'entreprise et d'une méritocratie qui donnent, au final, l'illusion que l'élévation sociale est une question de volonté individuelle. Les rappeurs se sont fait une spécialité de créer des « univers » visuels et sonores *fantasmagoriques*. Chargés en questionnements identitaires, ces derniers touchent une variété d'auditeurs-spectateurs, chacun.e les interprétant selon son mode de pensée en lien avec leur positionnement social (en termes de nation, classe, de genre, de sexualité ou de « race »). Pour un.e enfant-soldat.e de la République Démocratique du Congo, par exemple, ce type d'univers aurait servi de cadre narratif qui lui a permis de surmonter sa crainte de la mort. En

France, ces images peuvent autant fédérer les consciences subalternes que produire un spectacle racialisé et fantasmé de la « banlieue », où figures masculines sur-virilisées (comme le « garçon arabe » ou le « négro ») et féminines relativement sur-érotisées (comme la « beurette » ou la « femme noire ») se répondent.

- ❖ Keny Arkana, « V pour Vérités » (de l'album *Tout tourne autour du soleil*, Because Music, 2012) : < <https://www.youtube.com/watch?v=eQwxh68kKYc&list=RDEMIhnTk-nJ9XOjZc5w2OrM-w&index=11> >
- ❖ Booba, « Balek City Gang » (de la mixtape *Autopsie vol.4*, Tallac Records, 2011) : < <https://www.youtube.com/watch?v=-B8IKn-RrDc> >

Le succès commercial de l'actuelle scène de rap français et donc de ses représentations coïncident curieusement avec le portrait inlassablement stigmatisant et caricatural (stigmatisation du voile, terreau du terrorisme, monopole de la violence sexiste, etc.) esquissé par la scène médiatico-politique concernant ces espaces. Qu'elles soient sous forme de vidéos ou de textes, ces images invitent à nous interroger sur la manière dont un « lumpenproletariat » issu des quartiers disqualifiés et post-coloniaux est fantasmé et se fantasme.

Franck Freitas