

RUTH AMOSSY
ANNE HERSCHEBERG PIERROT

Stéréotypes et clichés

CURSUS



Langue, discours, société

4^e édition

ARMAND COLIN

RUTH AMOSSY
ANNE HERSCHEBERG PIERROT

Stéréotypes et clichés

4^e édition

ARMAND COLIN

© Armand Colin, 2021

ISBN : 9782200632694

Illustration de couverture : © Tancha – shutterstock.com

© Armand Colin, 2021 pour la quatrième édition

© Nathan, 1997 pour la première édition

Armand Colin est une marque de Dunod Editeur

11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff

<https://www.armand-colin.com/>

Le code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes des paragraphes 2 et 3 de l'article L122-5, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, sous réserve du nom de l'auteur et de la source, que « les analyses et les courtes citations justifiées par le caractère critique, polémique, pédagogique, scientifique ou d'information », toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle, faite sans consentement de l'auteur ou de ses ayants droit, est illicite (art; L122-4). Toute représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, notamment par téléchargement ou sortie imprimante, constituera donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L 335-2 et suivants du code de la propriété intellectuelle.

All rights reserved. This work may not be translated or copied in whole or in part without the written permission of the publisher.

Toute reproduction d'un extrait quelconque de ce livre par quelque procédé que ce soit, et notamment par photocopie ou microfilm, est interdite sans autorisation écrite de l'éditeur.



Sommaire

Présentation des auteures	7
Avant-propos	9
Introduction	11
1 Histoire des notions	15
2 La notion de stéréotype dans les sciences sociales	37
3 Clichés, stéréotypes et littérature	65
4 Linguistique, rhétorique et analyses du discours	103
Conclusion	141
Bibliographie	143
Table des matières	157

■ Présentation des auteures

RUTH AMOSSY, professeure émérite à l'université de Tel-Aviv et rédactrice en chef de la revue *Argumentation et analyse du discours*, a publié en relation avec la question de la stéréotypie :

Les Discours du cliché, Paris, CDU-SEDES, 1982 (en collaboration avec Elisheva Rosen).

Les Idées reçues : sémiologie du stéréotype, Paris, Nathan, coll. « Le Texte à l'œuvre », 1991.

Doxa and Discourse: How Common Knowledge Works (R. Amossy et M. Sternberg, eds.), *Poetics Today*, 23:3, 2002.

L'Argumentation dans le discours, Paris, Armand Colin, 2021 (4^e éd ; 1^{re} éd. 2000).

La Présentation de soi. Ethos et identité verbale, Paris, PUF, 2010.

Apologie de la polémique, Paris, PUF, 2014.

Une formule dans la guerre des mots : « La délégitimation d'Israël », Paris, Garnier, 2018.

ANNE HERSCHBERG PIERROT, professeure émérite à l'université Paris 8, a publié en relation avec la question des clichés, stéréotypes et idées reçues :

Le Dictionnaire des idées reçues de Flaubert, Villeneuve-d'Ascq, Presses universitaires de Lille, 1988.

Stylistique de la prose, Paris, Belin, coll. « Sup. Lettres », 2003 (1^{re} édition 1993).

Le Dictionnaire des idées reçues, éd. Anne Herschberg Pierrot, Paris, L.G.F., Le Livre de Poche classique, 1997.

Roland Barthes, *Le Lexique de l'auteur*. Séminaire à l'École pratique des hautes études, 1973-1974, suivi de fragments inédits du *Roland Barthes par*

Roland Barthes, éd. A. Herschberg Pierrot, Paris, Seuil, 2010.

Flaubert, l'empire de la bêtise (A. Herschberg Pierrot éd.), Nantes, Éditions nouvelles Cécile Defaut, 2012.

■ Avant-propos

CETT ET OUVRAGE, publié pour la première fois en 1997, vise à donner une présentation d'ensemble des travaux savants sur la question de la stéréotypie. Son propos est de rassembler et de synthétiser les recherches auxquelles cette question a donné lieu dans différentes disciplines qui, le plus souvent, s'ignorent mutuellement. Cette approche transversale s'avère plus que jamais précieuse aujourd'hui face au défi que constitue la nécessité de s'ouvrir à une multidisciplinarité féconde, c'est-à-dire consciente des recouplements comme des différences. Les problématiques que cette approche a permis de dégager sont restées à l'ordre du jour. Nous proposons ici une version augmentée, qui prend soin d'actualiser la bibliographie en tenant compte des principaux travaux publiés.

Le 10 janvier 2021

■ Introduction

CERTAINS ALLEMANDS se plaisent à raconter cette blague : « Quel est le livre le plus court du monde ? – Quatre mille ans d’humour allemand. » L’histoire ne fera pas rire tout le monde, mais elle pose précisément la question des représentations stéréotypées, des jugements tout faits, à l’emporte-pièce. De même, une expression comme « essuyer une défaite » est perceptible comme une formule figée, rebattue, un automatisme de langage que l’on tourne en dérision. *Le Dictionnaire des idées reçues* indique ainsi : « DÉFAITE S’essuie – et est tellement complète qu’il ne reste personne pour en porter la nouvelle. »

Dans le langage courant, on parle à ce propos de clichés ou de stéréotypes, de lieux communs ou d’idées reçues, plus rarement aujourd’hui de poncifs. Le partage des mots et des notions n’est pas clair, mais l’impression générale est négative. Depuis un siècle environ, le développement de la presse, puis des différentes formes de médias, l’avènement des sociétés démocratiques modernes ont créé une hantise de la stéréotypie. On dénonce le prêt-à-penser, le déjà-dit. À la croisée de la question de l’opinion et de l’expression individuelle, stéréotypes et clichés sont aussi devenus des sujets de réflexion dans différents champs des sciences humaines. Les notions ont été théorisées et mises en œuvre dans les sciences sociales, les sciences du langage, les études littéraires. Mais chaque discipline a eu tendance à travailler de façon autonome, dans la méconnaissance des autres domaines où le stéréotype était pensé.

Pourquoi donc la question des évidences partagées, des représentations collectives, des automatismes de langage se trouve-t-elle au centre des réflexions contemporaines ? Dans quelle mesure leurs perspectives peuvent-elles se recouper ? Pour y voir un peu plus clair, nous proposons une démarche fondée sur l’histoire des notions et sur un parcours dans les

disciplines qui ont théorisé les phénomènes de stéréotypie aux xx^e et xxI^e siècles.

Le premier chapitre est consacré à l'émergence des mots et des notions, et à leur évolution sémantique dans le langage courant. On examinera des expressions comme « cliché », « poncif », « lieux communs », « idées reçues », « stéréotype ». On verra comment des relations nouvelles s'établissent progressivement entre ces différents termes, qui dans le langage courant restent souvent synonymes.

Les autres chapitres proposent un parcours sélectif à travers les sciences humaines qui ont construit la stéréotypie comme objet théorique. Notre propos n'est pas de fournir une synthèse qui définirait une essence du cliché et du stéréotype. Il n'est pas non plus de mettre en œuvre une interdisciplinarité qui dégagerait de chaque domaine de pensée, de façon éclectique, ce qu'il pourrait apporter de meilleur. Nous avons cherché au contraire à souligner la façon dont chaque discipline construit son objet en fonction de sa logique propre et de ses intérêts. Le lecteur pourra ainsi aborder la question du stéréotype telle qu'elle se pose dans chaque discipline. Mais une lecture transversale des chapitres lui permettra aussi de confronter les approches.

Le chapitre 2 porte sur les sciences sociales, qui ont fait émerger le stéréotype comme représentation collective figée et en ont fait un objet d'étude empirique. Cette notion a contribué à l'analyse des relations entre les groupes sociaux et leurs membres individuels. Sous son versant négatif, elle participe d'une réflexion sur le préjugé ; sous son versant positif, elle a partie liée avec la construction de l'identité sociale et la cognition sociale.

Le chapitre 3 est consacré aux études littéraires, qui analysent les phénomènes de stéréotypie d'un point de vue esthétique et idéologique. La stylistique et la poétique s'intéressent au cliché comme effet de style ou comme procédé de construction du texte. Dans les courants critiques attentifs à la dimension sociale du texte littéraire et à la question des imaginaires sociaux, c'est la *doxa*, le stéréotype comme schème collectif, et les idées reçues qui sont privilégiées. Le stéréotype intervient encore dans la réflexion sur la lecture littéraire et contribue à une nouvelle didactique de la

lecture. Alors que les phénomènes de stéréotypie étaient au départ considérés comme des traces de banalité, ils sont de plus en plus souvent étudiés dans leur fonction constructive et leur productivité.

Le chapitre 4 passe en revue les différentes notions (locutions figées, stéréotypes, prototypes, lieux communs ou *topoï*, langue de bois) qui interviennent tantôt dans l'étude de la langue, tantôt dans l'analyse du discours. L'étude de la langue inclut des préoccupations très diverses, qui vont de la morphosyntaxe lexicale (question des locutions figées) à la sémantique. L'analyse du discours comprend une étude de l'argumentation comme art de persuader, et une approche du discours historique, politique, journalistique. S'y ajoute une brève présentation des travaux récemment développés en histoire culturelle.

Le stéréotype apparaît ainsi comme un objet transversal de la réflexion contemporaine dans les sciences humaines, qui ne le prennent pas toujours en mauvaise part. Il traverse la question de l'opinion et du sens commun, du rapport à l'autre, de la catégorisation. Il permet d'étudier les interactions sociales, la relation des discours aux imaginaires sociaux, et plus largement le rapport entre langage et société.

Cette mise au point sur la stéréotypie discursive invite à explorer d'autres champs que nous n'abordons pas, en particulier tout ce qui concerne l'image : la photographie, le cinéma, la télévision, l'image publicitaire.

■ Chapitre 1

Histoire des notions

1. Clichés

Dans *Les Figures du discours*, Fontanier cite comme exemples canoniques de métaphores, de comparaisons et d'hyperboles : vie *orageuse*, remords *dévorant*, *enflammé* de colère, *fondant* en larmes, l'*émail* des prairies, le *vaisseau* de l'État, *plus blanc que la neige* ou *c'est un tigre*. Ce qui était le modèle de la figure dans la rhétorique classique est devenu pour nous le comble du cliché. À la fin du xix^e siècle, Remy de Gourmont écrivait ainsi, dans *Esthétique de la langue française* (1899) :

« L'imitation est la souillure inévitable et terrible qui guette les livres trop heureux : ce qui était original et frais semble une collection ridicule d'oiseaux empaillés ; les images nouvelles sont devenues des clichés. [...] *Télémaque*, l'œuvre la plus imitée, phrase à phrase, de toutes les littératures, est pour cela même, définitivement illisible. C'est dommage, peut-être, et c'est injuste, mais comment goûter encore “les gazons fleuris – ces beaux lieux – qu'elle arrosait de ses larmes” ? »

Si la conscience du cliché est relativement récente, il n'empêche qu'au xvii^e siècle, certains traits de style prêtent à la critique et à la moquerie, en particulier les tours précieux ou pétrarquisans. *Le Berger extravagant* (1639) de Charles Sorel fait ainsi décrire un portrait par le berger : « Tu les feras, ces mignardes joues, parsemées de lys et de roses : et puis cette petite bouche dont les deux lèvres sont des branches de corail. Que s'il était décent de les laisser entrouvertes, tu ferais ses dents qui sont deux rangs de perles fines » (dans Perrin-Naffakh, 1985, p. 252). On critique encore le « style froid », marqué en poésie par les épithètes conventionnelles, « les épithètes cousues » pour la rime (selon la formule de Fénelon). Au siècle suivant, Crevier marque sa préférence, dans sa *Rhétorique française* (1765),

pour les épithètes « qui ajoutent au sens » : « Les épithètes vraiment estimables sont celles qui ajoutent au sens, en sorte qu'on ne peut les supprimer sans faire perdre à la phrase une partie de son mérite. [...] Nous voulons, même en vers, que les épithètes disent quelque chose. » Gibert (*La Rhétorique ou les Règles de l'éloquence*, 1730) insiste de son côté sur l'importance des métaphores inventées dans l'art oratoire : « Les bonnes Métaphores sont une marque de génie et d'esprit ; car proprement, pour qu'elles fassent honneur, il faut que l'Orateur en soit le père et qu'il ne les tienne point d'un autre » (Perrin-Naffakh, 1985, p. 262 et 263).

Cependant ces critiques restent localisées et ne relèvent pas encore d'une problématique générale du cliché. Le risque est toujours de simplifier la lecture des textes classiques à partir d'une construction rétrospective. Le cliché, dans sa dimension critique de langage reçu, répété, et commun, est une notion qui ne se développe véritablement qu'au XIX^e siècle. À l'époque classique et jusqu'aux premières années du XIX^e siècle, le bastion de la rhétorique n'est pas atteint pour l'essentiel. L'enseignement favorise toujours l'apprentissage des modèles de discours, et maintient la hiérarchie des styles : le caractère sélectif du style noble ou sublime contraint le choix des tournures possibles et se prête à la répétition des mêmes formules. On édite et réédite des dictionnaires d'épithètes, comme celui du R.P. Daire (1759), continué encore au siècle suivant par le *Gradus français* de Carpentier (1822). De même, autour des années 1820, les traités de Fontanier reconduisent le modèle néoclassique des figures.

C'est véritablement au cours du XIX^e siècle que s'établit une prise de conscience du cliché chez les poètes et les prosateurs. Dans *Les Discours du cliché* (1982), Ruth Amossy et Elisheva Rosen ont mis en valeur cette crise du langage chez les écrivains dans la société française postrévolutionnaire. À la tradition rhétorique et à la convention, les Romantiques opposent l'originalité, à la norme sociale et au nombre, à l'autorité reçue, ils opposent l'invention singulière. Dans « Réponse à un acte d'accusation », le célèbre poème des *Contemplations* (I, 7), Victor Hugo proclame le refus de la convention poétique, des formules vides en poésie, de la hiérarchie des styles, et des clichés de style noble :

« Je massacrai l’albâtre, et la neige, et l’ivoire,
Je retirai le jais de la prunelle noire,
Et j’osai dire au bras : Sois blanc tout simplement. »

Le renversement de perspective, d’autre part, se marque dans l’évolution sémantique et lexicale. C’est au XIX^e siècle que toute une série d’expressions comme « lieux communs » ou « idées reçues » deviennent franchement péjoratives. En même temps, des termes techniques empruntés aux arts graphiques ou à l’imprimerie acquièrent un sens figuré, qui désigne péjorativement l’usure de l’expression verbale : ce sont le *poncif*, le *cliché*, et au XX^e siècle, le *stéréotype*.

À l’aube du XIX^e siècle, l’imprimerie invente en effet un nouveau procédé de reproduction en masse d’un modèle fixe : c’est le procédé du clichage ou de la stéréotypie, qui remplace la composition par caractères mobiles. Plus tard, « cliché » s’emploie dans le domaine de la photographie (1865), où il désigne le négatif à partir duquel on peut tirer un nombre indéfini d’exemplaires. Par une autre extension analogique, il dénomme ensuite « familièrement », selon P. Larousse (1869), une « phrase toute faite que l’on répète dans les livres ou dans la conversation », ou bien « une pensée devenue banale ». Le mot « cliché » est employé en ce sens dès 1860 : on le trouve, par exemple, dans le roman des Goncourt, *Charles Demailly* (« Il terminait par la phrase usuelle, sorte de cliché qui fait partie du fonds de tous les critiques »).

Cliché ne devient un mot courant que dans le dernier tiers du XIX^e siècle, mais la conscience d’une usure des mots traverse le siècle, en tout cas celui des écrivains. De Stendhal à Flaubert, la question de la singularité du dire, en vers comme en prose, accompagne la conscience d’être écrivain face à la trivialité du commun, à la bêtise du nombre, à la force envahissante de l’opinion.

L’émergence du mot « cliché » marque cependant une étape dans l’histoire des formes littéraires et la pensée du style. À partir des années 1870, la mode est aux recueils populaires (recueils de proverbes et dictionnaires d’argot) et aux anthologies de clichés ou lieux communs de la conversation, dont le plus connu est *Le Dictionnaire des idées reçues* de

Flaubert (Herschberg Pierrot, 1988). Celui-ci prend à revers aussi bien les dictionnaires d'épithètes que leurs parodies, en démontant, parmi d'autres idées reçues, les associations verbales rendues automatiques : « IVOIRE Ne s'emploie qu'en parlant des dents ! », et les qualificatifs obligés : « ÉPUISEMENT Toujours prématûré. » À la fin du siècle, le terme « cliché » devient l'objet d'une réflexion critique. R. de Gourmont (1899), plus précisément que Larousse, distingue le cliché du lieu commun. Le cliché « représente la matérialité de la phrase ; le lieu commun plutôt la banalité de l'idée » (Gourmont, 1899, p. 288), et celui-ci s'exprime par des formes diverses. Le cliché, lui, est rapporté à sa métaphore d'origine :

« Par allusion à une opération de fonderie élémentaire usitée dans les imprimeries, on a donné à ces phrases, à ces blocs infrangibles et utilisables à l'infini le nom de clichés. Certains pensent avec des phrases toutes faites et en usent exactement comme un écrivain original use des mots tout faits du dictionnaire » (Gourmont, 1899, p. 284).

Le cliché n'est pas défini seulement comme une formule banale, mais comme une expression figée, répétable sous la même forme.

D'où viennent les clichés pour R. de Gourmont ? De la mauvaise littérature (« On ne s'occupe pas assez des mauvais écrivains ; je veux dire qu'on devrait les châtier d'une main plus ferme », Gourmont, 1899, p. 300), de la littérature de feuilleton, qui donne l'impression d'un « cerveau anonyme », et des imitateurs des grands écrivains, qui clichent leurs procédés. Le langage de la presse et de la tribune est également visé, en particulier les « locutions du parlementarisme » : les spectres et les hydres (« le spectre clérical – le spectre de 93 – le spectre du Moyen Âge – le spectre du passé – le spectre du despotisme – l'hydre des révolutions – l'hydre de l'anarchie »), « le flot montant de la démocratie », « l'invasion de la démocratie » et « la nécessité de se retremper dans le sein du suffrage universel ». Larousse donnait aussi pour origine au cliché une exclamation de typographe devant les formules de la presse et tous ses exemples du mot *cliché* viennent du *Figaro* : « Entre journalistes, on peut se faire la guerre, mais on doit se passer les CLICHÉS (*Le Figaro*). Nous allons entendre les discours CLICHÉS sur l'équilibre du budget. Tel est le discours CLICHÉ que le vénérable baron a en réserve pour toutes les circonstances (*Le Figaro*). » Le

cliché a partie liée avec la production de masse (la littérature industrielle du feuilleton) et la question du nombre – nombre des lecteurs, nombre des électeurs. La cible n'est plus seulement représentée par un style littéraire convenu. Le modèle visé est celui du journal (avec ses feuillets) et de l'éloquence politique. En cette fin du XIX^e siècle, la dépréciation du cliché rejoint un malaise de lettré face aux bouleversements des anciennes frontières entre « illettrés et savants, masses et artistes » (Delesalle, 1985, p. 574). Critiquer la parole commune et publique revient à affirmer la spécificité de la littérature comme valeur esthétique. C'est l'attitude de nombreux écrivains du siècle, en particulier celle de Flaubert, qui partageait avec Baudelaire sa haine de la photographie, art industriel.

Dans les années 1890, cependant, le cliché n'est pas seulement l'affaire des stylisticiens, mais aussi des sociologues, qui le jugent différemment. Il trouve une place valorisée dans la psychologie sociale de Gabriel Tarde, auteur des *Lois de l'imitation* (1890). Le cliché y figure comme métaphore photographique et typographique de l'imitation sociale. Les clichés verbaux ne sont évoqués que brièvement, mais ils ont un rôle actif de cohésion sociale, le langage apparaissant comme « le grand véhicule de toutes les imitations ». L'imitation est ainsi présentée comme « une action à distance d'un esprit sur l'autre », « une action qui consiste dans une reproduction quasi photographique d'un cliché cérébral par la plaque sensible d'un autre cerveau » (Tarde, 1979, VIII). Tarde évoque aussi les progrès de la mode qui « sont en train de faire de l'Europe l'édition d'un même type d'homme tiré à plusieurs centaines de millions d'exemplaires » (Tarde, 1979, p. 17). On arrive à la notion de stéréotype, objet d'étude des sciences sociales au XX^e siècle (voir ci-dessous, p. 33-36, et chapitre 2).

2. Poncifs

Avant le cliché, il a existé, bien sûr, d'autres expressions pour dénommer la banalité des mots et des contenus et leur caractère convenu. Parmi celles-ci, le « poncif », dont l'origine est aussi métaphorique. C'est un terme

ancien, venu des arts graphiques, qui désigne au XVI^e siècle le « papier dans lequel un dessin est piqué ou découpé, de façon qu'on puisse le reproduire en le plaçant sur une toile ou une autre feuille de papier, et en ponçant par-dessus avec une poudre colorante » (*Larousse du XIX^e siècle*). Au XIX^e siècle, le poncif est un « dessin fait de routine, selon un type et des procédés conventionnels » (1828, *Dictionnaire historique de la langue française*, Le Robert). Employé ensuite comme adjectif (années 1830) puis comme nom (avant 1850), le mot désigne un « travail banal, sans originalité, reproduisant des formes convenues » (*Larousse du XIX^e siècle*).

Poncif (nom ou adjectif) qualifie en littérature une thématique, un personnage, ou un style convenu : Larousse considère ainsi comme poncifs la composition et le style des tragédies du XVIII^e et du début du XIX^e siècle. Mais le poncif – et c'est sa particularité – s'étend aussi au domaine artistique : celui des beaux-arts, et de l'expression dramatique et musicale. Baudelaire écrit dans le *Salon* de 1846 : « Quand un chanteur met la main sur son cœur, cela veut dire d'ordinaire : je l'aimerai toujours ! – Serre-t-il ses poings en regardant le souffleur ou les planches, cela signifie : il mourra, le traître ! – Voilà le *poncif* » (« Du chic et du poncif », *Curiosités esthétiques*). « Tout ce qui est conventionnel et traditionnel relève du *chic* et du *poncif* », dit-il encore. C'est aussi le point de vue de Larousse, en 1874 :

« On a donné par extension en littérature, comme en peinture et en sculpture, le nom de *poncif* aux compositions qui manquent d'originalité et qui semblent faites sur un patron commun. *Le poncif* a régné longtemps en peinture, sous le nom plus noble de tradition ; loin d'être réputé ce qu'il est réellement, une marque d'impuissance, il était regardé comme une preuve de goût, de respect des modèles, de docilité à l'enseignement des maîtres » (*Larousse du XIX^e siècle*).

Ce sera l'un des canons esthétiques de la *Recherche* de Marcel Proust, l'invention artistique s'opposant aux poncifs confortables de la tradition :

« D'ailleurs toute nouveauté ayant pour condition l'élimination préalable du poncif auquel nous étions habitués et qui nous semblait la réalité même, toute conversation neuve, aussi bien que toute peinture, toute musique originales, paraîtra toujours alambiquée et fatigante » (*Du côté de chez Swann*).

Mais Baudelaire écrit aussi dans *Fusées* : « Créer un poncif, c'est le génie. »

Au xx^e siècle, cependant, le poncif comme thème littéraire ou artistique rebattu ne fait plus guère partie du langage critique.

3. Lieux communs

Par contraste avec le cliché et le poncif, le lieu commun est une notion fort ancienne, qui n'est pas péjorative à l'origine. Comment est-on passé du sens antique des lieux communs à celui de banalité ?

Les lieux communs, ou *topoi koinoi* (sing. : *topos*) remontent à l'Antiquité grecque, à la dialectique et à la rhétorique aristotéliciennes. Chez Aristote, les lieux communs sont des catégories formelles d'arguments ayant une portée générale, comme le possible et l'impossible, le plus et le moins, les contraires (« Si le bon est agréable, ce qui n'est pas agréable n'est pas bon ; mais si cette dernière proposition n'est pas vraie, l'autre ne l'est pas non plus », *Topiques*, II), l'universel et le particulier (voir chapitre 4 p. 117). Ils rassemblent les traits argumentatifs communs aux trois genres de la rhétorique et s'opposent en cela aux lieux spécifiques, particuliers à un domaine ou à un genre oratoire, comme les sujets de louange pour le genre épидictique, genre de l'éloge ou du blâme (Kibédi Varga, 1970, p. 52). Conçus au départ comme des formes générales du raisonnement, de portée universelle, les lieux communs ont été pourvus d'un contenu, dès l'Antiquité.

« À partir de Cicéron, l'analyse topique est pervertie par un contresens majeur sur son objet, sa finalité et son intérêt pratique. La théorie des lieux communs se ramène très tôt à de vaines taxinomies de thèmes à aborder dans le discours » (Angenot, 1982, p. 160).

Intégrés à l'*inventio* (ou recherche des idées), la première partie du travail de l'orateur, les *topoi* ne sont plus seulement une méthode de raisonnement, ils deviennent une réserve d'arguments types, de procédés d'amplification et de développements tout faits.

Au Moyen Âge, « la topique se mue en typique, en réservoir de types. Ses formes vides, *topoi koinoi*, se saturent de sens, se figent et se convertissent en stéréotypes » (Compagnon, 1979, p. 29). Ernst Robert Curtius a étudié certains thèmes de la littérature médiévale qui constituent des *topoi*, en un sens un peu particulier du mot, comme le monde renversé, l'enfant et le vieillard, ou le célèbre thème descriptif du paysage idéal (*locus amoenus*).

Pour la période de la Renaissance, Francis Goyet reconnaît trois sens de « lieux communs ». Le sens I, venu de l'Antiquité, est celui d'amplification. Les lieux communs sont alors pour certains l'équivalent des sentences (ou des pensées générales), en lesquelles ils s'incarnent (tel Érasme : « J'appelle ici lieux communs les sentences répétées fréquemment », dans Goyet, 1996, p. 587). Dans cette perspective, la généralité s'allie à une conception non péjorative de la *doxa* : le lieu commun est perçu comme une « valeur sûre et reconnue » (Goyet, 1997, p. 62) – et cette valeur perdure au xvii^e siècle, par exemple chez Racine –(*ibid.*) Le sens II, propre à la Renaissance, est celui de « têtes de rubriques », voire de « titres de chapitre », les lieux communs pouvant aussi désigner les recueils eux-mêmes, « des catalogues organisés par rubriques ». Enfin, le sens III est celui de « siège des arguments ». Mais F. Goyet souligne la tendance du xvi^e siècle à rapprocher les sens II et III, à faire dériver les lieux vers le classement plutôt que l'argumentation.

« Dans les deux cas, ce qui intéresse le xvi^e siècle est la possibilité de classer, de constituer un répertoire où l'on pourra, grâce au classement et selon l'étymologie même du mot répertoire (*reperire*), retrouver ses arguments » (Goyet, 1996, p. 66).

Cette réinterprétation des lieux communs par les théories de la Renaissance, leur identification avec les sentences, ne sont sans doute pas sans rapport avec leur réification.

Le recours aux lieux communs dans le discours de l'orateur est de fait sujet aux critiques. *La Logique de Port-Royal* (1662) réfute la méthode de la topique au nom de la spécificité du sujet et de la vérité :

« Il est vrai que tous les arguments qu'on fait sur chaque sujet se peuvent rapporter à ces chefs & à ces termes généraux qu'on appelle lieux ; mais ce n'est point par cette méthode qu'on les trouve. La nature, la considération attentive du sujet, la connaissance de diverses vérités les fait produire. »

On voit très bien comment, à peu près à la même époque, les « lieux communs » peuvent prendre le sens d'idées rebattues : le passage se fait insensiblement de l'idée de développement préfabriqué et de généralité à celle de banalité. Dans *Le Misanthrope* de Molière (1666), cette acception apparaît clairement. Les lieux communs sont les renforts d'une conversation languissante, dont se plaint Célimène :

« En vain, pour attaquer son stupide silence,
De tous les lieux communs vous prenez l'assistance ;
Le beau temps et la pluie, et le froid et le chaud,
Sont des fonds qu'avec elle on épouse bientôt. »

(Acte II, sc. 4, v. 609-612.)

L'article « Lieu » de Littré (1877) témoigne tout à la fois de l'évolution sémantique, et de la coexistence des différentes acceptations. Littré donne plusieurs définitions des « Lieux communs, lieux oratoires, ou simplement lieux » : « sorte de points principaux auxquels les anciens rhéteurs rapportaient toutes les preuves dont ils faisaient usage dans le discours. [...] Par extension, lieux communs, se dit de traits généraux qui s'appliquent à tout. » Enfin, « lieux communs se dit aussi d'idées usées, rebattues ». Mais les significations sont souvent mêlées. Littré illustre l'idée de généralité (les « traits généraux ») par des citations de la *Satire X*, de Boileau (1694) : « Et tous ces lieux communs de morale lubrique/Que Lulli réchauffa des sons de sa musique » et des *Commentaires sur Corneille*, de Voltaire (1764) : « On trouve souvent de ces maximes vagues et de ces lieux communs, où le poète se met à la place du personnage », où l'expression « lieux communs » est employée de manière dépréciative. De même, les exemples à l'appui du sens d'« idées usées » laissent apparaître la valeur argumentative des lieux communs. C'est le cas des citations prises dans *De la cour, 5^e discours*, de Guez de Balzac (1658) : « Ils étaient de grands lieux communs sur les louanges de la paix et du repos »,

et dans *L'Ingénu* de Voltaire (1767) : « Gordon se garda bien de lui étaler ces lieux communs fastidieux par lesquels on essaye de prouver qu'il n'est pas permis d'user de sa liberté pour cesser d'être. »

La valeur péjorative des lieux communs devient prédominante au XVIII^e siècle. Au XIX^e siècle, leur critique répond au refus des modèles communs de parole et de pensée. Le trivial n'est plus le carrefour d'une communauté mais le point de séparation de l'individu et de la route commune : il désigne cet espace de division, de distinction de l'individu et du social. Les lieux communs sont liés à la conversation, qui devient le champ d'exercice par excellence de l'opinable. Le roman s'en fait l'écho, de Stendhal à Balzac et à Flaubert. Lieux communs de la province stendhalienne dans *Lucien Leuwen* : « Il se crut affranchi de tous les lieux communs qui l'ennuyaient à dire, qu'il disait mal, et qui, à Nancy, font encore l'élément essentiel de la conversation entre gens qui se voient pour la huit ou dixième fois », ou de l'homme habile dans *César Birotteau* :

« Pendant le temps que durèrent ses fonctions, il sut se composer un langage farci de lieux communs, semé d'axiomes et de calculs traduits en phrases arrondies qui doucement débitées sonnaient aux oreilles des gens superficiels comme de l'éloquence. Il plut ainsi à cette majorité naturellement médiocre, à perpétuité condamnée aux travaux, aux vues du terre à terre »

jusqu'aux deux bonshommes de *Bouvard et Pécuchet*, dissertant au coin du feu sur les femmes :

« – Étrange besoin, est-ce un besoin ? – Elles poussent au crime, à l'héroïsme, et à l'abrutissement ! L'enfer sous un jupon, le paradis dans un baiser – ramage de tourterelle, ondulations de serpent, griffe de chat ; – perfidie de la mer, variété de la lune – ils dirent tous les lieux communs qu'elles ont fait répandre. »

À cette époque, les lieux communs ont une extension sémantique large, unifiée par leur commune dépréciation, liée à leur caractère répétitif, leur rigidité et leur trop grande généralité. Ils peuvent désigner aussi bien un thème argumentatif à amplifier qu'un développement rebattu, une idée ou phrase simplement banale, une sentence, voire une formule figée. Ils servent souvent de nom aux clichés ou phrases toutes faites recueillis dans les anthologies satiriques comme le *Dictionnaire des lieux communs de la*

conversation, du style épistolaire, du théâtre, du livre, du journal, de la tribune, du barreau, de l'oraison funèbre, etc., etc., de Lucien Rigaud (Ollendorff, 1881). Mais il est remarquable de voir que la valeur argumentative des lieux communs reste souvent présente même hors de toute référence à un contexte rhétorique, et que l'expression, péjorative, possède une plasticité sémantique, d'un contexte à l'autre (passant du sens d'idée générale à celui de sentence, phrase toute faite ou cliché).

Le *Dictionnaire des lieux communs* de Léon Bloy (1^{re} série, 1902, 2^e série, 1913), commencé à la fin du XIX^e siècle, est une œuvre violemment polémique :

« De quoi s'agit-il, en effet, sinon d'arracher la langue aux imbéciles, aux redoutables et définitifs idiots de ce siècle, comme saint Jérôme réduisit au silence les Pélagiens ou Lucifériens de son temps ?

Obtenir enfin le mutisme du Bourgeois, quel rêve ! [...]

Le vrai Bourgeois, c'est-à-dire, dans un sens moderne et aussi général que possible, l'homme qui ne fait aucun usage de la faculté de penser et qui vit ou paraît vivre sans avoir été sollicité, un seul jour, par le besoin de comprendre quoi que ce soit, l'authentique et indiscutable Bourgeois est nécessairement borné dans son langage à un très petit nombre de formules. »

L'ouvrage recueille ainsi sous le nom de lieux communs, pour leur commune expression de la pensée bourgeoise, des sentences et des proverbes (« Il ne faut pas jouer avec le feu », « Le temps, c'est de l'argent », « Tous les goûts sont dans la nature »), qui font l'objet de commentaires, mais aussi des thèmes d'opinion (« la Science », « l'Inquisition », « la Saint-Barthélemy »...) qui permettent à Bloy de vitupérer contre le siècle et de formuler des paradoxes au nom de sa vérité.

À la même époque, Remy de Gourmont pose l'idée que les vérités ne sont autres que des lieux communs :

« Le lieu commun est plus et moins qu'une banalité : c'est une banalité, mais parfois inéluctable ; c'est une banalité, mais si universellement acceptée qu'elle prend alors le nom de vérité. La plupart des vérités qui courrent le monde (les vérités sont très courues) peuvent être regardées comme des lieux communs, c'est-à-dire des associations d'idées communes à un grand nombre d'hommes que presque aucun de ces hommes n'oserait briser de propos délibéré » (1900, p. 84-85).

De l'usage antique des lieux communs à celui de la modernité, au début du xx^e siècle, c'est le rapport à la tradition, à la vérité et à l'opinion qui s'est transformé. Dotés d'un contenu, et plus ou moins détachés de leur rôle argumentatif, les lieux communs sont devenus l'objet du soupçon, précisément parce qu'ils font l'accord du plus grand nombre : ils désignent non plus les sources communes du raisonnement, mais les idées devenues trop communes, et rejetées comme telles.

Au cours du xx^e siècle, le jugement s'inverse. Les lieux communs retrouvent une valeur pour les sociologues, intéressés par l'opinion des majorités, et pour les linguistes qui travaillent sur les formes de l'argumentation (voir chapitre 2 et chapitre 4, p. 113-123).

4. Idées reçues

L'expression « idées reçues » n'apparaît dans les dictionnaires qu'à l'époque contemporaine, dans l'acception péjorative ou « préjugés », « idées toutes faites », et ce en référence au *Dictionnaire des idées reçues* de Flaubert. Précédemment, l'adjectif « reçu » (pour un usage, ou une opinion) était donné comme l'équivalent d'*admis*, *consacré*, sans marque de péjoration. Flaubert a-t-il changé le sens des idées reçues ? Le syntagme, qui n'est pas signalé dans les dictionnaires avant le xx^e siècle, existe bien auparavant. Mais c'est l'œuvre de Flaubert, en effet, qui lui donne sa portée critique et sa force d'absolu.

On parle d'« idées reçues » depuis le XVIII^e siècle. L'expression n'est cependant pas encore figée. Elle oscille entre la valeur neutre d'« idées consacrées », « idées acceptées », et celle de « préjugés », dans un contexte antireligieux. Un des premiers à l'employer est Voltaire, dans les *Lettres philosophiques* (1715) : « Il est certain que la Sainte Écriture, en matière de physique, s'est toujours proportionnée aux idées reçues ; ainsi, elle suppose que la terre est immobile, que le soleil marche, etc. » Les idées reçues sont ici l'équivalent des préjugés au sens d'idées adoptées sans examen : il y va de la

relation à l'ordre établi, de la croyance aux opinions consacrées, qui peut devenir crédulité.

D'autres domaines que la science et la religion sont concernés, comme celui des convenances, de la morale sociale dans les *Maximes et pensées* de Chamfort (1795) :

« Il semble que, d'après les idées reçues dans le monde et la décence sociale, il faut qu'un prêtre, un curé croie un peu pour n'être pas hypocrite, ne soit pas sûr de son fait pour n'être pas intolérant » (maxime 22).

Le sens péjoratif d'« idées reçues » n'est pas en rupture avec le sens neutre d'idées « acceptées », « en usage », présent dans maints contextes. Au XVIII^e siècle, le syntagme n'est pas figé ni stabilisé. Le sens passif du participe passé est perceptible. Il y va de la question du jugement individuelle et de la raison, face à l'opinion des majorités. Les idées reçues sont volontiers associées aux préjugés du « vulgaire », de la foule. Comme les lieux communs, elles mettent en jeu une relation à la tradition, et leur refus traduit un même mouvement de rejet de l'autorité, vif dès qu'il s'agit du domaine religieux, en particulier chez d'Holbach :

« En matière de religion il est très peu de gens qui ne partagent, plus ou moins, les opinions du vulgaire. Tout homme qui s'écarte des idées reçues, est généralement regardé comme un frénétique, un présomptueux qui se croit insolemment plus sage que les autres » (*Système de la nature*, 2^e partie, ch. 11).

On voit s'esquisser un renversement d'attitude à l'égard de la notion aristotélicienne d'*endoxa*, ces opinions « qui reposent sur un consensus général ou du moins représentatif » (Von Moos, 1993, p. 7. Voir aussi Compagnon, 1979, p. 131 et suiv.). Les *endoxa* sont les croyances admises, le probable, sur quoi l'on peut fonder un raisonnement, en dehors des vérités de la science : « Sont *probables* les opinions qui sont reçues par tous les hommes, ou par la plupart d'entre eux, ou par les sages, et, parmi ces derniers, soit par tous, soit par la plupart, soit enfin par les plus notables et les plus illustres » (Aristote, *Topiques*, I). (Voir aussi chapitre 4, p. 117.)

À la fin du XVIII^e siècle, le petit cercle d'esprits éclairés s'oppose à l'opinion du nombre, aux croyances établies, même s'il est des préjugés

admis pour raisons sociales : Voltaire fait ainsi la part des préjugés nécessaires à la conservation sociale¹. Les idées reçues, cependant, à la différence des lieux communs, ne mettent pas en jeu la notion de banalité, mais une relation à l'autorité politique et sociale qui les conforte. Les idées reçues ne sont pas seulement des idées usées qu'on réemploie. On les suit, on s'y conforme, ou, au contraire, on les contredit. De ce point de vue, il est possible de mettre en contraste les positions de d'Holbach, puis celles de Mme de Staël, qui dénoncent le rôle du pouvoir politique dans le soutien des idées reçues, avec l'attitude d'un penseur de la réaction comme Joseph de Maistre, qui défend le bien-fondé des idées reçues. On confrontera ainsi le propos de Mme de Staël (*De l'Allemagne*, 1810) : « Car on se soumet à de certaines idées reçues, non comme à des vérités, mais comme au pouvoir ; et c'est ainsi que la raison humaine s'habitue à la servitude dans le champ même de la littérature et de la philosophie », et ce fragment du 6^e entretien des *Soirées de Saint-Pétersbourg* de J. de Maistre (1821) : « Voilà l'esprit qui animait Locke. Ennemi de toute autorité morale, il en voulait aux idées reçues, qui sont une grande autorité... » (Herschberg Pierrot, 1994).

Sauf exception, on peut dire qu'après 1820, « idées reçues » devient uniformément péjoratif chez les écrivains. Le refus des idées reçues se laïcise. Il marque la protestation de l'individu face aux conformismes sociaux, aux idées communes : « Aimer, écrit Balzac à Mme de Berny en 1822, c'est [...] être en contradiction perpétuelle avec toutes les idées reçues, et trouver un ciel affreux lorsque tout le monde le trouve sans nuages, se plaître dans une tempête quand chacun tremble. » *Le Rouge et le Noir* (1830) oppose ainsi les sentiments de Mathilde de la Mole à la norme sociale : « La marquise ne daigna pas même lui répondre, et lui conseilla d'aller se remettre au lit. Ce fut le dernier effort de la sagesse vulgaire et de la déférence aux idées reçues. »

Les idées reçues ne sont pas l'apanage des bourgeois, mais l'expression, dans son usage dénigrant, est plutôt un terme d'« artiste ». Il inclut, bien sûr, avec les idées, une critique du langage et des clichés, comme les formes

exacerbées d'un langage d'emprunt, incapable d'exprimer la subjectivité individuelle. Il semble bien que le syntagme « idées reçues » corresponde alors à une notion qui se stabilise, sur laquelle se fait un accord : ce sont les préjugés courants, liés aux convenances, à la morale sociale.

La formule se fige dans la première moitié du XIX^e siècle, mais ses composantes (en particulier la valeur passive du participe passé) restent perceptibles, comme dans ce jugement peu amène du *Journal* des Goncourt sur Flaubert, en date du 23 mai 1873 :

« Par Dieu ! cette ressemblance bourgeoise de sa cervelle avec la cervelle de tout le monde – ce dont il enrage, je suis sûr, au fond –, cette ressemblance, il la dissimule par des paradoxes truculents, des axiomes dépopulateurs, des beuglements révolutionnaires, un contre-pied brutal, mal élevé même, de toutes les idées reçues et acceptées. »

C'est effectivement Flaubert qui donne à l'expression « idées reçues » sa force critique, après 1850. Il souligne le rapport des idées reçues avec l'autorité et les modèles normatifs, avec l'injonction sociale. Définissant son projet de *Dictionnaire des idées reçues*, il précise : « On y trouverait donc, par ordre alphabétique, sur tous les sujets possibles, *tout ce qu'il faut dire en société pour être un homme convenable et aimable* » (À L. Colet, 17 décembre 1852). Ailleurs, il formule ces éléments d'une poétique personnelle : « On est toujours ridicule quand les rieurs sont contre vous. [...] Les rieurs sont toujours du côté des forts, de la mode, des idées reçues, etc. Pour vivre en paix, il ne faut se mettre ni du côté de ceux dont on rit ni du côté de ceux qui rient » (À L. Colet, 15 janvier 1854). Les idées reçues sont les idées dominantes, et Flaubert ne cesse d'insister sur leur caractère d'autorité : « Saint-Pierre de Rome, œuvre glaciale et déclamatoire, mais *qu'il faut admirer*. C'est dans l'ordre ; c'est une idée reçue » (À L. Colet, 24 avril 1852). Si les « idées reçues » n'ont pas de contenu véritablement déterminé, elles ont pour trait commun la convention sociale érigée en norme impérieuse, qui règle la vie bourgeoise :

« On m'a trouvé à Paris “frais comme une jeune fille”, et les gens qui ignorent ma biographie ont attribué cette apparence de santé à l'air de la campagne. Voilà ce que c'est que les “idées reçues”. Chacun a son hygiène. [...] Un homme qui n'a pas le sens

commun ne doit pas vivre d'après les règles du sens commun » (À G. Sand, 1^{er} janvier 1869).

Qu'est-ce qui définit les idées reçues ? Leur relation à l'opinion ainsi que leur mode d'assertion. Elles inscrivent des jugements, des croyances, des manières de faire et de dire, dans une formulation qui se présente comme un constat d'évidence et une affirmation catégorique : « MONTRE Une montre n'est bonne que si elle vient de Genève », « OUVRIER Toujours honnête quand il ne fait pas d'émeutes ». Elles forment les évidences de base d'une société qui décrit sa norme de conduite et de croyances comme un fait universel. Le dictionnaire de Flaubert comprend, comme on l'a vu, des idées reçues et des clichés. Les idées reçues portent aussi bien sur le langage que sur les comportements : « NAVIGATEUR Toujours "hardi" », « SALUTATIONS Toujours "empressées" ». Elles sont le prêt-à-dire, prêt-à-penser, prêt-à-faire, prescrits par le discours social.

La critique des idées reçues participe d'un refus généralisé de la tradition, de la norme collective, du discours du « on ». Elle met en cause les mécanismes d'acceptation de l'autorité. Elle est un appel au jugement individuel. Mais bien que dans la lignée des libres-penseurs du XVIII^e siècle, la problématique fondée par Flaubert ne participe plus du bel optimisme des Lumières. Le langage et les formes de l'évidence sont devenus objets de soupçon. En proposant un dictionnaire des idées reçues, Flaubert a choisi de montrer le processus d'autorité des idées reçues dans une forme ouverte, qui mime leur interminable litanie. Il a lancé aussi une mode : on ne compte plus les recueils et dictionnaires d'idées reçues au XX^e siècle, y compris les pastiches de Flaubert. Mais, la plupart du temps, l'ironie tombe à plat, parce que la dérision est uniforme : l'imbécile, c'est toujours l'autre. L'article « Imbéciles » du *Dictionnaire des idées reçues* dit en revanche, avec plus de subtilité : « IMBÉCILES Tous ceux qui ne pensent pas comme vous », ce qui fait du lecteur et de l'auteur ensemble la cible de l'ironie. Ainsi, ce que nous a laissé Flaubert avec les idées reçues, c'est l'idée d'un refus radical, mais c'est aussi – et la leçon n'est pas toujours passée – leur caractère inévitable : on n'échappe jamais complètement aux idées reçues, aux préjugés, non plus

qu'au stéréotype. C'est ouvrir une problématique de l'impensé, à l'égard d'un sujet qui n'est plus le *cogito* clair à soi-même, mais un sujet situé dans la société et dans l'histoire.

5. Stéréotypes

Le « stéréotype » partage avec le cliché son origine typographique. Larousse (1875) définit le substantif (« ouvrage stéréotype ») par référence à l'adjectif : « Imprimé avec des planches dont les caractères ne sont pas mobiles, et que l'on conserve pour de nouveaux tirages. » Au xix^e siècle, le substantif reste lié à la référence étymologique. La « stéréotypie » désigne, de même, l'art de stéréotyper ou l'atelier où l'on stéréotype, mais il est employé aussi de façon métaphorique par F. Davin dans l'*Introduction aux études de mœurs du xix^e siècle de Balzac* (1835), à propos des écrivains qui, « en haine des formules, des généralités et de la froide stéréotypie de l'ancienne école [...] ne s'attachaient qu'à certains détails d'individualité, à des spécialités de forme, à des originalités d'épiderme ». C'est le participe passé du verbe « stéréotyper » qui acquiert surtout un sens figuré. Du sens de « imprimé par les procédés de la stéréotypie », on arrive à l'idée de fixité : « – *Fig.* Qui ne se modifie point, qui reste toujours de même ». On rencontre ainsi chez Dumas (*Le Comte de Monte-Cristo*, 1846) la formule : « sourire stéréotypé », qui devient elle-même un cliché du roman-feuilleton. L'expression « phrase stéréotypée », péjorative, citée par Larousse : « *On ne peut se figurer l'influence des phrases STÉRÉOTYPÉES : elles font notre malheur depuis soixante ans.* (Privat-d'Anglemont) », se retrouve chez Renan (dans *L'Avenir de la science*, écrit en 1848 et publié en 1890 : « Que me font des phrases stéréotypées qui n'ont pas de sens pour moi ») et chez les Goncourt (« les sentiments serinés et les phrases stéréotypées », *Charles Demailly*, 1860). Balzac, dans *Le Père Goriot* (1834), avait écrit à propos d'une conversation entre Rastignac et Mme de Nucingen : « Ces sottises stéréotypées à l'usage des débutants paraissent toujours charmantes aux femmes, et ne sont pauvres que lues à froid. Le geste, l'accent, le regard

d'un jeune homme, leur donnent d'incalculables valeurs. » Parallèlement à l'emploi métaphorique, le sens typographique du verbe reste bien vivant au XIX^e siècle, alors qu'il n'est plus guère présent aujourd'hui (on parle alors de « volume stéréotypé » ou d'« éditions stéréotypées »).

Le stéréotype au sens de schème ou de formule figée n'apparaît qu'au XX^e siècle et il devient dès les années 1920 un centre d'intérêt pour les sciences sociales. C'est le publiciste américain Walter Lippmann qui a le premier introduit la notion de stéréotype dans son ouvrage *Opinion publique* en 1922. Il désigne par ce terme emprunté au langage courant les images dans notre tête qui médiatisent notre rapport au réel. Il s'agit des représentations toutes faites, des schèmes culturels préexistants, à l'aide desquels chacun filtre la réalité ambiante. Selon Lippmann, ces images sont indispensables à la vie en société. Sans elles, l'individu resterait plongé dans le flux et le reflux de la sensation pure ; il lui serait impossible de comprendre le réel, de le catégoriser ou d'agir sur lui. Comment en effet examiner chaque être, chaque objet dans sa spécificité propre et en détail, sans le ramener à un type ou une généralité ? Semblable démarche serait, dit Lippmann, épuisante et, dans le cours occupé de l'existence, pratiquement hors de question. N'ayant ni le temps ni la possibilité de se connaître intimement, chacun note à propos de l'autre un trait qui caractérise un type bien connu et remplit le reste au moyen des stéréotypes qu'il a en tête : l'ouvrier, le propriétaire, l'institutrice, le Noir. C'est ainsi que l'employé gère ses rapports avec son employeur ou que l'électeur vote pour un candidat qu'il ne peut connaître de près. Ces images dans notre tête relèvent de la fiction non parce qu'elles sont mensongères, mais parce qu'elles expriment un imaginaire social.

Cette réflexion pionnière a rapidement donné lieu à une floraison de travaux qui se sont exercés à cerner de plus près une notion floue. Ils sont principalement le fait de la psychologie sociale (voir chapitre 2). En un premier temps, et contrairement aux suggestions de Lippmann, les psychologues sociaux américains ont insisté sur le caractère réducteur et nocif des stéréotypes. Ils les ont placés sous le signe de la péjoration,

demeurant ainsi fidèles à l'acception commune du terme. Dans la mesure où le stéréotype relève d'un processus de catégorisation et de généralisation, il simplifie et élague le réel ; il peut ainsi favoriser une vision schématique et déformée de l'autre qui entraîne des préjugés. C'est dans ce sens que vont, en un premier temps, de nombreuses tentatives de définition :

« Croyances concernant des classes d'individus, des groupes ou des objets qui sont préconçues, c'est-à-dire qui ne relèvent pas d'une appréciation neuve de chaque phénomène mais d'habitudes de jugement et d'attentes routinières [...]. Un stéréotype est une croyance qui ne se donne pas comme une hypothèse confirmée par des preuves mais est plutôt considérée, entièrement ou partiellement à tort, comme un fait établi. (Jahoda, 1964, p. 694).

« Clichés, images préconçues et figées, sommaires et tranchées, des choses et des êtres que se fait l'individu sous l'influence de son milieu social (famille, entourage, études, profession, fréquentations, médias de masse, etc.) et qui déterminent à un plus ou moins grand degré nos manières de penser, de sentir et d'agir » (Morfaux, 1980, p. 34).

« Manières de penser par clichés, qui désigne les catégories descriptives simplifiées basées sur des croyances et des images réductrices par lesquelles nous qualifions d'autres personnes ou d'autres groupes sociaux, objets de préjugés » (Fischer, 1996, p. 133).

On notera en passant que le terme de cliché, qui apparaît dans certaines définitions comme synonyme de stéréotype, n'est pas retenu dans la pratique. Ce sont donc les insuffisances du stéréotype qui sont tout d'abord mises en évidence, comme en témoigne le relevé de John Harding dans l'*Encyclopédie internationale des sciences sociales* à la fin des années 1960 : le stéréotype est simple plutôt que complexe et différencié ; erroné plutôt que correct ; acquis de seconde main plutôt que par une expérience directe avec la réalité qu'il est censé représenter ; enfin, il résiste au changement (1968, p. 259). Harding ne manquait pas cependant, comme bien d'autres avant et après lui, de relativiser les reproches traditionnellement adressés au stéréotype. Depuis les années 1950, de nombreux psychologues sociaux américains ou inspirés des recherches américaines ont remis en cause les critères de dépréciation du stéréotype. Sans doute constitue-t-il un jugement non critique, un savoir de seconde main ; mais, font-ils remarquer, il en va de même d'une portion importante de nos connaissances et croyances – comme, par exemple, que la Terre

tourne, ou que Christophe Colomb a découvert l'Amérique. Le stéréotype est figé et rigide – mais la majorité des concepts et des croyances partagées ne font-ils pas preuve d'une grande stabilité qui les empêche d'être aisément modifiés ? Le stéréotype schématise et catégorise ; mais ces démarches sont indispensables à la cognition, même si elles entraînent une simplification et une généralisation parfois excessives. Nous avons besoin de rapporter ce que nous voyons à des modèles préexistants pour pouvoir comprendre le monde, faire des prévisions et régler nos conduites.

Objet des plus sévères dénonciations, le stéréotype devient ainsi l'objet d'une réhabilitation qui permet de souligner ses fonctions constructives. Des définitions alternatives ont été proposées afin de relativiser ou neutraliser les aspects dévalorisants du phénomène :

« Ensemble de croyances concernant les attributs personnels d'un groupe humain. En raison du désaccord sur la question de la rigidité ou de la justesse des stéréotypes, une définition générale de cet ordre offre un point de départ raisonnable à l'investigation » (Stroebe et Insko dans Bar-Tal, 1989, p. 5).

« Croyances partagées concernant les attributs personnels d'un groupe humain, généralement des traits de personnalité, mais souvent aussi des comportements » (Leyens, 1994, p. 11).

Cette réévaluation, qui rejoint en grande partie les positions énoncées par Walter Lippmann en 1922, ne s'est jamais définitivement substituée à la péjoration : curieusement, elle coexiste avec elle depuis plusieurs décades. C'est dans cette perspective qu'on peut parler de la bivalence constitutive de la notion de stéréotype dans la pensée contemporaine (Amossy, 1991).

Qu'elles le prennent dans un sens péjoratif ou neutre, les sciences sociales font ainsi du stéréotype un concept bien défini qui permet d'analyser le rapport de l'individu à l'autre et à soi, ou les relations entre les groupes et leurs membres individuels (voir chapitre 2). D'autres emplois savants se sont fait jour, en particulier dans les sciences du langage qui voient dans le stéréotype une représentation simplifiée associée à un mot (voir chapitre 4). Dans l'usage courant, cependant, le terme de stéréotype continue généralement à désigner une image collective figée, considérée sous l'angle de la péjoration : le vieux Juif avare, la jeune fille pure et

innocente, le savant distrait. Il est souvent assimilé au cliché lorsqu'on insiste sur sa banalité, son caractère d'automatisme réducteur. Un emploi vulgaire coexiste ainsi avec l'emploi savant qui dépasse quant à lui la question du manque d'originalité, pour poser dans toute son ampleur celle des médiations sociales et de la communication.

Notes

1. Voir Michel Delon, « Réhabilitation des préjugés et crise des Lumières », *Revue germanique internationale*, n° 3, 1995.

■ Chapitre 2

La notion de stéréotype dans les sciences sociales

C ’EST PRINCIPALEMENT la psychologie sociale, définie comme l’étude des relations et processus de la vie sociale (Fischer, 1996, p. 14) ou encore comme « la science de l’interaction et des relations dans toutes leurs acceptations » (Maisonneuve, 1996, p. 11), qui a théorisé la notion de stéréotype. Les « images dans notre tête », mises en évidence par l’ouvrage pionnier de Walter Lippmann (voir chapitre 1), ont fait, durant plusieurs décennies, l’objet de multiples enquêtes. Effectuées aux États-Unis et dans la psychologie sociale d’inspiration anglo-saxonne, celles-ci se distinguent dès les années 1930 par leur veine empirique. Les travaux menés sur la nature, les fonctions et les effets sociaux du stéréotype se sont en effet poursuivis grâce à un nombre considérable d’enquêtes sur le terrain et d’expérimentations. D’autres secteurs des sciences sociales, et en particulier la sociologie et l’ethnologie, font aussi usage de la notion de stéréotype. Ils l’utilisent cependant de façon moins massive et moins systématique ; il est significatif à cet égard que le terme soit souvent absent des dictionnaires de sociologie et des index de mots-clés. La centralité du stéréotype et l’importance des recherches menées à son sujet en psychologie sociale expliquent la place octroyée à cette discipline dans le présent chapitre. Ce qui n’empêchera pas des incursions dans d’autres secteurs où la notion de stéréotype s’avère féconde, et en particulier dans les études culturelles et interculturelles.

1. Premières enquêtes sur les contenus des stéréotypes : les méthodes de la psychologie sociale

Désireuse d'étudier les relations et interactions sociales, la psychologie sociale se propose d'analyser l'image que les membres d'un groupe se font d'eux-mêmes et des autres. C'est dans ce but qu'a été reprise et réadaptée la notion de stéréotype forgée par le journaliste Walter Lippmann, qui considérait que le réel était nécessairement filtré par des images, des représentations culturelles préexistantes (voir chapitre 1). En effet, l'image qu'on se fait des autres passe par celle des catégories auxquelles chacun d'eux se rattache. Un tel est allemand, tel autre breton ou beur ; on dira de quelqu'un qu'il est noir ou juif, on mentionnera qu'il est socialiste ou lepéniste, avocat ou plombier. À quoi s'ajoute, bien sûr, l'appartenance à un sexe ou une génération. Par ailleurs, l'image que l'individu se fait de lui-même est également médiatisée par son appartenance à un ou plusieurs groupes. Il se perçoit comme français ou maghrébin, comme ouvrier, cadre ou intellectuel, comme parisien ou provincial. Les représentations collectives figées, nécessairement sommaires, qui s'attachent à chaque catégorie ont donc un impact considérable sur l'identité sociale. Qui plus est, elles influent sur les relations que les groupes et leurs membres individuels entretiennent entre eux.

Le souci de détecter les images et les croyances qui stigmatisent un groupe et ses membres individuels explique l'intérêt porté dès le début du siècle aux **stéréotypes ethniques** et raciaux. Divers types d'enquêtes tentent ainsi de délimiter les stéréotypes ambiants : essentiellement implantée aux États-Unis, la recherche acquiert un caractère empirique marqué. Elle a d'abord recours aux photographies, puis aux questionnaires. Dans les années 1926-1927, S. A. Rice propose à un groupe de participants neuf photos tirées d'un journal, le *Boston Herald*, en leur demandant de rattacher les personnes représentées à l'une des catégories suivantes : un Premier

ministre européen, un sénateur américain, un bolchevique, un financier... Les résultats confirment l'hypothèse de départ : la reconnaissance s'opère bien en fonction du degré de compatibilité de la photo avec une image familiale. Ainsi le contrebandier d'alcool est facilement repéré à son costume et à son gros cigare, tandis que le bolchevique (en réalité l'ambassadeur d'URSS à Paris), distingué et élégant, n'est pas reconnu.

Cependant, le test de Rice manque de précision et ne permet pas de dégager les contenus du stéréotype. Comment savoir à quelle image toute faite du bolchevique (négligé, hirsute, porteur de bombe ?) ne correspond pas la photo sélectionnée ? Pour parvenir à déterminer avec exactitude les images qui circulent dans la société américaine de l'époque, D. Katz et K. Braly mettent au point en 1933 une méthode par questionnaires qui a fait date¹. Ils donnent à cent étudiants de l'université de Princeton une liste de quatre-vingt-quatre adjectifs sélectionnés au préalable, qu'ils leur demandent de rapporter à dix groupes différents : Allemands, Italiens, Irlandais, Anglais, Noirs, Juifs, Américains, Chinois, Japonais, Turcs. Les étudiants doivent ensuite souligner les cinq traits qu'ils considèrent comme prédominants pour chacun des groupes examinés. Katz et Braly décrivent sur cette base les contenus des différents stéréotypes ethniques : au nom du groupe s'attache la constellation de ses attributs supposés, le chiffre indiquant le pourcentage des réponses pour chaque attribut. *Noir* : superstitieux (84), paresseux (75), insouciant (38), ignorant (38), musical (26), tape-à-l'œil (24), très religieux (22), malpropre (17), naïf (14), négligé (13), peu fiable (12). *Allemand* : esprit scientifique (78), travailleur (65), flegmatique (44), intelligent (32), méthodique (31), extrêmement nationaliste (24), progressiste (16), efficace (16), jovial (15), musical (13), tenace (11), pratique (11). Cette méthode, fondée sur une liste d'attributs que les sujets rapportent à un thème, a l'avantage de la simplicité ; elle a largement contribué à modeler les études sur le stéréotype dans le champ des sciences sociales.

2. De la rigidité des stéréotypes

Les stéréotypes ainsi dégagés étant considérés comme rigides et résistants au changement, la méthode de Katz et Braly a été utilisée pour vérifier quels étaient les facteurs susceptibles de modifier les représentations collectives figées. On a ainsi essayé de mesurer empiriquement l'impact des conflits armés sur les stéréotypes de groupes nationaux. L'image des Japonais en 1933 a été confrontée à celles qui se dégagent des questionnaires dans les années 1940 lors du conflit armé entre le Japon et les États-Unis. Après l'attaque de Pearl Harbor, les Japonais, perçus au départ comme essentiellement intelligents (45) et travailleurs (43), sont décrits par les Américains comme rusés, traîtres, cruels et très nationalistes. Vingt ans après la guerre, cependant, le stéréotype du Japonais semble se réajuster sur le modèle des années 1930. Certaines variations du stéréotype peuvent aussi être causées par des bouleversements économiques. On en donne pour exemple l'image positive que les Californiens avaient des Chinois dans les années 1860, avant la guerre civile, et la façon dont cette image s'est dégradée lorsque la compétition pour les postes s'est fortement accrue.

Dans ce contexte, il est intéressant de mentionner que certains courants plus tardifs, comme la « psychologie discursive » d'Edwards et Potter (1992), proposent de ne pas traiter les catégorisations sociales comme des entités rigides : selon eux, elles sont construites discursivement dans différents contextes sociaux, en vue de certains objectifs, et émergent dans l'utilisation que nous faisons du langage pour accomplir des actes comme la persuasion, le blâme, la réfutation, etc. Le stéréotypage apparaît ici comme pratique discursive située plutôt que processus cognitif (Augustinos et Walker, 1998, p. 642). Dans cette perspective, il ressort de diverses études empiriques que les stéréotypes varient en fonction des circonstances et des buts de l'échange verbal et qu'ils sont beaucoup plus fluides et inconsistants qu'on ne l'a admis jusque-là.

3. Stéréotype et préjugé

Katz et Braly, de même que leurs successeurs, n'avaient cependant pas pour unique objectif de mesurer scientifiquement les contenus des stéréotypes sélectionnés. Ils voulaient vérifier dans quelle mesure l'évaluation négative d'un groupe, et l'attitude défavorable qui en découlait, dérivaient des caractéristiques qui lui étaient attribuées dans l'opinion publique. Une interrogation semblable sous-tendait déjà l'étude de E. S. Bogardus qui avait, dès 1925, établi une échelle du degré d'intimité que les sujets interrogés étaient disposés à admettre avec les membres d'un groupe donné. Son questionnaire demandait à chacun s'il accepterait de recevoir un Noir, ou un Chinois, comme membre de sa famille, comme ami intime, comme voisin, comme citoyen dans son pays. Dans la même perspective, Katz et Braly tenaient compte de la mesure dans laquelle les traits sélectionnés pour chaque groupe ethnique étaient considérés comme désirables ou indésirables (ils avaient demandé à un autre groupe d'étudiants d'évaluer au préalable les quatre-vingt-quatre adjectifs de la liste en termes préférentiels). Il en ressortait une définition du préjugé « racial » comme ensemble de stéréotypes liés à des réactions émotionnelles et incluant la croyance en des traits typiques associés à une race.

La mise en relation du stéréotype et du **préjugé** est restée de règle dans les sciences sociales, qui vont parfois jusqu'à confondre les deux notions. Ainsi, le *Lexique des sciences sociales* (1983) indique à la rubrique « stéréotype » : « Préjugé est plus courant, mais plus péjoratif et chargé affectivement. » La majorité des psychologues sociaux tend néanmoins à dissocier la dimension classificatoire et la tendance émotionnelle. Ainsi le stéréotype apparaît comme une croyance, une opinion, une représentation concernant un groupe et ses membres, alors que le préjugé désigne l'**attitude** adoptée envers les membres du groupe en question. Harding voit dans le préjugé « une attitude envers les membres d'un groupe extérieur où les tendances à l'évaluation négative prédominent² » (Harding, 1968), d'autres parlent d'attitude négative injustifiable. Rappelons que l'attitude

se définit comme la position qu'adopte un agent individuel ou collectif envers un objet donné, position qui s'exprime par des symptômes et qui règle des conduites. On peut donc dire que le stéréotype du Noir, du Japonais ou de l'Allemand est l'image collective qui en circule, l'ensemble des traits caractéristiques qu'on lui attribue. Le préjugé serait la tendance à juger défavorablement un Noir, un Japonais ou un Allemand par le seul fait de son appartenance de groupe.

Une tripartition s'est ainsi imposée dans les années 1960, qui après une éclipse réapparaît dans les années 1980. Elle distingue entre la composante cognitive (le stéréotype du Noir), la composante affective (le préjugé ou l'hostilité éprouvée à son égard) et la composante comportementale : la **discrimination** ou fait de défavoriser un Noir sur la base de son appartenance à une catégorie sans rapport avec ses capacités et ses mérites individuels. Si se représenter un Noir comme paresseux et irresponsable relève du stéréotype, et manifester du mépris ou de l'hostilité à son égard relève du préjugé, lui refuser sur cette base l'accès à un poste constitue un acte de discrimination. On notera que ces trois aspects ne sont pas aussi étroitement liés qu'on aurait tendance à le penser de prime abord. En effet, il s'avère que l'un n'entraîne pas nécessairement l'autre. Je peux penser que les Écossais sont avares sans éprouver envers eux une hostilité particulière, ou avoir envers les Arabes ou les Juifs quelque réticence sans pour autant les exclure de mon lieu d'habitation ou de travail.

Cela ne signifie pas, bien sûr, qu'il n'existe aucun lien entre notre comportement, notre attitude à l'égard d'un groupe et l'image que nous nous en faisons. Simplement cette relation est parfois plus complexe qu'on ne le croit. Ainsi Gordon Allport, dans *La Nature du préjugé* (1954), estime que le stéréotype légitime souvent une antipathie préexistante plutôt qu'il n'en est la cause. Il en voit la preuve dans les investigations d'Adorno et de ses collaborateurs sur les Juifs aux États-Unis. Priées de dire si elles acceptaient ou rejetaient certaines affirmations sur les Juifs, les mêmes personnes entérinent curieusement deux déclarations contradictoires : elles estiment à la fois qu'on en veut aux Juifs parce qu'ils ont trop tendance à rester entre eux, et qu'on ne les aime pas parce qu'ils se mêlent trop des

activités des chrétiens ; que les Juifs s'en tiennent trop à leurs mœurs propres au détriment du mode de vie américain, et qu'ils ont le tort de vouloir dissimuler leur judéité en imitant les mœurs de leur entourage. Ce ne sont donc pas les attributs du groupe qui entraînent une attitude défavorable à leur égard, mais le rejet *a priori* qui se cherche des justifications en mobilisant tous les stéréotypes disponibles.

4. La menace du stéréotype

Liée à la relation entre le stéréotype et le préjugé, la notion de **menace du stéréotype** a été introduite en 1995 par Claude Steele et Joshua Aronson et est devenue depuis un des sujets les plus étudiés de la psychologie sociale. Cette approche fondée sur des recherches expérimentales pose qu'à cause des jugements péjoratifs qu'ils entraînent, les stéréotypes qui circulent sur le groupe auquel appartient un individu ont un effet tangible sur sa performance. Les chercheurs examinent donc l'effet du stéréotype négatif du point de vue de la personne stéréotypée. Ils s'interrogent sur la façon dont la conscience d'être cataloguée et dépréciée en raison de son appartenance (raciale, ethnique, genrée, de classe, etc.) affecte ses capacités et son comportement dans diverses situations, parmi lesquelles les situations de test ou de compétition. Ainsi, « l'existence même de stéréotypes qui affirment l'infériorité intellectuelle de groupes marginalisés crée un environnement intellectuel menaçant pour les individus stigmatisés – un climat dans lequel tout ce qu'ils disent ou font pourrait être interprété à travers le prisme de faibles attentes » (Inzlicht et Schmader 2011 ; nous traduisons). Dès lors, c'est l'existence même du stéréotype négatif qui affaiblit les capacités de ceux auxquels il s'applique, entraînant ainsi dans une sorte de cercle vicieux une confirmation du préjugé qui pèse sur eux (c'est le phénomène de la prophétie auto-réalisatrice).

Désert, Croizet et Leyens (2002, p. 556) notent qu'il y a des effets à court terme : une perturbation du fonctionnement cognitif et du comportement, et des effets à long terme : une désidentification du domaine concerné pour

protéger son estime de soi. Ainsi, par exemple, certains peuvent abandonner leurs études ou ne pas choisir un domaine professionnel particulier pour lequel le stéréotype désigne leur groupe d'appartenance comme peu apte.

Steele et Joshua ont examiné dans un premier temps la façon dont les stéréotypes négatifs imputant aux Noirs une intelligence inférieure influaient sur leur performance. Prenant une série d'étudiants noirs et blancs, ils les ont divisés en deux groupes et leur ont fait passer un test dans lequel le premier groupe était informé qu'il s'agissait d'un test visant à mesurer leur quotient intellectuel, alors que le deuxième groupe devait penser qu'il s'agissait d'une simple vérification des processus mentaux mis en œuvre dans l'exercice, sans mention de capacités intellectuelles. Il s'est avéré que les Noirs performaient beaucoup mieux dans le deuxième cas. C'est donc bien la menace que fait peser le stéréotype négatif et la crainte d'être jugés sur cette base, confirmant ainsi l'infériorité du groupe, qui ont affecté la performance des étudiants qui se croyaient soumis à un test d'intelligence. Dans la vie courante, dès lors qu'apparaissent des indices de type divers signalant la possibilité d'une dévaluation en fonction d'une appartenance identitaire, des effets similaires de dégradation de la performance peuvent être constatés. L'intensité de la menace et son effet sur la performance dépendront de l'importance que l'individu attache au domaine impliqué – par exemple, si la réussite scolaire lui tient tout particulièrement à cœur, ou si les mathématiques ou le sport jouent un rôle prépondérant dans sa vie. Ils dépendent aussi de la force des indices suggérant que le stéréotypage dévalorisant est en la circonstance activé – donc de la conscience que prend l'individu de l'image négative que son entourage se fait de lui en fonction de son groupe d'appartenance.

De nombreuses expériences ont examiné les effets de la menace du stéréotype dans divers types de cas : la basse performance des Latino-Américains aux États-Unis, celle des personnes de faible statut socioéconomique, celle des personnes âgées relative à la mémoire, ou encore (un sujet très exploré) la performance des femmes supposée être inférieure à celle des hommes en mathématiques. Cela a amené les psychologues sociaux à s'interroger sur la façon dont il était possible de

réduire, voire de neutraliser, la menace du stéréotype pour permettre aux membres des groupes stigmatisés de s'épanouir pleinement. Dans leur synthèse de 2002, Steele et ses collègues parlent des diverses façons d'assurer une « sécurité identitaire » (*identity safety*) qui déjoue l'influence de la menace des stéréotypes. Ils mettent en avant quelques éléments de réponse, en examinant principalement des expériences faites dans des cadres universitaires américains. Ils signalent entre autres l'importance des relations d'amitié nouées avec le out-groupe *a priori* censé dévaloriser l'individu appartenant à un groupe stigmatisé, ou le rôle bienfaisant des modèles positifs appartenant au groupe en question (Obama pour les Afro-Américains, par exemple). Ils traitent aussi de l'importance du contexte, en l'occurrence de la désactivation des signaux qui pourraient activer chez le sujet la conscience du stéréotype jouant en sa défaveur. Ainsi, on peut mettre en évidence que le milieu (universitaire, d'entreprise, etc.) valorise la diversité et accueille un grand nombre de Noirs, ou nier l'idée des capacités intellectuelles limitées innées du groupe stigmatisé en lui substituant l'idée que l'intelligence est malléable et capable de se développer, ce qui évite de figer l'individu dans une représentation négative. De plus, chacun peut tenter de neutraliser la menace par des stratégies personnelles comme l'usage de l'humour, qui à la fois reconnaît et réfute les insuffisances que lui attribue le stéréotype.

5. La question de l'adéquation au réel

On peut se demander cependant dans quelle mesure ces images collectives, dont l'effet nocif est attesté, reposent sur une quelconque base factuelle. Cette question est à l'origine de l'hypothèse du « **noyau ou fonds de vérité** », qui a fourni matière à de nombreux débats dans les études sur le stéréotype. Est-il possible qu'une image qui ne correspond en rien à la réalité s'impose avec persistance à un vaste nombre d'individus ? N'est-il pas plus probable que les traits attribués à un groupe dérivent, au moins partiellement, d'une observation correcte ou d'une expérience partagée ?

Les résultats de diverses investigations soulignent pourtant que les stéréotypes peuvent se propager en dehors de toute base objective. Ainsi dans une localité californienne, les Arméniens étaient considérés comme malhonnêtes, menteurs et trompeurs, alors que les registres de l'Association des commerçants ne fournissaient aucune donnée justifiant ces appréciations. Plus frappant encore est le cas de l'image négative des Juifs dans une communauté du Guatemala dont aucun membre n'a jamais vu de Juif. À l'enquête, il est apparu que la communauté, ayant entendu que les Juifs étaient les meurtriers du Christ, les avait assimilés au diable déicide d'un mythe local. Le stéréotype apparaît ici comme une construction imaginaire qui ne reflète en rien le réel.

Dans la société contemporaine, les constructions imaginaires dont l'adéquation au réel est douteuse sinon inexistante sont favorisées par les médias, la presse et la littérature de masse. Souvent le public se forge par la télévision ou la publicité une idée d'un groupe national avec lequel il n'a aucun contact. Les enfants et les adolescents prennent connaissance de certaines réalités à travers les séries télévisées, la B.D., mais aussi les livres scolaires. L'impact de ces représentations s'avère puissant dans le cas non seulement des groupes dont on n'a pas une connaissance effective, mais aussi de ceux qu'on côtoie quotidiennement ou auxquels on appartient. L'image de la femme, qui a fait l'objet de nombreuses investigations, est exemplaire à cet égard. Des études ont été consacrées aux images traditionnelles de la femme comme mère, ménagère ou objet esthétique que divulguent les annonces publicitaires télévisées, ou encore à la relation qui s'établit entre le temps passé par les enfants à regarder la télévision et leur intériorisation des stéréotypes sexuels dominants. Les rôles traditionnellement impartis aux deux sexes sont également examinés dans la presse féminine, la B.D., les manuels scolaires. Il en ressort clairement que la vision que l'on se fait d'un groupe est le résultat d'un contact répété avec des représentations tantôt construites de toutes pièces, tantôt filtrées par le discours des médias. Le stéréotype serait principalement le fait d'un apprentissage social (sur les mécanismes de la « socialisation de genre », voir Détrez, 2015, 2^e partie).

On pourrait penser qu'il suffirait de s'en référer à l'observation directe pour valider ou invalider les stéréotypes. Il s'avère néanmoins que celle-ci est également sujette à caution. Ce que nous percevons est d'ores et déjà modelé par les images collectives que nous avons en tête : nous voyons, disait Lippmann, ce que notre culture a, au préalable, défini pour nous. C'est ce que confirme éloquemment une expérience menée en classe au cours de laquelle on a donné à des enfants américains blancs une photo représentant une belle propriété. Après leur avoir retiré la photo, on leur a demandé ce que faisait la femme noire dans la maison. Un grand nombre d'entre eux ont répondu qu'elle la nettoyait, alors qu'en réalité il n'y avait pas de Noire sur la photo (Klineberg, 1963). Au cours d'une autre expérience menée aux États-Unis, on a projeté des séquences filmées présentant une altercation entre deux personnes dont l'une donnait une bourrade à l'autre ; il s'agissait tantôt d'un Noir et tantôt d'un Blanc. Face à un comportement agressif ambigu, le comportement a été interprété comme menaçant par 70 % des personnes interrogées lorsqu'il était le fait d'un Noir, et par 15 % seulement lorsqu'il s'agissait d'un Blanc (quel que soit l'agressé). C'est qu'en effet les Noirs étaient généralement représentés comme impulsifs et violents. Le stéréotype peut ainsi déterminer la vision de l'Autre au point de modeler le témoignage des sens et de la mémoire ; il produit des effets flagrants de perception sélective.

Ces exemples semblent infirmer l'hypothèse du noyau de vérité. Il n'en ressort pas pour autant que les contenus des stéréotypes soient totalement arbitraires et erronés. Ils peuvent avoir un ancrage dans la réalité et reposer sur une base factuelle observable. C'est néanmoins l'explication de ces données qui fait problème. En effet, en stéréotypant les membres d'un groupe, on rapporte à une essence immuable des traits qui dérivent en fait de leur statut social ou des **rôles sociaux** qui leur sont conférés. Ainsi, le statut socioéconomique des Maghrébins en France et en Belgique est globalement inférieur à celui des citoyens nés dans ces pays ; ils peuvent donc être observés plus fréquemment dans des fonctions qui impliquent une compétence moindre. Cette infériorité sociale est interprétée comme une caractéristique inhérente au groupe dans le stéréotype de l'Algérien ou du

Marocain. De même, les comportements de la femme reflètent des rôles sociaux : ce qu'on attend d'elle détermine ses façons de faire et d'être. Elle apparaît ainsi comme soucieuse du bien-être de son entourage et dévouée, alors que les hommes paraissent plus désireux de s'imposer et de contrôler leur entourage. Il ne s'agit pas là de traits innés définissant la féminité comme telle, mais des effets de la distribution sociale des rôles entre les sexes. Christine Détrez rapproche les **stéréotypes de genre** des stéréotypes raciaux en ce qu'ils sont « non une simplification à partir d'une réalité existante, mais une construction fictive, élaborée à partir de représentations et de croyances erronées » (Détrez, 2015, p. 79). Ils impliquent, également, des relations de pouvoir et de domination.

La prénance des stéréotypes aboutit souvent à un cercle vicieux. Perçus comme moins compétents en raison de leur statut socioéconomique, les Maghrébins ne seront pas promus à des postes de haute compétence et continueront à être observés en situation d'infériorité. Éduquées en fonction de l'idée qu'on se fait de la féminité, les filles seront amenées à acquérir les aptitudes nécessaires à remplir les fonctions qu'on leur destine. Ainsi, une enquête menée en France dans les années 1960 sur l'image de la femme montre qu'en milieu aisné, on a encore tendance à considérer qu'un enseignement trop poussé détourne la fille du rôle que sa « nature » l'incline à jouer, à savoir le foyer et l'éducation des enfants³. En adhérant au stéréotype, on choisit pour les jeunes filles une formation qui aboutit à le reproduire. C'est selon la même logique du cercle vicieux, ou de la prophétie qui provoque sa propre réalisation, que les membres de groupes stigmatisés en viennent à se conformer à l'image dévalorisée que leur renvoie un environnement hostile. En intérieurisant le stéréotype discriminant, ils sont amenés à l'activer dans leur propre comportement.

On voit que la question de la véracité des stéréotypes se trouve largement dépassée. Les sciences sociales tendent aujourd'hui à la déplacer vers la question de l'usage qui est fait des stéréotypes. Il ne s'agit pas d'effectuer des vérifications toujours problématiques sur l'exactitude des schèmes collectifs figés, mais de voir comment le processus de stéréotypage affecte la vie sociale et l'interaction entre les groupes. En d'autres termes, il ne faut

pas considérer les stéréotypes comme corrects ou incorrects, mais comme utiles ou nocifs (Leyens, 1996, p. 28).

6. Les origines du stéréotype : théories de la personnalité et du conflit social

Mais quelle est l'origine de ces stéréotypes qui font obstacle aux bonnes relations entre membres de différents groupes ? Cette question, qui ne laisse pas d'être préoccupante, a reçu des réponses très diverses. Les racines du stéréotype et du préjugé ont été recherchées tantôt dans des motivations individuelles de type psychologique, tantôt dans des facteurs sociaux. Considérons d'abord la première approche qui a culminé dans les années 1940 et 1950, et qu'ont illustrée des travaux comme ceux de T. W. Adorno. Cette perspective, dite **psychodynamique**, emprunte à la psychanalyse certains de ses concepts pour faire dériver le préjugé et le stéréotype de problèmes individuels et de conflits intrapersonnels. En d'autres termes, la source des représentations hostiles de l'Autre serait à rechercher dans un dynamisme psychique, dans la structure profonde de la personnalité, plus que dans les contraintes intrinsèques à la vie sociale.

L'étude désormais classique d'Adorno et de ses collaborateurs sur *La Personnalité autoritaire* (1950) cherche à saisir les mécanismes psychiques qui sont en jeu chez les individus particulièrement portés au stéréotype et au préjugé. Menée au terme de la Seconde Guerre mondiale, cette enquête se penche plus particulièrement sur le problème du fascisme. L'équipe d'Adorno voit dans le syndrome autoritaire le principal responsable du fascisme et de l'antisémitisme. Elle pose que certains individus manifestent plus que d'autres une véritable propension au fascisme. Il s'agirait de ceux qui ont été soumis dans leur jeune âge à une autorité écrasante – généralement paternelle – qui ne souffrait pas de contestation. Des valeurs rigides, fixées une fois pour toutes, leur ont été imposées sans possibilité d'examen critique et de choix individuel. Les enfants aveuglément soumis à

la Loi paternelle développent un culte de l'autorité qui les pousse à adopter passivement les valeurs et les images qu'on leur inculque. Ils manifestent une tendance à penser en termes simplistes et dichotomiques qui favorise l'assimilation des stéréotypes ; ils se laissent facilement séduire par les démagogues qui les manipulent. D'avantage, une répression aussi sévère ne peut qu'éliminer toute manifestation d'hostilité envers les membres du proche entourage : elle équivaudrait à briser un tabou. Il en résulte que l'agressivité, cherchant un exutoire, se retourne contre des individus appartenant à un groupe extérieur. Il s'agit d'un déplacement à valeur cathartique.

L'indissolubilité du lien entre personnalité autoritaire et fascisme a cependant été remise en cause : selon d'aucuns, il ne serait qu'un cas de figures parmi d'autres. Adorno aurait eu le tort de limiter l'autoritarisme aux partisans de la politique d'extrême droite, alors qu'il sévit également dans des cercles de gauche. Ainsi M. Rokeach⁴ a entrepris des recherches sur un petit groupe de communistes britanniques qui se distinguent par leur admiration des chefs de gauche et leur haine de la bourgeoisie.

L'origine des stéréotypes dévalorisants attribués à l'autre est souvent conçue en termes de tensions sociales plutôt que de personnalité. Ainsi la *théorie des conflits sociaux* introduite par Muzafer Sherif voit dans les situations compétitives le principal levier du stéréotypage et du préjugé. Avec l'aide de quelques collègues, Sherif a vérifié son hypothèse en organisant des camps de vacances destinés à des adolescents américains. Dans ce contexte, les expérimentateurs ont favorisé l'émergence de deux équipes rivales comprenant chacune ses normes et ses meneurs. Après une première phase d'isolement favorisant la cohésion de chaque groupe, une deuxième phase les a opposés dans des situations concrètes de compétition. Celles-ci ont favorisé l'émergence d'une attitude hostile accompagnée d'une image dépréciative de l'autre groupe, avec les membres duquel les contacts amicaux ont été interrompus. Une troisième phase, tentant de persuader chaque groupe d'adopter des vues et des attitudes favorables envers l'autre groupe, s'est soldée par un échec total. C'est seulement lorsque les deux équipes ont été réunies dans des activités nécessitant une étroite coopération

contre un danger extérieur que la situation a pu évoluer dans le sens d'une amélioration. Dans ce cadre, la « théorie réaliste du conflit » présente le stéréotype comme le résultat d'une compétition pour l'appropriation de ressources limitées.

Dans le même esprit, le stéréotype dévalorisant apparaît comme un instrument de légitimation dans diverses situations de domination. Ce n'est pas seulement lorsqu'il y a compétition et conflit que l'image dépréciative de l'autre remplit des fonctions importantes. C'est aussi dans les cas de subordination d'un groupe ethnique ou national à un autre. En effet, la « promulgation d'images de supériorité-infériorité dans une société est [...] l'un des moyens qu'utilise le groupe dominant pour maintenir sa position » (Sherif et Sherif, 1969, p. 277). Ce sont alors les intérêts du groupe au pouvoir qui suscitent une image des dominés propre à justifier leur subordination. Si, par exemple, les Britanniques définissaient les Indiens en termes d'infériorité, ce n'est pas parce que cette image stéréotypée traduisait la réalité des faits ; c'est parce que l'imposition de cette image, en entérinant les rapports de forces existants, garantissait le bien-fondé de la colonisation.

On voit, dans cette perspective, combien est controversée l'hypothèse selon laquelle serait seul bénéfique un contact suivi entre les membres des groupes engagés dans une relation de compétition ou de domination. L'« hypothèse du contact » se fonde en effet sur l'idée que le stéréotype dénigrant est principalement le fruit de l'ignorance : il dériverait d'une information insuffisante ou erronée. D'où l'idée de mettre en contact les membres des groupes nourrissant des préjugés réciproques pour qu'ils puissent confronter le stéréotype négatif à la réalité et le modifier en conséquence. Ces prémisses vont à l'encontre des positions défendues par Sherif : estimant que les situations conflictuelles constituent la source principale des stéréotypes négatifs, celui-ci ne conçoit de résolution que dans une modification radicale des données de base. Le contact en soi est insuffisant ; il n'est d'ailleurs jamais neutre, la relation à l'autre étant toujours médiatisée par une image préexistante. Dans les régions multiculturelles, on sait d'expérience qu'un contact prolongé entre groupes en conflit peut exacerber la tension plutôt que la résoudre.

C'est en tenant compte de toutes ces données que les spécialistes de la communication interculturelle tentent aujourd'hui de mettre en place une pédagogie destinée à rapprocher les participants de pays différents. Ainsi J.-R. Ladmiral et E.-M. Lipiansky, qui traitent des rapports franco-allemands, sont bien conscients du fait que la confrontation entre deux groupes nationaux a parfois pour effet de renforcer les stéréotypes réciproques. Pour lever les obstacles qui entravent la compréhension mutuelle, ils insistent sur la nécessité de reconnaître que les représentations stéréotypées de l'Autre traversent inévitablement le vécu de la rencontre. L'expression des catégorisations différentielles chez les jeunes Français et Allemands ne doit pas être censurée, mais au contraire facilitée. Les participants pourront ensuite être amenés à prendre conscience des mécanismes en jeu : ils réfléchiront sur les « conditions sociohistoriques d'émergence » des stéréotypes et déchiffreront « leur fonction dans la dynamique des relations entre nations » (1989, p. 309). Cette démarche reste cependant, de l'avis des spécialistes, insuffisante : il faut également proposer aux participants « un cadre d'action commune et de coopérations reposant sur des motivations profondes (professionnelles, culturelles, existentielles, etc.) » (1989, p. 209).

7. Les fonctions constructives du stéréotype : l'identité sociale, la cognition

La variété des approches énumérées ne doit pas masquer leur commun dénominateur : une conception du stéréotype comme facteur de tension et de dissension dans les relations intercommunautaires et interpersonnelles. Ce sont les effets maléfiques du stéréotype qui sont dénoncés. Il serait cependant erroné de ne considérer que le versant négatif du stéréotype. Depuis plusieurs décennies, nombreuses sont les discussions critiques qui

visent à relativiser les reproches qui lui sont traditionnellement adressés (voir chapitre 1). Bien plus, les psychologues sociaux en viennent à reconnaître le caractère inévitable, voire indispensable, du stéréotype. Source d'erreurs et de préjugés, il apparaît aussi comme un facteur de cohésion sociale, un élément constructif dans le rapport à soi et à l'Autre. Dans cette optique, les auteurs de *Stéréotypes et cognition sociale* vont jusqu'à affirmer que les « stéréotypes sont le résultat d'un processus qui vise à régler les interactions sociales avec la plus grande efficacité possible » (Leyens, 1996, p. 23).

L'identité sociale

En quoi le stéréotype remplit-il des fonctions importantes dans la vie sociale ? On a de longue date reconnu que les représentations collectives figées jouent un rôle fondamental dans la cohésion du groupe et la consolidation de son unité. Le *Dictionnaire encyclopédique de psychologie* de Sillamy (1980) résume ces fonctions en disant qu'elles consistent à « manifester la solidarité du groupe, lui donner plus de cohésion et le protéger contre toute menace de changement ». Qu'il suffise de penser aux communautés minoritaires qui défendent leur identité contre toute menace d'assimilation et donc de disparition par la réaffirmation de leurs stéréotypes d'origine.

L'adhésion à une opinion entérinée, une image partagée, permet par ailleurs à l'individu de proclamer indirectement son allégeance au groupe dont il désire faire partie. Il exprime en quelque sorte symboliquement son identification à une collectivité en assumant ses modèles stéréotypés. Ce faisant, il substitue à l'exercice de son propre jugement les manières de voir du groupe dans lequel il lui importe de s'intégrer. Il revendique implicitement en retour la reconnaissance de son appartenance. C'est dans ce sens que le stéréotype favorise l'intégration sociale de l'individu. En même temps, il assure la cohésion du groupe dont les membres adhèrent majoritairement aux stéréotypes dominants. Le stéréotype ne se contente

pas de signaler une appartenance, il l'autorise et la garantit (Fishman, 1956, p. 40).

Si l'on ajoute que cette appartenance est également aux yeux de l'individu ce qui lui permet de se situer et de se définir, on comprendra que le stéréotype intervient nécessairement dans l'élaboration de l'**identité sociale**. Pour la psychologie sociale, l'identité d'un individu se définit non seulement en termes de personnalité singulière, mais aussi en termes d'appartenance de groupe. Si l'identité personnelle est un « processus psychologique de représentation de soi qui se traduit par le sentiment d'exister dans une continuité en tant qu'être singulier et d'être reconnu comme tel par autrui », l'identité sociale est un « processus psychosocial de construction et de représentation de soi résultant des interactions et des cognitions des individus concernant leur appartenance sociale » (Fischer, 1996, p. 202). Chacun d'entre nous possède autant d'identités sociales que d'appartenances : il peut faire simultanément partie d'une classe sociale, d'un groupe socioprofessionnel, d'une ethnie majoritaire ou minoritaire, d'une nation et, bien sûr, d'un sexe. L'image collective qui circule de ces diverses catégories est donc déterminante dans la constitution de l'identité et dans les comportements et interactions qui s'y rapportent.

Au-delà de la psychologie sociale, l'analyse de la fonction identitaire du stéréotype trouve aujourd'hui un terrain particulièrement fécond dans la **psychologie culturelle** ou, plus précisément, interculturelle. En effet, la question du stéréotype ne peut manquer de surgir dans l'analyse des situations de contact – comme, par exemple, la situation d'acculturation des immigrés du tiers-monde dans une société occidentale. L'immigré de première génération subit non seulement l'épreuve de la dissonance entre ses représentations collectives et celles du pays d'accueil, mais aussi celle de la dévalorisation de son système et, à travers lui, de sa propre personne. Il doit par ailleurs se mesurer aux « images que [la société d'accueil] projette sur lui à partir de la représentation collective stéréotypée qu'elle construit sur son groupe » (Camilleri et Vinsonneau, 1996, p. 50). Ainsi, l'image que les Maghrébins partagent de la famille ou de la femme est en décalage par rapport à celles qu'en propose la société française contemporaine. Les

stéréotypes qui cimentent la vision du monde de leur culture d'origine sont déconsidérés et déconsidèrent ceux qui continuent à les véhiculer. La rencontre de cultures différentes nécessite alors de la part de l'immigré une réorganisation souvent difficile de ses systèmes de stéréotypes. Ce sont les modalités variables de cette réorganisation qui rendent compte de l'intégration ou de l'assimilation des immigrés de première génération, comme d'ailleurs de seconde génération, en France.

Dans une autre perspective, la psychologie sociale montre comment le stéréotype conforte plus qu'une identité sociale : il renforce l'estime de soi, définie comme l'évaluation qu'effectue le sujet de sa propre personne. En effet, le stéréotype apparaît avant tout comme un instrument de catégorisation qui permet de distinguer commodément un « nous » d'un « ils ». Dans ce processus, le groupe acquiert une physionomie spécifique qui le différencie des autres. Cette uniformité s'obtient par la mise en relief, voire l'exagération des similitudes entre membres du même groupe. Les variables individuelles sont minimisées dans une démarche qui va jusqu'au refus ou à l'incapacité de les percevoir. Est-ce à dire que la perception de soi et de l'Autre aboutit à des résultats erronés dès lors qu'elle repose sur un processus de catégorisation sujet à caution ?

Pour les représentants de la « théorie de l'identité sociale », introduite par Henri Tajfel en 1969, les représentations stéréotypées sont fonctionnelles même quand elles sont déformées. Il apparaît en effet que si nous avons tendance à accentuer les similitudes entre membres d'un même groupe, l'*endogroupe* (en anglais *ingroup*), c'est souvent pour nous valoriser au détriment des autres, de l'*exogroupe* (en anglais *outgroup*). Projeter une image unifiée permet de les confronter pour mieux les évaluer ; comparaison qui, à la lumière des expériences menées sur le terrain, semble tourner généralement à l'avantage du groupe auquel appartient l'évaluateur. Selon la théorie de l'identité sociale, ce favoritisme permet au sujet d'accroître le sentiment qu'il a de sa propre valeur. Le prestige attaché à l'image du groupe par rapport auquel il est amené à se définir rejoaillit nécessairement sur l'idée qu'il se fait de lui-même. Ainsi instrumentalisée, la catégorisation peut avoir des effets bénéfiques sur l'estime de soi :

l'évaluation du sujet par lui-même est médiatisée par le prestige qu'acquiert à ses yeux le groupe dont il fait partie.

Notons en passant que, selon Tajfel, le seul sentiment d'appartenance à un groupe suffit pour susciter des images défavorables de l'autre groupe. Point n'est besoin, comme le prétendaient les théoriciens du conflit social, de divergences d'intérêt et de compétition. Des expériences créant de toutes pièces des groupes et des appartenances imaginaires semblent confirmer ce point de vue. Dès que l'individu rejoint une catégorie, il a tendance à évaluer plus favorablement tous ceux qui appartiennent à son groupe.

Ces considérations sur la fonction du stéréotype dans la constitution de l'identité sont reprises par l'**ethnopsychologie**, ou psychologie des groupes qui présentent une homogénéité linguistique, culturelle et historique (ne recouvrant pas nécessairement le concept de nation). Dans ce domaine, on trouvera de nombreuses études particulières, ainsi que des considérations de type général, dans la revue *Ethnopsychologie*, qui a fait suite à la *Revue de psychologie des peuples*. L'un des secteurs de cette discipline est l'**imagologie**, ou analyse du « contenu des représentations qu'un peuple se fait d'un autre (*hétéro-images*) et de lui-même (*auto-images*) » (Ladmiral et Lipiansky, 1989, p. 228). À côté du courant qui dégage, à l'aide de sondages et de tests, l'image stéréotypée que les peuples se font d'eux-mêmes et des autres, on trouve des études sur la dynamique à travers laquelle une identité s'élabore en se confrontant avec d'autres identités. Plutôt qu'une « juxtaposition de représentations indépendantes », ces travaux cherchent la logique d'un système d'images « liant étroitement auto- et hétéro-représentations » (Ladmiral et Lipiansky, 1989, p. 221). Ainsi, la communication interculturelle de Ladmiral et Lipiansky se fonde sur une étude de l'imagerie franco-allemande, où se fait jour dans toutes ses ambivalences et sa complexité un véritable jeu de miroirs (sur l'imagologie dans les études littéraires, voir chapitre 3, p. 84).

Au-delà de toutes ces analyses, on pourrait avec profit étendre l'analyse du stéréotype dans sa relation constitutive à l'identité, au jeu spéculaire que

comprend toute interaction sociale. Celle-ci se fait nécessairement sous le signe de l'image que les participants se font au préalable les uns des autres ; elle met en jeu l'image de soi qu'ils tentent de construire pour mener à bien cette interaction. Selon le sociologue Erving Goffman, toute rencontre d'un médecin avec son patient, d'un vendeur avec son client, d'un soupirant avec une jeune fille implique une présentation de soi soumise à une régulation sociale. Le sociologue développe ainsi toute une dramaturgie où l'impression qu'on doit produire pour réaliser une activité sociale donnée passe par la mise en œuvre de certains rôles de routine (*parts*), ou « modèles d'action préétablis qu'on développe durant une représentation et que l'on peut présenter ou utiliser en d'autres occasions » (1973, p. 23). Le rôle du stéréotype dans la présentation de soi qui est au cœur des interactions sociales est mis en évidence dans l'étude de R. Amossy sur *La Présentation de soi. Ethos et identité verbale* (2010).

Stéréotypage et cognition

Si les représentations collectives figées jouent un rôle décisif dans l'élaboration de l'identité sociale et les jeux de rôles qui modèlent toute interaction, elles remplissent aussi des fonctions importantes dans la *cognition sociale*. C'est vers la fin des années 1970 que les études cognitives font massivement leur entrée dans la psychologie sociale, au sein de laquelle elles occupent aujourd'hui une place prépondérante. Elles s'intéressent prioritairement au traitement de l'information sociale, c'est-à-dire à la sélection, l'encodage, la mémorisation des informations concernant une personne ou un groupe. Plutôt que de considérer les stéréotypes comme des généralisations abusives moralement condamnables, les études cognitives voient dans le recours au stéréotype une démarche « normale ». Elles se proposent d'explorer le rôle des stéréotypes dans le processus cognitif ordinaire, en particulier l'acquisition, l'élaboration et le stockage des informations. Dans la façon dont chacun de nous perçoit une autre personne, se la représente ou s'en souvient, quel est l'impact des schèmes collectifs préexistants ? Dans quelle mesure les données qui ne s'y rapportent pas, ou

les informations inconsistantes, sont-elles prises en compte et intégrées ? Des questions de ce type portent, on le voit, sur des opérations mentales propres à tout individu vivant en société et non sur une démarche considérée comme erronée, voire comme aberrante.

Déjà, dans les années 1950, Solomon Asch s'élevait contre la tendance à ne voir dans le stéréotype que la trace d'une pensée populaire déficiente. Il lui octroyait une fonction importante dans la **formation des impressions** concernant les personnes et les groupes, c'est-à-dire dans le processus au gré duquel divers traits particuliers sont organisés en un ensemble cohérent. Dans ce cadre, le stéréotype est perçu comme une conceptualisation productive par sa simplification même. « Les impressions simplifiées, écrivait-il, sont un premier pas vers la compréhension de l'environnement et l'établissement de vues claires et signifiantes » (Asch, 1952, p. 235). Elles permettent en effet d'ordonner la confusion que provoquerait la saisie simultanée de trop nombreux détails ; lorsque les conditions l'autorisent, ces premières impressions peuvent ensuite être corrigées et articulées à la lumière d'expériences nouvelles. Selon Asch, le processus de la formation des impressions ne peut donc être étudié en dehors de la démarche de schématisation et de catégorisation qu'autorise le stéréotypage.

Ces travaux ont donné lieu à une longue controverse concernant l'impact des schèmes stéréotypés sur la perception de l'Autre. Le processus cognitif part-il de structures plus ou moins abstraites qui déterminent le rapport aux données, comme le veut Asch ? Ou suit-il un parcours qui part de l'information collectée directement plutôt que d'une image préalable stockée dans la mémoire, comme l'entendent d'autres spécialistes ? Cette querelle, qui a opposé deux écoles, paraît dépassée aux yeux des chercheurs contemporains. Selon eux, il ne s'agit pas d'établir des priorités mais de comprendre quand, comment et dans quelle mesure ce sont tantôt les théories (les schèmes stéréotypés), et tantôt les données brutes, qui obtiennent la prééminence (Leyens, 1996). Il semble par ailleurs que des facteurs de motivation interviennent sur le poids accordé aux stéréotypes dans le traitement de l'information. Selon le contexte, on se contentera d'un recours superficiel à un modèle préétabli menant à une impression globale

simple, ou on prêtera une attention plus soutenue aux données, parfois hétérogènes ou inconsistantes.

Diverses expériences ont par ailleurs montré que, face à une personne ou un groupe, les traits qui confirment un savoir déjà acquis sont retenus de façon plus massive que les autres. Lorsque nous avons en tête une image préétablie qui suscite une certaine attente, nous avons tendance à sélectionner les informations nouvelles qui viennent confirmer cette attente. Elles sont mieux perçues et mémorisées dans la mesure où elles s'assimilent plus aisément aux conceptions stéréotypées préexistantes. Qu'en est-il alors des informations dites inconsistantes, c'est-à-dire qui se contredisent entre elles, ou encore qui ne correspondent pas au schème collectif enregistré par la mémoire ? De très nombreuses études dans le domaine de la cognition sociale se penchent sur les diverses modalités selon lesquelles les informations inconsistantes sont traitées et mémorisées, ainsi que sur les conditions qui influent sur la prise en compte des données inconsistantes (comme le nombre d'objectifs poursuivis par le sujet, le temps dont il dispose...).

Le foisonnement actuel des études cognitives ne permet pas d'exposer tous ces questionnements, ni de présenter les avancées qui s'effectuent au sein de théories différenciées, sinon divergentes. On se contentera de relever un point général. La question du traitement de l'information n'a pas manqué de conduire certains chercheurs à mettre l'accent sur les erreurs de perception et de mémorisation que suscite le recours aux stéréotypes. Ce manque d'adéquation est mis sur le compte des limites assignées aux capacités humaines ; en raison de ces limitations naturelles, l'usage des stéréotypes s'avère inévitable. Dès lors le stéréotype risque – même s'il ne tombe pas sous le coup d'une condamnation morale – d'être à nouveau placé sous le signe de la péjoration. C'est contre cette tendance que s'élèvent Leyens, Yzerbyt et Schadron dans leur *Stéréotypes et cognition sociale* ; ils soulignent qu'il est normal, raisonnable et bénéfique d'avoir recours aux stéréotypes. La démarche de catégorisation et de schématisation, qui n'exclut en rien la faculté d'individualiser, est indispensable à la cognition. Dans cette optique, on peut distinguer le

stéréotype comme produit, du **stéréotypage** (aussi appelé « stéréotypisation ») comme processus :

« Nous insistons sur la distinction entre les stéréotypes – le contenu social – et la stéréotypisation – le processus individuel qui prend place dans un contexte social et qui est modelé par lui. Les gens peuvent se passer de certains contenus spécifiques mais pas du processus (Leyens, 1996, p. 12).

Le processus de stéréotypisation est, par définition, une généralisation et peut être utile aussi bien que nuisible en fonction des conditions de son usage » (Leyens, 1996, p. 30).

De même, Operario et Fiske (2004, p. 121) appellent à distinguer entre les stéréotypes comme constellation de croyances concernant les membres de groupes sociaux, et le stéréotypage (« *stereotyping* ») comme façon de penser ces groupes et processus inhérent au système cognitif. C'est un véritable décentrement du sujet d'investigation que propose cette distinction qui, au-delà des études cognitives, peut s'avérer féconde pour toute réflexion sur le stéréotype.

8. Stéréotype et représentation sociale

Un déplacement d'une autre nature apparaît dans la psychologie sociale inspirée de Serge Moscovici qui travaille sur la notion de **représentation sociale** plutôt que sur celle de stéréotype. Comme le stéréotype, la représentation sociale met en rapport la vision d'un objet donné avec l'appartenance socioculturelle du sujet. Comme lui, elle relève d'un « savoir de sens commun » entendu comme connaissance « spontanée », « naïve », ou comme pensée naturelle par opposition à la pensée scientifique. Cette connaissance, issue des savoirs hérités de la tradition, de l'éducation, de la communication sociales (Jodelet dans Moscovici, 1988, p. 360), modèle non seulement la connaissance que l'individu prend du monde mais aussi les interactions sociales. La représentation sociale peut, dans cette perspective, être définie comme « une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social » (Jodelet, 1989, p. 36). Relativement

floue, elle a donné lieu dans l'école française centrée autour de Moscovici à d'abondants travaux comme à de nombreuses discussions.

En quoi, cependant, la représentation sociale diffère-t-elle du stéréotype ? Traitant des représentations sociales, Jean Maisonneuve note symptomatiquement : « Nous retrouvons ici ce que nous écrivions plus haut à propos des stéréotypes. » Il ne manque pas cependant de rétablir une distinction : alors que la représentation sociale désigne un « univers d'opinions », le stéréotype n'est selon lui que la cristallisation d'un élément ; il sert seulement d'indicateur (1989, p. 146). Ailleurs, Maisonneuve ne se contente pas de faire du stéréotype un indice, une marque ponctuelle de la représentation sociale. Il le déprécie par une confrontation qui tourne nettement à son désavantage :

« Le propre de la stéréotypie, c'est d'être grossière, brutale, rigide et de reposer sur une sorte d'essentialisme simpliste où la généralisation porte à la fois : – *sur l'extension* : attribution des mêmes traits à tous êtres ou objets désignables par un même mot [...] – *sur la compréhension* : par simplification extrême des traits exprimables par des mots » (1989, p. 141).

En bref, il y a là une tendance qui renvoie le stéréotype à sa péjoration initiale. Les aspects constructifs du schème collectif dans la cognition, l'interaction et la communication sont d'autant plus aisément niés qu'ils sont déportés vers la notion de représentation sociale. Le courant inspiré de Moscovici fournit d'abondantes études sur des représentations sociales particulières (de la psychanalyse, de la femme, de la folie, de la ville...), en même temps qu'il réélabore et affine incessamment la notion de représentation sociale dans son rapport au sens commun, aux attitudes, à la cognition. Centrés sur la dynamique complexe de la représentation sociale, ces travaux ne recourent guère aux théories du stéréotype, sous l'égide duquel des questions parallèles sont pourtant souvent évoquées par de nombreux ouvrages issus de la psychologie sociale anglo-saxonne. Les études contemporaines sur le stéréotype et sur la représentation sociale se recoupent donc fréquemment. Dans une perspective qui s'intéresse à l'imaginaire social, à la logique des représentations collectives à travers lesquelles un groupe perçoit et interprète le monde, le terme de

représentation sociale a sans doute sur celui de stéréotype l'avantage de ne pas être chargé de connotations négatives.

Principalement effectuées par des méthodes empiriques, voire expérimentales, les investigations des sciences sociales situent le stéréotype à la croisée de plusieurs interrogations. Dans son versant négatif, elles le relient à la question du préjugé et des tensions entre groupes sociaux ; dans son versant positif, elles le mettent au centre d'une réflexion sur l'identité sociale ; pris dans le dynamisme du stéréotypage, il permet d'explorer la cognition sociale. Des analyses du stéréotype relatives à l'image de soi et de l'autre, au préjugé, à l'interaction sociale, au processus cognitif du stéréotypage, se retrouvent dans d'autres champs, comme la sociocritique, les théories de la lecture, l'analyse du discours politique ou du discours de presse. Elles se distinguent globalement de la psychologie sociale par leur caractère non empirique et par leur approche discursive : elles se penchent principalement sur des corpus écrits. L'image collective figée s'y laisse saisir, non dans le cadre de questionnaires ou d'expériences orientées, mais dans des sources textuelles. Elle y apparaît également dans sa bivalence constitutive, tantôt schème réducteur qu'on s'attache à dénoncer, tantôt élément positif dont on analyse les fonctions constructives et la productivité. On le verra dans les différents secteurs des études littéraires (chapitre 3) aussi bien que dans l'analyse du discours (chapitre 4).

Notes

1. Daniel Katz, Kenneth W. Braly, « Racial stereotypes of 100 college students », *Journal of Abnormal and Social Psychology*, n° 28, 1933, p. 280-290.

2. Traduit par nous, comme tous les textes en anglais cités dans cet ouvrage.

3. M.-J. et P-H. Chombart de Lauwe *et al.*, *La Femme dans la société*, Paris, CNRS, 1963.

4. M. Rokeach, *The Open and Closed Mind*, New York, Basic Books, 1960.

■ Chapitre 3

Clichés, stéréotypes et littérature

SI LES SCIENCES SOCIALES travaillent principalement sur les stéréotypes, les études littéraires ont accordé une place importante à la notion de cliché. Objet de la stylistique puis de la poétique, le cliché est considéré dans ses effets esthétiques (d'abord évalué comme la marque d'un mauvais style), puis dans ses fonctions et son rôle dans la production du texte. Au-delà des formes langagières figées, la critique du xx^e siècle s'est intéressée aussi aux représentations sociales à l'œuvre dans la fiction. Des écrits de Barthes à la sociocritique et à l'imagologie, elle analyse l'expression de la *doxa* et des idées reçues, et l'exploitation des stéréotypes culturels et ethniques dans le texte littéraire. Enfin, dans une troisième perspective, le cliché et le stéréotype deviennent l'objet des théories de la lecture et de la réception, qui croisent aussi la didactique de la littérature.

1. Les études du cliché : de la stylistique à la poétique

Stylistique du cliché

D'emblée normative, la stylistique naît à la fin du xix^e siècle des ruines de la rhétorique. *L'Art d'écrire : enseigné en vingt leçons* (1899), d'Antoine Albalat, en est un bon exemple. En réaction contre l'enseignement rhétorique, dévalorisé et chassé des programmes d'enseignement après 1880, Albalat définit trois critères d'évaluation du style : l'originalité, la concision et l'harmonie. C'est au nom de l'originalité, comme Remy de Gourmont, qu'il récuse les clichés :

« Il y a un style tout fait, un style banal, à l'usage de tout le monde, un style *cliché* dont les expressions neutres et usées servent à chacun [...]. C'est avec ce style-là qu'il ne faut pas écrire [...].

On ne doit autant que possible jamais écrire avec des expressions toutes faites. La marque du véritable écrivain, c'est le mot propre et la création de l'expression [...].

La marque du cliché, de l'expression toute faite, ce n'est pas d'être simple, ordinaire, déjà employée ; *c'est qu'on peut la remplacer* par une autre plus simple » (Albalat, 1899, p. 61 et 65).

Albalat attribue les clichés au « style *omnibus* » de certains romans. Les expressions visées comprennent essentiellement des épithètes clichées empruntées au roman sentimental (des *larmes amères*, une *horreur indicible*, une *douce extase*, une *délicieuse rêverie*), ou des périphrases, des locutions verbales que le stylisticien corrige imperturbablement : au lieu de *répandre des larmes*, dire *pleurer* ; au lieu de *prendre l'habitude*, dire *s'accoutumer* ; au lieu de *faire violence*, dire *violenter*...

Le point de vue d'Albalat est didactique et normatif : on peut apprendre à bien écrire et pour cela il faut éviter les clichés. Le stylisticien est également l'auteur de *La Formation du style par l'assimilation des auteurs* (1901) et *Le Travail du style enseigné par les corrections manuscrites des grands écrivains* (1903). Comme le fait remarquer ironiquement Jean Paulhan, « Albalat suppose que la patience, l'observation des grands écrivains peuvent rendre un peu moins méchant un méchant écrivain » (Paulhan, 1967, p. 28).

Quelques années plus tard, le *Traité de stylistique française* de Charles Bally (1909) apporte sur les clichés un jugement péjoratif mais plus subtil et relativiste. Il suggère qu'il peut y avoir plusieurs modes de réception du cliché :

« Les clichés perdent toute saveur à force d'être répétés, mais ils peuvent, dans certains cas, passer pour des créations originales ; chez ceux qui les emploient de bonne foi, ils dénotent une demi-culture ; quand on se rend compte de leur véritable caractère, on ne les emploie guère que par manière de plaisanterie » (Bally, 1951, p. 85).

L'origine des clichés, pour Bally, ce sont « des expressions littéraires qui ont eu de la vogue et sont passées dans le domaine commun » : périphrases de la poésie classique (*l'astre du jour*), phrases d'auteur, ou d'origine

anonyme, clichés d'orateur (*les immortels principes de 89*) et style des journaux. Il cite Flaubert pour l'usage parodique des clichés dans la scène des Comices de *Madame Bovary*, et les œuvres de Georges Ohnet et d'Octave Feuillet pour les clichés d'expression. Le début de *La Grande Marnière* de G. Ohnet (1885) est précisément le modèle de style que réécrit à son insu Joseph Grand dans *La Peste*, de Camus (1947). L'employé de mairie, qui retravaille tous les soirs la première phrase de son manuscrit, retrouve les clichés de G. Ohnet, qu'il condense et transpose dans une description idéalisée :

« Par une belle matinée de mai, une svelte amazone, montée sur une somptueuse jument alezane, parcourait, au milieu des fleurs, les allées du bois... » Le roman de G. Ohnet commençait ainsi : « [...] par une belle matinée d'été, une amazone montée sur une jument de forme assez médiocre, s'avancait au pas, les rênes abandonnées, rêveuse, respirant l'air tiède, embaumé du parfum des trèfles en fleurs. [...] Élégante et svelte [...]. »

Le *Précis de stylistique française* de Jules Marouzeau, publié pour la première fois en 1941 et plusieurs fois réédité, participe de la même tradition péjorative. Il juge l'emploi des « formules et clichés » « caractéristique d'une part de la langue des gens simples, qui manquent d'invention » (*mort de soif, un métier de chien*), « d'autre part des écrivains hâtifs, tels que les publicistes, qui n'ont pas le temps de se faire un style personnel, et des demi-cultivés, disposés à faire étalage de formules pseudo-savantes » (*le mobile du crime, les facteurs de démoralisation, une déclaration dépourvue de banalité mais marquée au coin du bon sens* et du reste *empreinte de la plus parfaite cordialité*). L'auteur conclut tout de même qu'« aucun de nous n'échappe à la tyrannie de certaines façons de parler »... (Marouzeau, 1969, p. 145).

C'est à Jean Paulhan qu'il est revenu de s'opposer à l'attitude terroriste vis-à-vis du cliché dans son célèbre pamphlet *Les Fleurs de Tarbes ou la Terreur dans les Lettres* (1941). Il critique les analyses de Gourmont et d'Albalat et réhabilite un certain usage de la rhétorique et du lieu commun. La Terreur dans les Lettres se caractérise, selon lui, par une peur du pouvoir des mots, de l'hypertrophie du langage par rapport à la pensée. Cette

observation « se trouve également fausse pour les deux raisons opposées : soit que le cliché se trouve réinventé – d'où vient que l'auteur s'attache à sa vérité, bien plus qu'à ses mots. Soit qu'il se trouve simplement répété, habituel – et cette habitude fait que les mots y passent inaperçus » (Paulhan, 1967, p. 55). J. Paulhan donne l'exemple des lettres d'amour : « infiniment riches et d'un sens exceptionnel pour qui les écrit ou les reçoit – mais énigmatiques pour un étranger, à force de banalité et (dira-t-il) de verbalisme » (Paulhan, 1967, p. 55). Il montre aussi dans quelques apoluges savoureux que le cliché n'est pas d'un côté et la parole originale de l'autre. *Incident de langage dans la famille Langelon* raconte l'histoire de la cousine Henriette qui avait rapporté de son séjour au Canada des manières de dire jugées ridicules :

« Quand elle revint, on découvrit qu'elle parlait en proverbes, et avait la rage de dire à tout propos : "À bon entendeur salut", ou "Faute d'un point..." [...] Il se passa, quelques années plus tard, un événement curieux.

C'est que les amis et les voisins des Langelon s'aperçurent, à leur surprise, que les Langelon – qui avaient toujours raillé les phrases banales – s'étaient mis à leur tour à parler en proverbes, disant à tout bout de champ "Comme Henriette..." ou "Faute d'un point..." Les sages rappelèrent qu'Henry Monnier était devenu une sorte de Joseph Prudhomme, Alfred Jarry, un Père Ubu. Les imprudents firent un nouveau proverbe qui commençait par : "Comme un Langelon..." Il est vraisemblable qu'ils furent pris à leur tour. Et, si l'on y songe un peu, la mésaventure des Langelon était inévitable » (Paulhan, 1966, p. 187).

Cependant, il faut attendre l'ère structuraliste et le développement de la linguistique dans les années 1960 pour que prédomine en stylistique un point de vue non normatif sur le cliché. Michael Riffaterre est le premier à s'intéresser au cliché comme à un objet d'étude, indépendamment des jugements de valeur. Bien au contraire, ce sont les jugements de valeur, les réactions du lecteur qu'il privilégie comme symptômes d'un effet esthétique : « On considère comme cliché un groupe de mots qui suscitent des jugements comme : *déjà vu, banal, rebattu, fausse élégance, usé, fossilisé*, etc. » (Riffaterre, 1970, p. 162). Il s'agit d'étudier l'effet du cliché, qui peut être « rebattu mais non pas inefficace. Il ne faut pas confondre banalité et usure » (Riffaterre, 1970, p. 163). C'est substituer à l'évaluation

un critère fonctionnel, tout en restant dans le domaine de l'esthétique littéraire. Le cliché est ainsi différencié du stéréotype :

« Il importe bien de souligner que la stéréotypie à elle seule ne fait pas le cliché : il faut encore que la séquence verbale figée par l'usage présente un fait de style, qu'il s'agisse d'une métaphore comme *fourmilière humaine*, d'une antithèse comme *meurtre juridique*, d'une hyperbole comme *mortelles inquiétudes*, etc. » (Riffaterre, 1970, p. 163).

Il est aussi relié au système du texte où il s'insère. L'expression « une voix tonnante » est analysée dans la diversité de ses effets sémantiques, selon qu'elle qualifie la parole de Marius dans *Les Misérables*, l'ordre de Samuel Cramer dans *La Fanfarlo* de Baudelaire ou la voix du Dr Cottard chez Proust.

Riffaterre distingue deux emplois principaux du cliché. Il peut être un élément constitutif de l'écriture de l'auteur. Il devient de ce fait une marque de genre, et souvent une marque de littérarité par rapport à la langue courante. Ainsi, dans le roman surréaliste de Gracq *Au château d'Argol*, les clichés romantiques créent un décor d'opéra préparant une atmosphère favorable à la lecture symbolique du récit. Le cliché peut aussi exercer une fonction mimétique des styles et des idiolectes. « Représenté » par l'écrivain, il est mis à distance par différentes marques : par des balises typographiques, comme les italiques ou les guillemets, qui jouent le rôle de « points d'ironie », ou par un commentaire, comme celui du narrateur de la *Recherche* sur la conversation du duc de Guermantes, « le duc parlant petit-bourgeois, nous dit-il (comme les gens de sa caste mentale et non de sa caste d'origine) » (Riffaterre, 1970, p. 177). Il peut aussi être signalé par le contexte (paroles ou pensées rapportées au discours direct ou à l'indirect libre, effets de répétition ou d'accumulation). On aboutit à l'usage parodique ou satirique du cliché.

L'article de M. Riffaterre inaugure dans les études stylistiques une approche non normative du cliché. Le cliché est perçu en termes d'effets littéraires : il intéresse en raison même de son usure et de ses différentes fonctions dans le texte littéraire. Cette perspective est mise en œuvre dans la thèse d'Anne-Marie Perrin-Naffakh (*Le Cliché de style en français*

moderne, 1985). L'auteure analyse les relations du cliché et des figures de style, ainsi que les rôles du cliché dans la littérature (de l'ornementation au renouvellement, du pastiche à la parodie).

Poétique du cliché

Dans *Les Discours du cliché* (1982), Ruth Amossy et Elisheva Rosen développent de leur côté l'étude des fonctions du cliché dans divers types d'actualisations littéraires. L'intérêt du travail est de relier l'analyse des clichés à une problématique des discours (plus que des genres littéraires), qui croise des critères formels, énonciatifs ou pragmatiques et historiques : la prose romantique, le cliché et le lyrisme romantique (Musset, Chateaubriand et Haubert), le cliché et la vraisemblance dans la représentation « réaliste » chez Balzac et Flaubert, le cliché et l'argumentation dans le récit à thèse (*L'Enfance d'un chef* de Sartre) et dans le texte argumentatif (*La Chute* de Camus), enfin la pratique ludique du cliché. Le livre pose le problème du renouvellement du cliché et de sa relation avec les jeux de mots, notamment avec le mot d'esprit freudien. L'actualisation du sens littéral des clichés engendre un comique reposant sur le double sens, comme dans cette remarque de Heine citée par Freud : « L'auteur eût été moins mordant, s'il avait eu plus à se mettre sous la dent¹. » Les titres surréalistes, dont traite *Les Discours du cliché* (« Clair de terre » de Breton, ou « Les sans cou » de Desnos), sont un autre exemple de l'utilisation ludique des clichés. Certains poèmes sont même tout entiers construits sur une remotivation ou une déconstruction des formules de style figées, tel « Cortège » ou « La Batteuse » de Prévert (*Paroles*, 1949) :

« Ils ont pincé les filles
Ils les ont culbutées dans le fossé
Ils ont mordu la poussière
Ils ont battu la campagne »

Le renouvellement du cliché offre toutes sortes de variations : parodie chez Lautréamont², métaphores filées dans la poésie surréaliste (Riffaterre,

1979), réemploi des clichés dans le roman gracquier³. Il a donné lieu à de nombreux travaux sur auteurs.

Une autre voie est constituée par les travaux de M. Riffaterre. L'étude stylistique de 1970 ouvrait déjà sur une lecture poétique du cliché, centrée sur la dimension de l'intertextualité et les processus d'engendrement du texte littéraire. Les écrits de M. Riffaterre ont évolué par la suite vers une sémiotique du texte, qui replace la question de l'effet stylistique dans celle, plus générale, de la production du sens. Le cliché intervient comme l'un des modèles d'engendrement du texte littéraire, à l'abri de tout recours à des référents extérieurs. Dans le poème de Baudelaire « Réversibilité », l'expression « larmes de fiel » est ainsi expliquée par la référence aux clichés :

« *Larmes* est une image d'amertume dans le cadre d'un système descriptif du chagrin qui comprend le cliché *larmes amères*. De même pour fiel – témoin le cliché *coupe de fiel*, lequel est apparenté à *lie amère* [...]. Il ne reste donc rien des référents : nous avons affaire à deux signifiants stéréotypés, à deux très efficaces synonymes d'*amertume* » (Riffaterre, 1979, p. 20).

Le cliché, d'autre part, est intégré à des structures plus larges, des systèmes de lieux communs et de stéréotypes qui contribuent à la production du texte poétique. Il sert de modèle d'engendrement de la phrase littéraire par calque ou par conversion (Riffaterre, 1979, p. 46-60). Il se trouve aussi associé aux réseaux formant le « système descriptif » d'un mot. Riffaterre donne l'exemple du mot « roi », dans le troisième « Spleen » des *Fleurs du Mal* : « pris péjorativement, le mot “roi” est au centre d'un système dont les satellites sont des mots comme “courtisan” et “bouffon”, des stéréotypes sur la solitude, sur l'ennui, sur l'impuissance du roi tout-puissant » (Riffaterre, 1979, p. 41). À l'opposé d'une lecture purement dénotative, les clichés assurent ainsi la cohésion d'un texte poétique par référence à des modèles de dérivation (hypogrammes). Pour Riffaterre, c'est la superposition d'un « hypogramme familier : l'image stéréotypée de la fleur au bord de l'abîme » (ou au bord du gouffre) qui justifie « la collocation *fleur-abîme* » dans des exemples de poésie et de prose du xix^e et du xx^e siècle aussi différents que Hugo (« cette *fleur* des champs voisine des

pavés m'a ouvert un *abîme* de rêverie »), Balzac (« Voilà qui est surnaturel, dit le vieillard en voyant une *fleur* éclosé en hiver. – Un *abîme* ! s'écria Wilfrid exalté par le parfum ») ou Tardieu (« alors ô *fleurs* en vous-mêmes à son tour/l'*abîme* se blottit »). Tous ces textes ont un point commun : ils tendent à neutraliser l'opposition clichée de la fleur et de l'abîme, à rendre les deux termes équivalents dans « le code de l'étonnement admiratif » (Hugo et Balzac) ou dans la relation de proximité (Tardieu). La modification de la norme crée une agrammaticalité qui fait percevoir l'effet littéraire et la métaphore (Riffaterre, 1983, p. 58-60). De ce point de vue, le cliché est un élément de la poétique intertextuelle du texte littéraire.

Il est souvent associé à des lieux communs, pris au sens spécifique de thèmes rebattus (voir sur ce point chapitre 1, p. 22). La poésie a ainsi traditionnellement repris et modulé des lieux communs, jouant de leur réemploi⁴. Didier Alexandre montre en particulier comment cette pratique se perpétue dans la poésie française d'après 1830, en une période où le recours au lieu commun en poésie devient paradoxal, face aux manifestes théoriques revendiquant la nouveauté⁵. Il étudie l'exemple du cygne et des clichés qui l'accompagnent (le cou de cygne, le chant du cygne, la blancheur du cygne) chez Hugo, Baudelaire, Banville, Mallarmé, Apollinaire, montrant que ce lieu commun, spécifié dans chaque écriture poétique, apparaît comme une marque de poéticité et d'intertextualité.

Une autre étape théorique se marque dans l'étude de Laurent Jenny (1972) sur les clichés dans *Impressions d'Afrique* de Raymond Roussel. Tout en privilégiant lui aussi la référence intertextuelle, L. Jenny étend le cliché aux structures thématiques et narratives du récit. Le thème-cliché du « roi nègre accoutré » est lu comme une « forme thématique lourde d'usages antérieurs », qui « renvoie au phénomène culture, le signifie » (Jenny, 1972, p. 496). La fonction du cliché dans *Impressions d'Afrique* est alors triple : elle intervient dans la genèse du texte, dans la motivation du récit et dans la démystification de sa rhétorique.

Dans « Problématiques du cliché » (1980), Anne Herschberg Pierrot propose également une définition du cliché qui puisse être appliquée aux

unités de phrases comme aux unités de texte. « La structure logique du cliché » est ainsi redéfinie comme « l'intégration à un thème d'un ou de plusieurs prédicat(s) définitionnel(s) obligé(s), comme intégration à un thème de constantes de prédicat » (Herschberg Pierrot, 1980, p. 336). Il apparaît aussi important de relier les clichés comme « structures signifiantes figées » au processus même du *clichage* (la tentative de reproduire un modèle figé), qui gouverne la dynamique d'un roman comme *Bouvard et Pécuchet*, dont les personnages sont hantés par l'imitation des modèles prescrits dans les livres.

Au-delà de leurs différences, les études stylistiques et poétiques ont pour visée commune la littérarité des textes. Le cliché est ce qui marque la spécificité générique d'une œuvre littéraire, et sa relation à d'autres textes, qu'il procède de la littérature populaire ou de textes plus élaborés, qu'il appelle un lecteur de premier degré ou une lecture parodique. Mais les clichés inscrivent aussi, de façon souvent inséparable des enjeux formels, le rapport du texte aux représentations figées, et à leur portée sociohistorique. Cette dimension du cliché et du stéréotype concerne les textes littéraires et non littéraires. Ce qui préoccupe l'analyste, ce n'est plus de repérer les formules de style figées et de suivre leur fonction dans l'économie du texte littéraire. C'est de lire la façon dont elles impriment, par leur automatisme, des formes d'impensé dans le discours, dont elles servent une argumentation, ou marquent la relation d'un texte à la norme sociale. Il n'est alors plus seulement question de clichés mais de stéréotypes et d'idées reçues.

2. Texte, imaginaire, société

Doxa, stéréotype, idéogème

Les travaux de Roland Barthes sur les mythologies contemporaines (*Mythologies*, 1957), ses réflexions sur les codes et la *doxa* ont instauré un nouveau cadre d'étude pour le stéréotype (Herschberg Pierrot dans Amossy

et Sternberg, 2002) : à ce niveau, c'est en effet le stéréotype qui est en jeu, plutôt que le cliché dans sa dimension purement esthétique. Le stéréotype devient la forme générique du déjà-dit et, pour Barthes, le symbole de la force d'assertion. C'est, à la limite, le pouvoir d'asserter, de poser son opinion comme vérité qui est mis en cause : « "La vérité est dans la consistance", dit Poe (*Eurêka*). Donc, celui qui ne supporte pas la consistance se ferme à une éthique de la vérité ; il lâche le mot, la proposition, l'idée, dès qu'ils *prennent* et passent à l'état de solide, de stéréotype (*stéréos* veut dire *solide*) » (Barthes, 1975, p. 63 ; OC IV, p. 638). L'énonciateur apparaît toujours pris, malgré lui, dans les contraintes du stéréotype et de l'idée reçue. Le stéréotype apparaît comme la forme emblématique du déjà-dit, une forme d'impensé, inscrite à même la langue :

« Les signes dont la langue est faite, les signes n'existent que pour autant qu'ils sont reconnus, c'est-à-dire pour autant qu'ils se répètent ; le signe est suiviste, grégaire ; en chaque signe dort ce monstre : un stéréotype : je ne puis jamais parler qu'en ramassant ce qui *traîne* dans la langue » (Barthes, 1978, p. 15 ; OC V, p. 432).

Comme Flaubert, Barthes pose la question de l'étrange familiarité du stéréotype dans lequel nous sommes pris :

« **Sed contra**

Très souvent, il part du stéréotype, de l'opinion banale *qui est en lui*. Et c'est parce qu'il n'en veut pas (par réflexe esthétique ou individualiste) qu'il cherche autre chose ; habituellement, vite fatigué, il s'arrête à la simple opinion contraire, au paradoxe, à ce qui dénie mécaniquement le préjugé (par exemple : "il n'y a de science que du particulier"). Il entretient en somme avec le stéréotype des rapports de contrage, des rapports familiaux » (Barthes, 1975, p. 164 ; OC IV, p. 735-736).

Le stéréotype, ainsi considéré, participe de la *doxa* : « La *Doxa* (mot qui va revenir souvent), c'est l'Opinion publique, l'Esprit majoritaire, le Consensus petit-bourgeois, la Voix du Naturel, la Violence du Préjugé » (Barthes, 1975, p. 51 ; OC IV, p. 627). Barthes met ainsi au centre de la problématique du stéréotype la question de son énonciation et de sa réénonciation : le phénomène touche l'énonciateur, comme le récepteur. On ne peut se défaire du stéréotype sans poser une nouvelle affirmation, qui risque elle-même de se figer en idée reçue, dans un mouvement infini :

« Formations réactives : une *doxa* (une opinion courante) est posée, insupportable ; pour m'en dégager, je postule un paradoxe ; puis ce paradoxe s'empoisse, devient lui-même concrétion nouvelle, nouvelle *doxa*, et il me faut aller plus loin vers un nouveau paradoxe » (Barthes, 1975, p. 75 ; OC IV, p. 649-650).

C'est la possibilité même d'énoncer et d'écrire qui est en cause :

« En 1971, l'expression “idéologie bourgeoise” s'étant considérablement rancie et commençant à “fatiguer”, tel un vieux harnais, il en vient (discrètement) à écrire “l'idéologie *dite* bourgeoise”. Ce n'est pas qu'il dénie un seul instant à l'idéologie sa marque bourgeoise (bien au contraire : que serait-elle d'autre ?) ; mais il lui faut *dénaturer* le stéréotype par quelque signe [...] » (Barthes, 1975, p. 93 ; OC IV, p. 666).

La leçon flaubertienne disait qu'on ne peut contrer les idées reçues en s'y opposant : on ne peut sortir des idées reçues ni du stéréotype. Le modèle flaubertien informe cette réflexion sur le stéréotype par sa fascination pour la bêtise (la *doxa*, dit Barthes, « c'est Méduse : elle pétrifie ceux qui la regardent »), et par les choix d'écriture qu'il propose. Barthes souligne la spécificité énonciative de *Bouvard et Pécuchet*, l'œuvre ultime de Flaubert, où nul ne surplombe la bêtise :

« Le seul pouvoir de l'écrivain sur le vertige stéréotypique (ce vertige est aussi celui de la “bêtise”, de la “vulgarité”), c'est d'y entrer sans guillemets, en opérant un texte, non une parodie. C'est ce qu'a fait Flaubert dans *Bouvard et Pécuchet* » (Barthes, 1970, p. 105 ; OC III, p. 200).

Au-delà du stéréotype proprement dit et de son énonciation, la réflexion de Barthes ouvre sur une recherche plus générale des formes de l'évidence dans le discours. Dans *Sarrasine* de Balzac, Barthes identifie les références aux « codes culturels », ou « codes de savoir ou de sagesse auxquels le texte ne cesse de se référer », dont participe le « code gnomique » (Barthes, 1970, p. 25 ; OC III, p. 133). Au début de la nouvelle : « J'étais plongé dans une de ces rêveries profondes qui saisissent tout le monde, même un homme frivole, au sein des fêtes les plus tumultueuses », l'expression figée « fête tumultueuse » se rattache ainsi à un énoncé-noyau « proféré par une voix collective, anonyme, dont l'origine est la sapience humaine », dont la transformation proverbiale pourrait être : « À fêtes tumultueuses, rêveries

profondes. » L'indication « il y a fête » – qui signifie, avec d'autres indices, la richesse de la famille – est « donnée ici obliquement ».

La lecture de Barthes incite à rechercher les modes de présentation de l'évidence qui contribuent à la réaffirmation des idées reçues. Les études littéraires ont été fortement marquées par cette critique généralisée de la *doxa*, dans le prolongement de la critique flaubertienne des idées reçues. Mais dans cette perspective du soupçon à l'égard du déjà-dit, et du déjà-pensé, idées reçues, *doxa* et stéréotype ont partie liée, sans véritable distinction terminologique.

Dans *Les Idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Ruth Amossy voit dans cette hantise généralisée de la *doxa* un signe distinctif de notre époque. À rebours d'une tradition longtemps majoritaire, elle insiste non seulement sur la bivalence du stéréotype, mais aussi sur ses fonctions constructives. Pour R. Amossy, le stéréotype doit être étudié comme un phénomène distinct du cliché ou du lieu commun. À la croisée des sciences sociales et des études littéraires, il se définit comme une représentation sociale, un schème collectif figé qui correspond à un modèle culturel daté. En tant que tel, il est constitutif du texte qui peut travailler à le déjouer, mais non s'en passer. Par ailleurs, si les sciences sociales mettent en valeur l'idée de représentation collective, l'approche littéraire conduit à ne pas décrire uniquement le stéréotype « en termes d'idée et d'opinion », comme le fait la psychologie sociale, à partir de questionnaires. L'analyse de l'énonciation littéraire prend en considération le jeu avec la croyance qui s'établit entre le texte et les représentations qu'il met en œuvre. Enfin, R. Amossy montre que la conscience moderne du stéréotype a suscité diverses stratégies d'exploitation des schèmes collectifs figés. Elles sont analysées dans plusieurs types de textes : la fiction d'épouvante, les autobiographies des stars hollywoodiennes, et les écrits féministes, de Colette à Hélène Cixous.

On peut rapprocher de cette réflexion la tentative de Marc Angenot de construire la notion d'**idéologème** (en référence aux travaux de Bakhtine), afin de mieux délimiter les composantes de la *doxa*. Maxime sous-jacente au développement argumentatif d'un énoncé, l'idéologème s'incarne aussi

dans des formules figées, proches du stéréotype : « Ce n'est pas nécessairement une locution unique, mais un complexe de variations phraséologiques, une petite nébuleuse de syntagmes plus ou moins interchangeables » (Angenot, 1989, p. 894). Le champ d'études n'est alors pas seulement le texte littéraire, mais le discours social, qui reçoit une extension très vaste :

« [...] tout ce qui se dit et s'écrit dans un état de société ; tout ce qui s'imprime, tout ce qui se parle publiquement ou se représente aujourd'hui dans les médias électroniques. Tout ce qui narre et argumente, si l'on pose que *narrer* et *argumenter* sont les deux grands modes de mise en discours » (Angenot, 1989, p. 13).

On voit que, dans ce champ discursif étendu, la littérature occupe une place très relative, mais elle est mise en perspective par la confrontation avec d'autres formes de discours. L'idéogème prend toute sa valeur dans ce corpus. Ce qui intéresse l'analyste, ce sont les variations et les transformations discursives de l'énoncé figé, d'un contexte à l'autre :

« Et dans un état du discours social, l'idéogème n'est pas monosémique ou monovalent ; il est malléable, *dialogique* et *polyphonique*. Son sens et son acceptabilité résultent de ses migrations à travers les formations discursives et idéologiques qui se différencient et qui s'affrontent, il se réalise dans les innombrables décontextualisations et recontextualisations auxquelles il est soumis » (Angenot, 1989, p. 894).

Ainsi, dans l'état du discours social de 1889, l'expression « la lutte pour la vie », récurrente, est un idéogème particulièrement intéressant par ses variations dans des contextes en relation d'interdiscursivité. M. Angenot en étudie la migration, du discours scientifique darwinien à sa réinterprétation dans le discours de presse et la littérature : dans cette configuration, l'origine darwinienne de la formule est partie intégrante de l'idéogème. « Toujours détaché d'une évolution vraiment transformiste, même dans la métaphore sociologique », l'idéogème-stéréotype « la lutte pour la vie » finit par « dénoter un caractère d'une société moderne, moralement décadente, régulée par le seul axiome du “chacun pour soi” et du “malheur aux faibles” » (Angenot, 1989, p. 897-898). « La lutte pour la vie » sert de thème porteur à une série d'œuvres de second rang, dont le mélodrame de

Daudet *La Lutte pour la vie*, qui amalgame à la thématique darwinienne « doxique » la propagande antiparlementaire et antisémite et le thème du « droit au crime », venu du roman dostoïevskien. Dans cette sociocritique des discours, l'idéologème analysé dans le texte littéraire devient l'élément d'un dialogue avec l'interdiscursivité d'une période donnée. (Voir aussi l'analyse du discours p. 124, chapitre 4).

Études sociocritiques du cliché et du stéréotype

La place de la littérature est beaucoup plus importante dans la *sociocritique* fondée par les travaux de Claude Duchet, comme une théorie de la socialité du texte. « Les études sociocritiques se présentent essentiellement comme méthodes d'analyse sociale des textes [...]. Non pas le politique hors du texte, mais le social dans le texte, ou encore le texte comme pratique sociale précisément en tant que pratique esthétique [...] » (Duchet-Tournier, 1994). Dans ce cadre, les études sociocritiques privilégient l'analyse des « médiations entre l'œuvre et le monde dont elle procède et dans lequel elle s'inscrit ». Dans les travaux inspirés de cette approche, les clichés et les stéréotypes apparaissent comme des relais essentiels du texte avec son en-dehors, avec la rumeur anonyme d'une société et ses représentations. Ils sont des lieux sensibles de condensation et de production du sens dans le texte littéraire. Dans cette optique, ils ne sont pas non plus séparés de l'inscription des idées reçues.

L'approche est indissociablement liée à une réflexion sur le pouvoir de la fiction narrative des XIX^e et XX^e siècles et sur son lien avec les représentations imaginaires du social et de l'histoire. La question qui se pose est en effet : que peut montrer la fiction, qui échappe à la représentation conceptuelle ? Et, en particulier, comment figure-t-elle les mouvements d'opinion, et l'imaginaire social (les imaginaires sociaux) d'une époque ? Comment cette représentation inscrit-elle aussi les traces de l'histoire ? On voit que, dans ce dispositif, les clichés et les stéréotypes jouent un rôle fondamental : comme médiateurs entre individus et société, comme filtres et traces, dans le texte littéraire, de la socialité.

À l'articulation de la poétique et de la sociocritique, la synthèse déjà signalée (p. 59) de R. Amossy et E. Rosen (1982), renouvelle l'étude des clichés, en organisant leur approche selon des « classes de discours », définies par la visée générique des textes et leur ancrage historique. Elle lie de façon indissociable l'enjeu poétique (l'intérêt pour les formes littéraires et leurs transformations, pour les relations d'intertextualité) et l'enjeu sociocritique (l'inscription de la socialité et de l'histoire dans le texte). Ainsi, pour prendre l'exemple de Balzac dans la catégorie du « discours réaliste », dans *Eugénie Grandet*, les clichés sont utilisés pour construire un monde vraisemblable de lieux et de personnages. Mais ils servent aussi à démystifier les valeurs d'une société. Une telle analyse souligne à quel point le cliché est au cœur de l'esthétique réaliste : le romancier se sert de sa banalité et de ses virtualités représentatives dans un système socioculturel que le lecteur est supposé partager. L'expression « jaune comme un coing » appliquée à Mme Grandet, produit un effet de réel par référence à des normes reçues. Mais la comparaison se trouve remotivée par une série d'autres images au fil du récit (celle de « fruits qui n'ont plus saveur ni suc » et celle de l'or), qui font du cliché l'élément clé du système interprétatif du roman, une image de la dépossession de Mme Grandet.

L'Éducation sentimentale de Flaubert (1869) met en œuvre une représentation de l'histoire à travers les clichés et les stéréotypes. Françoise Gaillard (1981) a montré le rôle de l'appel au « bras de fer » dans les conversations des notables après les journées de juin 1848. La voix du père Roque, féroce garde national et bon père de famille, qui se fait entendre au dîner Dambreuse dans *L'Éducation sentimentale*, rejoint celle de Foureau, le maire de Chavignolles, dans *Bouvard et Pécuchet* : « M. Roque voulait pour gouverner la France “un bras de fer” ». Au déjeuner chez le comte de Faverges, Foureau exprime, lui aussi, son opinion : « Je ne fais pas de discours, moi ! Je ne suis pas un journaliste et je vous soutiens que la France veut être gouvernée par un bras de fer ! » Plus qu'une stéréotypie, la reprise de l'appel au « bras de fer » marque une « stéréophonie » (F. Gaillard) des opinions et des intérêts. Signe de ralliement du parti de l'ordre qui prend force après juin 1848, le cliché reçoit toute son efficacité

du pouvoir finalement victorieux. « Hiéroglyphe du pouvoir salvateur » (F. Gaillard), il est l'indice dans le texte, et l'emblème, du mouvement politique qui conduit au Second Empire. L'article « Bras » du *Dictionnaire des idées reçues* (« Pour gouverner la France, il faut un bras de fer ») retrouve dans le roman une situation historique : « la bêtise est une parole située » (F. Gaillard).

La scène de la « prise des Tuilleries » dans *L'Éducation sentimentale*, au premier jour de la Révolution de 1848, offre un autre exemple d'emploi des clichés, cette fois comme trace d'un imaginaire du peuple et d'une critique de la souveraineté populaire (Herschberg Pierrot, 1981). Dans ses brouillons, Flaubert avait considérablement développé et filé la métaphore de la bestialité de la foule en marche et celle de la marée révolutionnaire, dont le texte définitif ne garde la trace que sous la forme de clichés (« cette masse grouillante qui montait toujours, comme un fleuve refoulé par une marée d'équinoxe, avec un long mugissement, sous une impulsion irrésistible »). Les clichés condensent ainsi tout un développement imaginaire, explicitement péjoratif, censuré par l'écrivain. De même, l'exclamation de Hussonnet (« Voilà le peuple souverain ! ») devant un « prolétaire » assis sur le trône, ne laisse en place que la mention ironique et ambiguë d'une formule-stéréotype, dont joue le texte. Les brouillons ravivaient, en revanche, la valeur sémantique de « souverain », et développaient l'idée du peuple devenu roi à son tour : en somme un échange de monarques. L'étude génétique permet de mieux comprendre le rôle des clichés dans l'écriture flaubertienne. Ils ont un rôle stratégique majeur dans une écriture fondée sur l'indétermination interprétative. Ils laissent affleurer dans le texte publié des représentations du peuple révolutionnaire, qu'ils condensent et fondent dans la trame romanesque. S'ils procèdent d'une poétique citationnelle, et intertextuelle (comme, par exemple, la métaphore prudhommesque du « vaisseau de l'État »), ils relèvent aussi d'une composante idéologique. Ils inscrivent des modes de pensée préconstruits, des normes, des jugements préétablis, qui apparaissent comme des évidences sans origine et sans histoire (Herschberg Pierrot, 1980 et chapitre 4, p. 124). Les clichés romantiques et les fantasmes aristocratiques de

Madame Bovary ont aussi pour contrepartie un imaginaire stéréotypé du peuple, que Flaubert laisse enfoui dans l'archive du roman. Dans ses rêveries, la nuit, elle imagine la vie parisienne, « classée en tableaux distincts », composée du monde des ambassadeurs, des duchesses et des artistes (*Madame Bovary*, I, 9). « Quant au reste du monde, il était perdu sans place précise, et comme n'existant pas. » Cependant, dans les brouillons du passage, cette phrase remplace, de façon inattendue, toute une vision du peuple, déroulant des clichés mélodramatiques : « le peuple en haillons, les yeux rouges qui couche tout nu dans sa paillasse, qui pue l'eau de vie et bat sa femme, assassine les gens dans les auberges et pour lequel on fait des quêtes » (Herschberg Pierrot, 2007, p. 105). Dans le texte final, cet imaginaire social du peuple, nourri de clichés, est remplacé par la mention du vide.

Mais le texte de Flaubert est aussi porteur de stéréotypes, au sens de schèmes de représentations figés. Henri Mitterand a étudié celui « du » socialiste dans *L'Éducation sentimentale*, à propos du personnage de Sénécal (*Le Discours du roman*, 1980). La présentation initiale de Flaubert : « la lourde charretée des écrivains socialistes, ceux qui réclament pour l'humanité le niveau des casernes, ceux qui voudraient la divertir dans un lupanar ou la plier sur un comptoir », elle-même lourde de préconstruits, est reliée à la mise en œuvre d'une stéréotypie « du » socialiste dans tout le portrait de Sénécal. Comme le remarque H. Mitterand, il manque un mot, dans tout le développement – le mot « socialisme », remplacé par « les représentations qu'il évoque dans la configuration idéologique de Flaubert ». « Le déluge des métaphores crée un effet d'évidence et masque l'idée reçue » (H. Mitterand).

Analyses interculturelles et imagologie

C'est dans le prolongement de la réflexion sociocritique que H.-J. Lüsebrink (1996) propose une critique littéraire interculturelle attentive à la perception littéraire de l'Autre. Dans son étude de l'exotisme littéraire, et en particulier du *Roman d'un spahi* de Pierre Loti (1881), il

effectue d'abord une analyse sémantique interne qui dégage le stéréotype de l'Africain mis en place par le texte. Les termes qui décrivent l'amante sénégalaise du soldat colonial (le « spahi ») lui attribuent des traits physiques, un charme sensuel, une animalité, un penchant au mensonge, à la perversité et à la superstition, qui la rattachent à un type ethnique. Cette image raciale ambivalente est ancrée dans l'idéologie coloniale française de la Troisième République (1871-1914), laquelle s'opposait au mélange des populations indigène et française. La confrontation du texte de Loti, proche d'un imaginaire de la pureté des races, avec d'autres discours d'époque qui traitent de l'Africain, permet de montrer que cette vision s'oppose à des discours coloniaux concurrents. Elle se distingue en particulier d'un courant paternaliste représenté par l'écrivain Georges Hardy qui voit dans les Noirs de grands enfants susceptibles d'évolution, image que divulgue à partir de 1917 la fameuse publicité de la marque de cacao Banania. Le stéréotype prend sens dans sa mise en perspective sur d'autres discours d'époque avec lesquels il entretient des rapports de proximité ou d'opposition. Il doit également être situé dans son contexte historique propre : le même personnage de l'Africain dans un paysage de palmiers et de forêts tropicales renvoie, chez Bernardin de Saint-Pierre (*Paul et Virginie*, 1788), à la critique de l'esclavage des nègres et à l'utopie d'une société égalitaire.

Semblable analyse du stéréotype dans le cadre d'une étude globale des représentations littéraires de l'Autre est l'objet que se donne une branche importante de la littérature comparée, l'**imagologie**. Fondée sur la perspective interculturelle qu'exemplifie l'analyse précédente de l'exotisme, elle interroge les « modalités selon lesquelles une société se voit, se pense en rêvant l'Autre » (Pageaux, 1994, p. 60). Les relations interethniques et interculturelles sont saisies, non pas tant au niveau de leur réalité effective que dans la manière dont elles sont pensées, perçues, fantasmées : Joep Leerssen, dans une mise au point sur l'histoire et la méthode de l'imagologie dans les études littéraires (2007), souligne bien que l'imagologie traite de représentations discursives en prise sur un imaginaire, non du réel. Sans doute cette étude des relations entre groupes rappelle-t-

elle les investigations des sciences sociales et recoupe-t-elle l'imagologie pratiquée par les ethnopsychologues (voir chapitre 2, p. 57). Elle en diffère cependant dans la mesure où elle privilégie les textes fictionnels, dans lesquels un imaginaire d'époque s'exprime de façon privilégiée à travers un dispositif littéraire. Cet imaginaire social, qu'explore également la sociocritique, est ici soumis à une approche comparatiste. Elle confronte les représentations de la culture « regardante » et de la culture « regardée » : par exemple, l'image stéréotypée de l'Espagne dans la littérature française au XIX^e siècle (la *Carmen* de Mérimée), et celle qu'en offrent les textes espagnols qui parfois utilisent les mêmes termes, mais ne leur donnent pas le même sens.

D.-H. Pageaux tente de distinguer l'image à proprement parler, qu'il définit comme la représentation d'une réalité culturelle, du stéréotype, qu'il considère sous le signe de la péjoration comme une image réductrice, monosémique (elle transmet un message unique), essentialiste (les attributs reflètent une essence du groupe) et discriminatoire (elle est liée au préjugé et au refus de la différence). Ce point de vue, qui s'inspire manifestement d'un courant des sciences sociales (voir chapitre 2), permet de dénoncer une attitude de fermeture à l'Autre au profit d'une vision positive du rapport identité/altérité. Il est cependant symptomatique que la procédure élaborée pour dégager du texte une image de l'Autre se présente comme une analyse de mots-clés attentive aux traces de répétition, au comptage des occurrences, à l'adjectivation et aux processus de qualification. Il s'agit bien d'une étude du stéréotype, comme en convient Pageaux lui-même : « le mot dont il est question ici n'est pas éloigné dans sa nature et sa fonction du stéréotype » (1994, p. 66). On peut dès lors se demander ce qui différencie le stéréotype de l'image comme représentation culturelle. Dans quelle mesure la distinction reste-t-elle opératoire ?

Quoi qu'il en soit, l'imagologie propose, comme l'analyse sociocritique, une approche dynamique qui ne se contente pas de relever des images et des stéréotypes dans les textes littéraires. Pour D.-H. Pageaux, il s'agit de passer de l'inventaire à « l'examen de la production du texte », de « voir [...] comment les rapports de Je avec l'Autre se transforment en conscience

énonciative » (1994, p. 67). C'est la reprise et la modulation du stéréotype ou du cliché dans un texte littéraire où il est retravaillé qui lui confère sa signification et son impact. Les figures de style figées « jaune comme un coing » ou « un bras de fer », les stéréotypes du socialiste, de l'Africaine ou de l'Espagne, s'insèrent dans des discours romanesques particuliers et ne peuvent être analysés qu'en contexte. Même lorsqu'ils ne sont pas expressément déconstruits, ils sont pris en charge par un discours qui comporte son dispositif énonciatif, ses contraintes génériques, son esthétique propre. Ils s'intègrent dans un texte littéraire qui les dynamise et les resémantise dans un rapport prégnant à l'imaginaire social.

De la problématique de la *doxa* aux lectures sociocritiques des clichés et des stéréotypes, le point commun est la reconnaissance de l'historicité et de la socialité du langage et des textes. L'approche sociocritique et imagologique invite à une analyse des représentations, des savoirs socioculturels et politiques à l'œuvre dans le texte, à une recherche des savoirs préconstruits et des modes d'impensé. Mais, tout comme la poétique et la sémiotique, elle vise une productivité du sens interne au texte, dans lequel le lecteur peut tracer ses différents parcours interprétatifs.

En revanche, la définition du stéréotype en termes de construction de lecture implique l'ouverture du texte sur un en-dehors qui lui est indispensable. C'est ici que le lecteur entre en scène : il est partie prenante dans la représentation critique.

3. Stéréotype et lecture

Le stéréotype comme construction de lecture

Le cliché n'existe pas en soi : il faut qu'un lecteur le repère en le rapportant à du déjà-dit. « Belle comme le jour » ou « bête comme ses pieds » n'apparaissent comme des clichés que si le récepteur y voit des figures lexicalisées et usées. C'est à lui qu'il appartient de juger s'il y a banalisation de l'effet de style, ou tout simplement emploi d'une figure

d'analogie. En d'autres termes, l'existence du cliché est tributaire de sa lecture. D'où le besoin qu'avait éprouvé Riffaterre d'introduire la figure du lecteur dans sa définition du cliché (voir chapitre 3, p. 65), sous la forme d'ailleurs controversée d'un « archilecteur » ou instance objective représentant une somme de lectures. Désormais, le texte ne peut être analysé dans sa clôture. Il dépend de la réaction du lecteur, des modalités au gré desquelles il absorbe ou dénonce les traces de banalité, apprécie ou ignore les jeux du texte avec les formules figées. La réflexion sur le cliché débouche tout naturellement sur une analyse de l'interaction du texte et du lecteur, c'est-à-dire de la réception.

Dans *Les Idées reçues*, Ruth Amossy souligne que l'intervention du lecteur est plus déterminante encore lorsqu'on quitte le plan de la répétition littérale sur lequel se situe le cliché, pour aborder le stéréotype. Le cliché, en effet, affleure à la surface du discours sous la forme d'une expression toute faite immédiatement repérable : « une douceur angélique », « un teint de lait », « blonde comme les blés ». Le stéréotype, au contraire, ne se laisse pas toujours saisir à la surface du texte. Non seulement, l'image familière de la femme douce, fragile et pure ne se coule pas nécessairement dans des formules figées, mais encore elle autorise une multiplicité de variations. Dans le roman populaire du XIX^e siècle, par exemple, la pureté de la jeune fille est donnée à voir dans des traits physiques comme la limpidité des yeux bleus et la blancheur du teint. À l'intérieur de ce paradigme, les portraits peuvent utiliser des termes et des tours diversifiés. Aussi les textes peuvent-ils présenter la même vision stéréotypée de la femme sans pour autant se répéter littéralement.

Dès lors la tâche du lecteur va en s'amplifiant. Il lui incombe de dégager un schème abstrait à partir de données souvent indirectes, éparses ou lacunaires. En effet, c'est souvent par ses comportements plutôt que par un portrait en bonne et due forme que se signale un personnage romanesque. Le destinataire doit rassembler des notations dispersées, inférer des traits de caractère à partir de situations concrètes et reconstruire l'ensemble en le rapportant à un modèle préexistant. C'est ainsi qu'il retrouve le Gascon dans les scènes hautes en couleur des *Trois*

Mousquetaires ou encore la mère envahissante au grand cœur dans les épisodes comiques de *La Promesse de l'aube* (Romain Gary). Parfois il interprète un élément inattendu en le rabattant sur l'attribut traditionnellement rattaché à la catégorie désignée. Ainsi, dans *Le Cousin Pons*, le vieux Juif Magus exhibe un « nez en obélisque », forme nasale non répertoriée qui est néanmoins aisément assimilée au nez juif de bonne mémoire (Amossy, 1991, p. 23).

En bref, le lecteur active le stéréotype en rassemblant autour d'un thème (jeune fille, Juif, Gascon) un ensemble de prédicts qui lui sont traditionnellement attribués. Il le fait par un processus :

- de sélection : il choisit les termes qui lui paraissent pertinents ;
- d'élagage : il renvoie au rang de restes ou de détails ce qui n'entre pas dans le schéma ;
- d'assemblage : il réunit des portions de discours dispersés dans l'espace de l'œuvre ;
- de déchiffrement : il interprète dans son sens des notations indirectes comme le teint de lys ou le nez en obélisque.

Le stéréotype est donc mis en place à partir d'une véritable activité de déchiffrement qui consiste à retrouver les attributs d'un groupe, d'un objet... à partir de formulations variées. En d'autres termes, le stéréotype n'existe pas en soi ; il ne constitue ni un objet palpable ni une entité concrète : il est une *construction de lecture* (Amossy, 1991, p. 21-22).

C'est bien entendu en le rapportant aux modèles préétablis de la collectivité que le lecteur dégage le schème stéréotypé. Il faut que la représentation littéraire renvoie à une image culturelle d'ores et déjà familière pour qu'il puisse la retrouver. Dans la littérature patriotique qui suit la défaite de 1870, par exemple, l'Allemand est présenté à travers des descriptions et des épisodes narratifs aussi nombreux que diversifiés. Le public n'en reconnaît pas moins dans ces modulations la représentation du militaire brutal, goinfre, ivrogne, un géant heureux de détruire : il repère l'image qui s'était imposée en France à l'issue de la guerre franco-prussienne. Sans doute le public de la première moitié du xix^e siècle,

habitué à l'image du bon Allemand rêveur, artiste, naïf, dénué du sens de l'humour, celui qu'exemplifie le musicien Schmucke dans *Le Cousin Pons* de Balzac, aurait-il été incapable de retrouver dans le portrait du soldat violent et barbare la représentation collective de l'Allemand. L'activation du stéréotype dépend donc à la fois de la capacité du lecteur à construire un schème abstrait et de son savoir encyclopédique, de sa *doxa*, de la culture dans laquelle il baigne.

Le stéréotype dans le procès de lecture

On voit donc l'importance du lecteur dans la mise au jour des stéréotypes : pas de stéréotype sans activité lectrice. Les théories de la lecture insistent corollairement sur la centralité des schèmes figés pour la lecture du texte littéraire : pas d'activité lectrice possible sans stéréotypes. La question est d'importance pour tous ceux qui considèrent que le texte n'existe pas en soi et que l'intervention du récepteur peut seule construire les significations de l'œuvre et l'instituer comme objet esthétique. Dans cette perspective, tous les théoriciens de la réception cherchent à dégager les principes régulateurs de l'interaction texte/lecteur. C'est dans cette perspective qu'ils font intervenir la stéréotypie au sens large, à ses différents niveaux. Qu'ils soient verbaux (syntaxe, lexique, style) ou thématico-narratifs (thèmes et symboles, fonctions et séquences narratives, structures discursives), les stéréotypes fournissent des assises au déchiffrement. C'est à partir d'eux, en les reconnaissant et en les activant, que le récepteur peut s'engager dans une activité de construction du sens.

À titre d'exemple, mentionnons le *Lector in fabula* d'Umberto Eco qui analyse la réception en termes de coopération interprétative entre le texte et son lecteur. Suivant en cela les propositions du théoricien allemand Wolfgang Iser, Eco considère que l'œuvre littéraire stimule l'activité lectrice autant par ce qu'elle ne dit pas que par ce qu'elle énonce. Le texte comporte des blancs, des vides, des ruptures, des strates d'implicite qu'il revient au lecteur d'activer. Par lecteur, Eco n'entend pas le public empirique, mais un Lecteur/8 r modèle, celui que prévoit le texte, « celui qui est capable de

coopérer à l'actualisation textuelle de la façon dont [...] l'auteur le pensait » (Eco, 1985, p. 68). Pour qu'il puisse déchiffrer l'œuvre à bon escient, il faut que le lecteur maîtrise un dictionnaire de base (le lexique de la langue utilisée), mais aussi qu'il possède une compétence encyclopédique comprenant des scénarios préfabriqués. C'est à ce point précis qu'intervient la stéréotypie.

En effet, le récit ne peut être interprété qu'à partir de l'inférence de scénarios préexistants. Ces scénarios sont aussi bien communs qu'intertextuels. Dans le premier cas, Eco reprend la notion de *frame*, ou « structure de données qui sert à représenter une situation stéréotype comme être dans un certain type de salon ou aller à une fête d'anniversaire pour enfants. Chaque *frame* comporte un certain nombre d'informations » (1985, p. 103), autorisant ainsi une certaine mesure de prévisibilité. Il s'agit là d'un savoir commun à tous les membres d'une même communauté culturelle. Dans le second cas, le sémioticien évoque des scénarios empruntés à la littérature et dont la connaissance n'est pas nécessairement partagée par tous les lecteurs d'une même communauté. Ce sont les scénarios intertextuels qui comprennent les formes génériques (le conte de fées, la comédie, le roman policier...), les scénarios motifs (la jeune fille persécutée ; y sont déterminés acteurs, séquences, décors, mais non la succession des événements) et les scénarios situationnels (le duel du bandit et du shérif). Le déchiffrement serait, en partie au moins, dominé par l'application de scénarios pertinents.

Ainsi, pour rendre compte de la différence entre : « Charles fait l'amour avec sa femme deux fois par semaine. Pierre aussi », et « Charles promène son chien tous les soirs. Pierre aussi », il ne suffit pas d'avoir une compétence linguistique, il faut faire appel à des schèmes préexistants. L'ambiguïté du premier exemple, qui tranche avec la non-ambiguïté du second, vient de ce qu'il y a des scénarios établis en ce qui concerne les triangles adultères, alors qu'il n'en existe pas concernant les rapports entre les animaux domestiques et les hommes. Le lecteur n'applique donc qu'à la première séquence le modèle du trio : il ne lui vient pas à l'idée que deux hommes puissent aspirer à promener le même chien.

Les diverses modalités selon lesquelles les théories de la lecture ont recours à la stéréotypie sont examinées dans l'ouvrage de Jean-Louis Dufays, *Stéréotype et lecture* (1994). Élargie aux dimensions de tout schème conventionnel, la stéréotypie devient chez J.-L. Dufays le fondement même de la lecture. Pour lui, « apprendre à lire, c'est d'abord apprendre à maîtriser des stéréotypies », c'est-à-dire repérer des constellations figées, des schèmes partagés par une communauté donnée.

Ainsi dans « L'Albatros » de Baudelaire, le lecteur, pour déchiffrer le poème, doit d'abord reconnaître des expressions comme « rois de l'azur » ou « gouffres amers » sur le plan stylistique. Il active ensuite sur le plan sémantique des structures familières comme l'opposition entre un héros noble et un groupe malveillant, ou encore le *topos* romantique du poète maudit, génial mais méconnu. Dufays insiste sur le fait que la permanence de ces systèmes de stéréotypes assure seule la lisibilité du poème aujourd'hui. Il note que d'autres stéréotypes, sensibles à l'époque, ont disparu de nos jours : ainsi, par exemple, le thème de l'albatros célébré dans son humanité et sa dignité, qui était en passe de devenir un motif conventionnel, ne fait plus partie de notre mémoire culturelle. En revanche, Dufays pense que le lecteur d'aujourd'hui peut activer des représentations prégnantes dans l'imaginaire collectif contemporain. Parmi celles-ci, figurerait en bonne place celle de l'oiseau martyr victime de la pollution (1994, p. 35). Le repérage des clichés stylistiques et des thèmes ne suffit pas : le lecteur passe nécessairement par la reconnaissance d'un scénario. « On a ici une scène de moquerie collective structurée selon le schéma : ennui initial – recherche d'une distraction – choix d'une victime – mise en évidence de celle-ci – dénonciation moqueuse de son aspect ridicule – escalade dans la moquerie. » Intervient également un schéma générique, celui de l'apologue qui fait suivre le récit d'une morale (1994, p. 155).

La stéréotypie est ici envisagée dans le sens le plus général du terme et étendue aux macrostructures. C'est que l'objectif consiste à expliquer comment, à partir d'éléments d'ores et déjà familiers, le texte se laisse apprêhender, interpréter et goûter. À ce niveau, les notions spécifiques de cliché et de stéréotype perdent de leur autonomie et s'intègrent (comme

dans la sémiotique de Riffaterre ou dans la poétique du récit) dans une stéréotypie généralisée au sein de laquelle tous les niveaux contribuent à l’interaction du texte et du lecteur. Processus qui ne va pas sans dissoudre la spécificité des notions de cliché et de stéréotype dans celles, très générales, de forme fixe, de scénario familier – ou de forme littéraire tout court.

Pour les théoriciens de la lecture, le déchiffrement ne consiste cependant pas à retrouver dans le texte des stéréotypies, moins encore à réduire le texte aux schémas préfabriqués qu’on connaît déjà. En effet, nombreux sont ceux qui évaluent une œuvre à sa capacité à infléchir, modifier et éventuellement bouleverser les habitudes et les idées toutes faites du public de son époque. C’est ce qui ressort, par exemple, des notions d’« horizon d’attente » et de « changement d’horizon » que propose l’esthétique de la réception de Jauss. L’art « culinaire » serait celui qui « satisfait le désir de voir le beau reproduit sous des formes familières, confirme la sensibilité dans ses habitudes » (Jauss, 1978, p. 53) ; la grande œuvre serait au contraire celle qui « dépasse », « déçoit » ou « contredit » l’attente de son premier public. Prenons le cas du récit bien connu de Balzac, *Sarrasine*, où le protagoniste sculpteur séjournant en Italie tombe éperdument amoureux d’une diva de l’opéra. Il lui parle en ces termes :

« Oh ! Combien je vous aime ! reprit-il. Tous vos défauts, vos terreurs, vos pettesses, ajoutent je ne sais quelle grâce à votre âme. Je sens que je détesterais une femme forte, une Sapho, courageuse, pleine d’énergie, de passion. Ô frêle et douce créature ! Comment pourrais-tu être autrement ? Cette voix d’ange, cette voix délicate eût été un contresens, si elle fût sortie d’un corps autre que le tien. »

Le lecteur est invité à reconstruire l’image de la Femme par excellence, être angélique qui se caractérise par sa délicatesse, sa douceur, sa fragilité et une nature impressionnable qui la livre facilement à la peur. S’y oppose l’image incarnée par Sapho, femme virile qui se distingue par la force, l’énergie, le courage et la passion. Aux yeux de l’artiste, la femme fragile qui correspond à la *doxa* du xix^e siècle est celle qui réalise son idéal et éveille son désir. Or le récit de Balzac n’incite le lecteur à activer ce stéréotype que pour le mettre en question : en effet la Zambinella n’est pas une femme, mais un castrat. C’est toute une conception familiale de la

féminité qui se trouve dès lors remise en cause, entraînant ce que Jauss appelle un changement d'horizon.

Encore faut-il bien voir que l'activation des stéréotypes varie en fonction du bagage culturel du récepteur. Si le texte peut dénoncer des évidences et questionner des valeurs, il peut aussi faire l'objet de déchiffrements divers et à la limite contradictoires en fonction des stéréotypies qui guident l'activité lectrice. Les compétences encyclopédiques des publics varient en effet en fonction de paradigmes de classe, d'âge, de culture, d'époque... Eco souligne bien que la compétence culturelle et intertextuelle du lecteur empirique ne correspond pas nécessairement à celle que supposait le texte en instituant son Lecteur modèle. Ainsi le lecteur de notre fin de siècle peut voir dans la femme-ange une représentation romantique surannée par rapport à laquelle, contrairement au lectorat de la première moitié du XIX^e siècle, il prend dès l'abord une distance critique. Les familiers des théories féministes iront plus loin et retrouveront dans *Sarrasine* « la femme-eunuque » dont traite un classique du même nom de la littérature féministe américaine (Germaine Greer). Que le castrat puisse figurer illusoirement aux yeux d'un homme la femme idéale illustrera à leurs yeux la nature d'une conception erronée de la féminité et de la différence des sexes.

La question de la paralittérature

Contrairement aux textes qui retravaillent les schèmes figés et les expressions toutes faites, la littérature de masse ou « paralittérature » se nourrit de formes stéréotypées. Elle s'ajuste de la sorte à la demande du grand public, qui recherche des modes d'expression et des effets esthétiques immédiatement accessibles. Le lecteur moyen aime les personnages stéréotypés, les lieux communs dans lesquels il se retrouve en terrain familier. Contrairement aux textes d'avant-garde qui tendent à l'innovation en effectuant des ruptures parfois radicales avec les normes entérinées, la littérature de grande diffusion appâte son public en lui offrant les formes les plus connues, celles qu'il lui sera aisé de reconnaître et d'assimiler. Sont

particulièrement prisés, dans cette perspective, les thèmes et les expressions littéraires tombés en désuétude et relégués au rang de lieux communs, les « clichés démonétisés » (Lafarge, 1983, p. 55) empruntés à la culture légitime. Les sociologues de la littérature soulignent que la littérature destinée au grand public, appelée par Pierre Bourdieu « champ de grande production », doit éviter les ruptures de communication que risque d'entraîner l'usage d'un code inaccessible au consommateur moyen. De ce fait, elle ne peut se renouveler qu'en empruntant à la culture savante et en adaptant les thèmes d'ores et déjà connus de la littérature consacrée.

Le maniement non critique des formes éculées entraîne pour le public lettré et les spécialistes une dévalorisation que traduisent bien les notions de « paralittérature » ou de littérature de masse. On stigmatise les œuvres qui se contentent de reproduire sans distance critique des modèles stéréotypés. La condamnation n'est pas seulement esthétique : la plupart du temps, elle est aussi idéologique. On considère en effet que le récepteur, encouragé à une consommation rapide, une absorption passive, reste piégé dans les fausses évidences de la *doxa*. Il n'est pas étonnant, dans cette perspective, que l'analyse des œuvres de grande diffusion se donne souvent comme une entreprise de démystification. S'attachant aux textes dont raffole le grand public, elle dénonce les valeurs frelatées que cette lecture conforte.

C'est dans cette veine démystificatrice que Anne-Marie Dardigna étudie les récits d'*Intimité*, *Nous deux* et *Confidences*. Dans ces narrations schématiques comportant « un vocabulaire relativement pauvre et des situations sans grande variation : des stéréotypes, donc » (1984, p. 284), une jeune fille qui veut se libérer de certaines contraintes ou bienséances passe par une série d'épreuves qui la ramènent à l'ordre, c'est-à-dire à l'amour et à la soumission. L'héroïne doit faire preuve de qualités « féminines » comme la modestie, la discrétion, l'absence d'orgueil, la patience, l'abnégation, qui lui permettent de se soumettre à la sage autorité d'un homme pour trouver le bonheur. C'est le message conservateur de ce type de fiction, autant que son total manque d'inventivité, que dénonce avec véhémence l'analyste de la presse du cœur.

Notons cependant qu'il existe une seconde voie, qui refuse la condamnation en bloc et souligne le plaisir que procure la lecture populaire en examinant les besoins auxquels répond le stéréotype. Ainsi, dans *Le Roman d'amour et sa lectrice* (1997), Annik Houel considère qu'il ne faut pas se contenter de dénoncer la fonction aliénante des stéréotypes de la collection Harlequin, il faut examiner ce qu'ils cachent. Ils serviraient en l'occurrence à dissimuler les traits d'une demande féminine réprimée par notre société. En témoigne le personnage stéréotypé de l'amant, toujours musclé, viril, brun, aux yeux verts de félin. Or, selon A. Houel, ces « clichés servent surtout à recouvrir ce que le héros a, précisément, de moins viril : son aspect maternel » (1997, p. 126). Il apparaît en effet comme la mère à la fois maternante et toute-puissante pour une protagoniste qui est restée une petite fille. Peu de maternité dans ces romans : l'héroïne semble préférer le statut d'enfant à celui de mère. L'amant des séries Harlequin comblerait ainsi un rêve d'amour fou qui se ressourcerait à la relation idéalisée mère-fille.

De ces approches contrastées du roman sentimental, il semble ressortir que le lecteur (ou la lectrice) se doit d'adhérer aux schèmes collectifs figés, sans aucune possibilité de distanciation. Est-ce à dire que la paralittérature exclut tout rapport critique aux clichés et aux stéréotypes qu'elle charrie ? On peut penser que le lecteur qui garde lucidement ses distances n'accomplit pas le parcours prévu par le texte. Son déchiffrement l'amène à déconstruire et donc à dénoncer les images toutes faites auxquelles il était censé adhérer. Certaines études, comme la célèbre analyse d'Umberto Eco sur la série des James Bond, montrent cependant que les œuvres hautement stéréotypées peuvent séduire différents types de public et donner lieu à des lectures diversifiées. Uniquement désireux de construire une machine qui fonctionne, Fleming cherche, selon Eco, des oppositions élémentaires qu'il incarne dans des clichés, eux-mêmes fondés sur l'opinion commune. « En période de tension internationale, le méchant communiste devient un cliché, comme en est un, désormais historiquement acquis, le criminel nazi impuni. Fleming les emploie l'un et l'autre avec la plus grande indifférence » (Eco, 1966, p. 92). Le lecteur « sophistiqué » retrouve dès lors, non sans complaisance esthétique, des schèmes élémentaires traduits en images

actuelles. Ce faisant, il reconnaît Fleming « comme un des siens : le plus habile et le plus dépourvu de préjugés » (1966, p. 93). Dans le même ordre d'idées, les stéréotypes de la B.D. peuvent être prisés par ceux qui les repèrent comme par ceux qui s'y laissent prendre. Le schématisme de Bécassine, de Tintin ou du capitaine Haddock, quand il est perçu, flatte l'intelligence en appelant à l'« interprétation des codes d'appartenance des divers stéréotypes⁶ ».

Est-ce à dire que le lecteur non sophistiqué est condamné à la méconnaissance ? Il semble au contraire qu'il peut lui aussi reconnaître le caractère stéréotypé du texte sans pour autant le critiquer. La prévisibilité de la stéréotypie, et les jeux infinis de variations qu'elle engendre, lui offrent une prime de plaisir. C'est le principe du roman policier, dont Jacques Dubois rappelle qu'il « est tout entier fondé sur une vaste convention. On peut même dire qu'il porte à son comble la stéréotypie inhérente aux formes triviales en la soumettant à un codage subtil⁷ ». S'appliquant aux péripéties de l'intrigue et au système des personnages, la variation rhétorique dans le roman policier devient un principe de créativité. Quel que soit son niveau d'instruction, le lecteur est sensible à cette modulation dont il apprécie la part de répétition comme de nouveauté. Il en va de même dans la littérature d'épouvante, où les stéréotypes appartiennent à un répertoire de la peur qui comprend le fantôme, le vampire, le dément. Le public les accepte à la manière d'un jeu auquel il participe librement (Amossy, 1991, p. 121-142). Bien plus, les clichés de genre (« ses cheveux se dressèrent d'épouvante ») font peur parce qu'ils sont familiers : « JE N'AI BIEN PEUR QUE DES PEURS DE MA COLLECTIVITÉ », note Charles Grivel, qui ajoute : « La fable constitue ses objets d'angoisse [...] sur la base du savoir social⁸. » Et en effet, les stéréotypes sont source de suspense et de plaisir : on attend le moment où le cadavre se dressera sur son séant, où l'ombre se peuplera de fantômes. La répétition se donne comme la réalisation d'une promesse, en même temps que le code prête à d'infinites variations.

Par ailleurs, un certain type de paralittérature incite expressément le grand public au repérage des stéréotypes et des clichés. Des séries policières

comme Arsène Lupin, Rouletabille ou Sherlock Holmes attirent le regard critique du lecteur sur leurs effets de répétition et leurs procédures de clichage (Couégnas, 1992, p. 97-98). Dans une étude sur l'« utilisation du lieu commun et du stéréotype chez Édouard de Saint-Amour », on voit comment le roman populaire distancie lui aussi les stéréotypes médiévaux que *Madame Bovary* et *Bouvard et Pécuchet* tournent en dérision⁹. C'est dire que les textes désignés comme paralittéraires ne misent pas nécessairement sur l'incapacité du destinataire à repérer les schèmes collectifs figés et les figures usées.

Pour une didactique de la lecture

La prégnance du stéréotype dans le processus de lecture en fait un objet privilégié de réflexion pour les didacticiens. On propose désormais aux enseignants d'initier les élèves à la lecture littéraire en les familiarisant avec la notion de stéréotype et en les entraînant à l'analyse des schèmes figés. Ainsi se trouve dépassée la tradition qui consistait à condamner en classe toute trace de banalité. À la place de cette critique purement négative, Dufays propose une formation qui passe par la définition et le repérage du stéréotype. Il met en place une démarche qui lui semble appropriée dès la troisième année du secondaire. Les élèves sont mis en présence d'un éventail de textes divers : une page de roman-photo, des publicités, un extrait de B.D., etc., dont ils sont invités à relever les expressions et représentations communes et figées. Même lorsqu'ils ne connaissent ni le terme de stéréotype ni les notions apparentées, les élèves peuvent sans grandes difficultés retrouver les récurrences. Le professeur les initie alors à la définition du stéréotype et leur donne un autre ensemble de textes où ils sont utilisés au premier degré, mis à distance, ou encore exploités de façon ambivalente. Cet exercice permet de confronter les modalités d'énonciation et de réception des stéréotypes et développe les capacités d'analyse du jeune lecteur. Dans les classes terminales, Dufays suggère même un débat animé par des groupes d'élèves défendant chacun un point de vue sur la valeur des

stéréotypes à partir de lectures préalables : le droit de cité des lieux communs – J. Paulhan ; les aspects néfastes de la stéréotypie – R. Barthes ; la bivalence du stéréotype – R. Amossy (Dufays, Gemenne, Ledur, 1996, p. 233).

Cette initiation à la stéréotypie doit à la fois développer l'aptitude à la lecture et les capacités d'analyse des élèves. Elle leur permet d'évaluer le degré de novation d'un texte, de comprendre en même temps comment il se tisse au gré d'une reprise (singulière ou non) d'éléments préexistants. La découverte des possibilités de modulation et de transformation des matériaux stéréotypés stimule leur propre créativité. La lecture critique prépare des exercices d'écriture. En même temps, l'initiation au stéréotype leur permet de voir que les représentations en apparence les plus « naturelles » sont en fait reliées à une époque, à une façon datée de sentir et de penser. Cette compétence culturelle doit les aider à relativiser leurs propres croyances et à mieux comprendre la dimension sociale et idéologique du discours.

Dans quelle mesure, cependant, les élèves sont-ils capables de retrouver les stéréotypies pertinentes pour une bonne compréhension du texte ? Dans *Enseigner la lecture littéraire*, Annie Rouxel note que « ce que l'adulte perçoit dans les discours comme plaitudes ou recettes éculées est nouveau pour l'élève. Comment suppléer à son manque d'expérience et l'aider à percevoir ce qui, à force d'usage, s'est figé dans le langage et dans la pensée ? » (1997, p. 174). Elle tente de répondre à cette question en proposant un modèle d'enseignement qui veille à fournir aux jeunes lecteurs les éléments qui leur font défaut. Ainsi, pour lire la fameuse scène des Comices de Flaubert, elle suggère d'apporter en classe des documents, et d'éclairer par exemple le discours de Lieuvain par d'authentiques éloges du progrès et de l'agriculture. Les discours d'époque gagneront à être présentés dans une confrontation avec l'éloquence politique contemporaine¹⁰. A. Rouxel propose aussi d'apporter des extraits de la correspondance et des manuscrits de Flaubert qui permettront de mettre en évidence le travail de l'écrivain sur les clichés et les idées reçues.

Il faut en effet tenir compte, dans l'enseignement de la lecture, du savoir encyclopédique souvent réduit des élèves et de leur manque de familiarité avec les schèmes collectifs qui ne participent plus de leur bagage culturel.

Ainsi, la lecture d'un fragment de *La Chute* (1956) dans un cours de DEUG en 1997 montre à quel point la variabilité des lectures et la richesse du déchiffrement dépendent de la maîtrise des modèles culturels que fait jouer le texte de Camus. Le narrateur Clamence, qui manifeste des velléités de rejoindre la Résistance dans les années 1940 mais se dérobe sous divers prétextes, est reconstruit par les étudiants selon des paradigmes divers. Pour les uns, qui se reportent au débat public de ces dernières années sur le comportement du « Français moyen » pendant l'Occupation, il apparaît comme un homme de mauvaise foi qui n'avoue pas son appréhension à combattre les nazis. Pour ceux qui sont familiarisés avec la réflexion existentialiste, il se donne comme un homme qui se dérobe à son devoir d'engagement. Pour les étudiants de narratologie qui ne connaissent pas ces modèles culturels mais activent des modèles narratifs non contextualisés, il apparaît comme un anti-héros. Pour certains, enfin, la figure de Camus se construit à l'intersection de ces différents modèles. C'est en ce sens qu'on peut dire avec Dufays que la « richesse » d'une lecture dépend « de la quantité de stéréotypies qu'on y mobilise » (Dufays, 1994, p. 153). L'apprenant doit acquérir non seulement une aptitude à reconstruire les schèmes textuels, mais aussi la connaissance encyclopédique qui permet de les repérer en les ramenant à des modèles préexistants. C'est seulement alors qu'il peut retrouver et apprécier les variations, les divergences, bref, le potentiel de nouveauté du texte sélectionné.

Dans le domaine des études littéraires, les phénomènes de stéréotypie font ainsi l'objet d'approches diversifiées qui souvent ne s'entendent ni sur la question de la valeur, ni même sur celle de la définition. On voit en effet que cliché et stéréotype sont parfois confondus, ou pris comme désignation générique. Lorsqu'on tente de distinguer les notions, il apparaît cependant que « cliché » est plutôt réservé à la figure de style usée, à la trace du banal sur le plan de l'expression. « Stéréotype » désigne plus couramment le

schème collectif figé, l'image ou la représentation commune ; dans ce sens, il a partie liée avec la notion élaborée par les sciences sociales. On pourrait, par ailleurs, reprendre à celles-ci l'idée de « stéréotypage » pour désigner le processus qui caractérise la lecture littéraire.

Quant à la valeur, on peut distinguer entre ceux qui voient dans la *doxa*, le cliché et le stéréotype des éléments figés privés de dynamisme et vidés de sens, des résidus ; et ceux qui considèrent que les expressions et les images tombées dans le domaine commun sont incessamment reprises et dynamisées par le texte littéraire qui s'attache à les retravailler. Cette double évaluation rappelle la bivalence du stéréotype dans les sciences sociales. Elle est moins courante dans les sciences du langage, où la péjoration qui a présidé à l'analyse des préjugés, de l'originalité créatrice ou de la mystification idéologique tend à s'effacer au profit de considérations différentes, comme l'étude de la signification en langue ou l'efficacité de la parole en rhétorique.

Notes

1. Sigmund Freud, *Le Mot d'esprit et ses rapports avec l'inconscient*, trad. fr., Gallimard, 1930.

2. Claude Bouché, *Lautréamont. Du lieu commun à la parodie*, Larousse, 1974.

3. Voir Jean-Pierre Richard, « À tombeau ouvert » dans *Microlectures*, Éd. du Seuil, 1979, et Michel Murat, « Voyage en pays de connaissance, ou Réflexions sur le cliché dans *Argol* », *Actes du colloque international « Julien Gracq »* (Angers, 21-24 mai 1981), Presses de l'université d'Angers, 1981.

4. Voir à titre d'exemple l'étude de Philippe de Lajarte sur Ronsard (« La gestion du *lieu commun* dans la poésie humaniste : l'exemple de Ronsard »), dans *Le Stéréotype*, 1994 (dir. Alain Goulet).

5. Didier Alexandre, « “Chants du cygne” : le cliché et sa prévisibilité en poésie », dans *Lieux communs...*, Christian Plantin, éd., p. 45. Sur le renouvellement du cliché dans *Les Fleurs du mal*, voir Henk Nuitjen et Maurice Geelen, *Baudelaire et le cliché. Le cliché entre les mains de l'auteur des « Fleurs du mal »*, Stuttgart, F Stemer Verlag, 1989.

6. Irène Pennacchioni, *La Nostalgie en images. Une sociologie du récit dessiné*, Paris, Librairie des Méridiens, 1982, p. 101.

7. Jacques Dubois, *Le Roman policier ou la modernité*, Paris, Nathan, 1992, p. 105.

8. Charles Grivel, « Savoir social et savoir littéraire », *Littérature*, n° 44, 1981, p. 83.

9. Thierry Duc, « Autodérision dans le roman populaire l'utilisation du lieu commun et du stéréotype chez Édouard de Saint-Amour », *Le Roman populaire en question(s)*, Jacques Migozi éd., Presses universitaires de Limoges, 1997.

10. Flaubert trouve justement un écho de son discours des Comices, après rédaction, dans le *Journal de Rouen*. Voir Anne Herschberg Pierrot, « Le discours des Comices : un discours modèle », *Flaubert : revue critique et génétique*, 2009, <http://flaubert.revues.org/index809.html>.

■ Chapitre 4

Linguistique, rhétorique et analyses du discours

CE CHAPITRE PREND pour champ d'études les sciences du langage. Dans un premier temps, il réunit diverses théories en lexicologie et en sémantique qui, au-delà de leurs divergences, s'intéressent à l'étude de la langue. La deuxième partie aborde l'argumentation comme mode de persuasion discursive. La dernière partie est consacrée aux orientations des différentes analyses du discours.

1. Les stéréotypes dans la langue

Locutions figées

La problématique du stéréotype, et plus précisément ici du cliché (comme figure de style figée) croise l'étude linguistique des locutions et des expressions figées. On appelle locution « tout groupe dont les éléments ne sont pas actualisés individuellement » (Gross, 1996, p. 14). Dans l'expression « un cordon-bleu », on ne peut insérer un adverbe devant l'adjectif « bleu » (*un cordon assez bleu), on ne peut lui substituer un synonyme ou une variante sans changer le sens de l'expression. Celle-ci n'est pas composée du sens des différents éléments, tels qu'ils fonctionnent en dehors de la séquence, mais correspond à une signification globale (un cordon-bleu désigne quelqu'un qui fait très bien la cuisine). En revanche, on peut qualifier l'ensemble de la séquence comme une unité (un excellent cordon-bleu). Les locutions répondent donc à des contraintes de figement syntaxique et sémantique. Gaston Gross les classe par parties du discours :

noms composés (*table ronde* ou *clé anglaise*), déterminants du nom (avoir *une faim de loup*), locutions verbales (*prendre une veste* = être battu), adjectivales (*à cran*, *sur mesure*), adverbiales (*à tort et à travers*) ou locutions prépositives ou conjonctives (*en dépit de*, *de crainte que*).

On voit que, du point de vue des exemples, clichés et locutions sont en intersection. Toutes les locutions ne sont pas des clichés (les locutions conjonctives ou prépositives, beaucoup de noms composés). Mais certaines d'entre elles le sont (*une faim de loup*). Les clichés correspondent en particulier à des expressions marquant l'intensité, fondées sur des comparaisons (*beau comme un dieu*, *une fièvre de cheval*, *une patience d'ange*), ou des métaphores figées (rouler à *tombeau ouvert*). La présence de figures stylistiques, prêtes à la remotivation sémantique en contexte, paraît nécessaire à la production des clichés (voir chapitre 3). De même, tous les clichés ne sont pas des locutions. Ils s'en distinguent par le degré de figement : « un éminent linguiste » est une association clichée, dont les éléments sont pourvus d'une certaine autonomie syntaxique. De fait, locutions, stéréotypes et clichés font partie d'un continuum des expressions figées, avec les proverbes (« Aide-toi, le ciel t'aidera ») et les slogans (« Le poids des mots, le choc des photos »), qui se caractérisent cependant par le fait que le figement porte sur l'énoncé tout entier. Ils peuvent être « défigés » selon des procédures semblables, l'une d'entre elles consistant à « ouvrir des paradigmes là où, par définition, il n'y en a pas » (Gross, 1996, p. 20) : procédés largement utilisés, avec les jeux de mots, dans les titres de presse (Fiala et Habert dans *Mots*, 1989) et les slogans publicitaires (« Le choc des idées, le poids des réalités », Gross, 1996, p. 20).

Ce ne sont pas les exemples seuls qui distinguent clichés et locutions, mais la perspective des disciplines qui les étudient. Des locutions comme *un froid de canard*, ou (il a eu) *la peur de sa vie* intéressent les linguistes pour des raisons d'ordre morphosyntaxique (question de la formation des mots), d'ordre lexical (question de la délimitation des unités lexicales), et lexicographique (composition des articles de dictionnaires monolingues et bilingues). En revanche, l'approche stylistique étudie les effets du cliché dans un contexte discursif, son rôle dans la production du texte, les

différentes lectures auxquelles les figures figées peuvent donner lieu (voir chapitre 3).

Sémantique du stéréotype et du prototype

• Le stéréotype selon H. Putnam

Le **stéréotype** a été l'objet d'une théorie sémantique à laquelle il est souvent fait référence dans les travaux linguistiques. Elle a pour origine les travaux du philosophe américain Hilary Putnam, portant sur la signification des noms d'espèces naturelles (notion introduite en 1970 dans son article « *Is semantics possible?* », Putnam, 1990).

Le stéréotype est une idée conventionnelle, associée à un mot dans une culture donnée : par exemple, pour le tigre, les rayures, pour le citron, l'acidité et un type de peau épaisse de couleur jaune, pour l'eau « sans couleur, transparence, sans goût, qui étanche la soif, etc. ». Le stéréotype est une partie de la signification, qui répond à l'opinion courante associée au mot. La signification, selon Putnam, inclut en outre des marqueurs syntaxiques (« eau » : « nom massif concret »), des marqueurs sémantiques permettant la classification de l'espèce (« eau » : « espèce naturelle, liquide »), et l'extension, qui, dans la théorie de Putnam, relève de la compétence des spécialistes (dans l'exemple donné : H_2O).

Cette théorie s'oppose au modèle, illustré en linguistique par l'analyse componentielle, qui définit le sens d'un mot par ses conditions nécessaires et suffisantes : « Le sens d'un mot, étant compris comme ce qui détermine sa référence, est constitué des conditions que doit remplir un référent pour être adéquatement dénommé par ce mot¹. » On détermine les traits en petit nombre qui permettent de différencier un terme d'un autre et d'identifier le référent. La définition ainsi dégagée est dite analytique (elle est vraie *a priori*). L'exemple type illustrant cette approche est celui de « célibataire », défini comme un « homme non marié ».

La sémantique du stéréotype, restreinte aux mots d'espèce naturelle, procède autrement. Elle considère que le mot désigne directement le

référent, et elle en donne une description typique : le stéréotype est « ce qui caractérise un membre normal de l'espèce » (Putnam, 1990, p. 301). « En un mot, ma proposition est de définir la “signification” non pas en repérant un objet qu'on identifiera avec la signification [...], mais en spécifiant une forme normale (ou plutôt un type de forme normale) de description de la signification » (Putnam, 1985, p. 42). Cette description du sens ne correspond pas à une vérité analytique : des citrons dont la peau n'est pas jaune sont toujours des citrons (la couleur jaune est un trait distinctif nécessaire mais non suffisant de la définition des citrons) ; de même, un tigre albinos n'est pas une entité contradictoire comme un célibataire marié.

La théorie du stéréotype vise en effet moins à fournir une représentation de la signification qu'à permettre d'employer le mot en discours et de le comprendre (voir Marandin, 1990, p. 285). C'est une représentation simplifiée associée à un mot, obligatoire pour assurer un bon usage de la communication dans une société donnée. Il est ainsi nécessaire pour acquérir et employer le mot tigre de savoir que le tigre a des rayures :

« De ce point de vue, on s'attend à ce que si quelqu'un connaît la signification de “tigre” (ou, comme nous avons décidé de le dire, a acquis le mot “tigre”), il sache aussi que les tigres stéréotypiques sont rayés. Plus précisément, la communauté linguistique ne requiert comme tel qu'un seul stéréotype de tigre (le locuteur peut en posséder plusieurs) : il doit posséder ce stéréotype, et savoir (implicitement) qu'il est obligatoire » (Putnam, 1985, p. 38-39).

Le stéréotype assure une description du sens en usage, fondée sur une reconnaissance de la norme sociale et culturelle.

« Dans notre culture, on exige que les locuteurs sachent à quoi ressemblent les tigres (s'ils acquièrent le mot “tigre”, ce qui est virtuellement obligatoire) ; on ne leur demande pas de connaître de menus détails (comme la forme des feuilles) de ce à quoi doit ressembler un orme. Leur langue requiert des anglophones qu'ils soient capables de distinguer les tigres des léopards ; elle ne requiert pas qu'ils puissent distinguer les ormes des hêtres » (Putnam, 1985, p. 37-38).

De même, s'il est obligatoire dans une culture donnée, le stéréotype peut évoluer avec les croyances : on ne croit plus aujourd'hui aux sorcières et à leur relation avec le diable.

Dans cette conception, qui s'inscrit dans une tradition favorable au sens commun, le stéréotype n'est pas une entité péjorative, même s'il se révèle inexact :

« Dans le parler ordinaire, un “stéréotype” est une idée conventionnelle (fréquemment péjorative, et d'une inexactitude parfois extravagante) sur l'apparence, les actions, ou la nature d'un X. Bien sûr, j'abandonne certains traits du langage ordinaire. Je ne m'intéresse pas du tout aux stéréotypes péjoratifs (sauf lorsque le langage lui-même est péjoratif) ; mais je m'intéresse aux idées conventionnelles, qui peuvent être inexactes » (Putnam, 1985, p. 38).

La représentation commune de l'or, celle d'un métal précieux de couleur jaune, ne correspond pas à la couleur véritable du métal pur. Mais cela ne nuit en rien à la communication courante. De même, le locuteur moyen n'a pas besoin de connaître la définition du carat pour avoir acquis le mot « or ». La théorie du stéréotype chez Putnam suppose une division du travail linguistique, qui différencie les compétences requises dans le langage courant et celles des spécialistes.

L'intérêt de cette théorie en sémantique est de réintégrer dans la signification des composantes dites « encyclopédiques » délaissées par la sémantique classique. Ces composantes constituent en effet la base des définitions lexicographiques de mots relevant d'espèces naturelles ou d'*artefacts* (Fradin et Marandin, 1979). Ainsi, la définition de « corbeau » donnée par le *Trésor de la langue française* (« Grand oiseau [Passereaux] au plumage noir, au bec fort et légèrement recourbé, réputé charognard ») associe à un classifier (« grand oiseau ») l'« encyclopédie » attachée au substantif, qui est l'univers de savoir (et de croyances) formant son stéréotype : pour le corbeau, avoir un plumage noir, un bec fort et légèrement recourbé, être réputé charognard. Pour Bernard Fradin et Jean-Marie Marandin, « le “sens” des noms de classe naturelle/artefact » est « un ensemble de phrases “encyclopediques” constituant un stéréotype attaché au substantif » (Fradin et Marandin, 1979, p. 66). Dans la lignée de Putnam, cette reformulation du stéréotype lui accorde cependant une dimension plus ouvertement discursive : l'expression du stéréotype est comprise comme une

forme d'énonciation typifiante (le corbeau a un plumage noir, c'est un oiseau réputé charognard, etc.).

Le stéréotype n'est d'ailleurs pas seulement contenu dans les définitions. Dans une étude comparée de l'espagnol et du français, Ariane Desporte et Françoise Martin-Berthet (1995) soulignent la nécessité de prendre en compte les unités phraséologiques de chaque langue pour décrire les stéréotypes : « rouge comme un coq » fait référence à la crête du volatile, élément typique absent des définitions.

La conception du stéréotype comme faisceau de traits sémantiques reçus, attachés à l'unité lexicale, possède des incidences hors de la sémantique lexicographique. Elle trouve une application dans la compréhension des enchaînements discursifs qui mettent en jeu des raisonnements par défaut (en l'absence d'indication contraire, un terme est interprété conformément à son stéréotype). Le cas de l'anaphore associative est typique. Un enchaînement tel que : « Nous sommes entrés dans un village. L'église était fermée », ou bien : « J'ai fait réparer mon stylo. La plume était cassée », repose sur les stéréotypes associés aux mots « village » et « stylo », qui permettent de comprendre et d'accepter la suite : « un village » – « l'église » (présupposant l'existence et l'unicité de l'église dans un village français) ou : « mon stylo » – « la plume » (Kleiber dans Plantin, 1993 et Kleiber, 1990, p. 111 à propos du prototype). La compréhension d'un texte repose ainsi en grande partie sur les propriétés typiques ou « prototypiques » du lexique, comme sur la reconnaissance de scénarios, ou modèles narratifs (voir chapitre 3).

• La sémantique du prototype

Contemporaine des premiers travaux de Putnam sur le stéréotype, la sémantique du **prototype** s'en distingue d'abord par son origine. Apparue en psychologie cognitive dans les années 1970 (travaux de Rosch), la notion de prototype concerne à l'origine les « processus de catégorisation dans le cadre plus général de l'étude des structures des connaissances en mémoire humaine » (Dubois et Resche-Rigon dans Plantin, 1993, p. 373). Alors que le prototype désigne en psychologie des « concepts et des représentations

mentales » (Kleiber, 1990, p. 16), le modèle est emprunté par les linguistes qui « y voient avant tout une théorie qui permet de régler le problème du sens lexical. La *sémantique du prototype* devient ainsi une théorie sur le sens “linguistique”, et tout particulièrement sur le sens d’un mot » (*ibid.*), le glissement s’effectuant par la mise en équivalence de la catégorie et du mot.

Qu'est-ce qu'un prototype ? On peut le définir, dans un premier temps, comme « le meilleur exemplaire *communément* associé à une catégorie » (Kleiber, 1990, p. 49) : c'est en quelque sorte une sous-catégorie, qui représente de manière exemplaire une catégorie. On dira, par exemple, que le moineau est le prototype de la catégorie « oiseau ». Mais que signifie-t-on par là ? Georges Kleiber souligne que le prototype ne s'identifie pas avec l'objet désigné mais bien avec le concept ou l'image mentale de la sous-catégorie représentée, par exemple celle du moineau (Kleiber, 1990, p. 62). Autrement dit, le prototype se définit comme l'exemplaire qui résume les propriétés typiques ou saillantes de la catégorie. À ce titre, il peut y avoir plusieurs prototypes pour une même catégorie : le moineau et l'aigle se partagent les propriétés typiques de l'oiseau, comme la banane, la pomme ou l'orange, celles du fruit. Cette conception du prototype s'oppose comme la théorie du stéréotype aux définitions analytiques classiques. Elle constitue une catégorisation reposant sur la typicalité et la graduation. À la différence du modèle des conditions nécessaires et suffisantes, qui implique que la définition d'une classe s'applique uniformément à tous les exemplaires de cette classe, la théorie du prototype ne suppose pas que tous les membres de la catégorie possèdent tous les attributs du prototype. Ils sont liés à cette instance centrale, qui comprend le plus grand nombre de propriétés typiques, par une « ressemblance de famille » (notion empruntée au philosophe Wittgenstein), dans une relation de gradation : cela permet de rendre compte du fait que le « manchot » soit bien un oiseau, bien que sa définition ne comprenne pas le trait « qui peut voler ».

Prototype et stéréotype se ressemblent : ils « contiennent les données sémantiques les plus saillantes des catégories conceptuelles du langage naturel » (Geeraerts, 1985, p. 29). Mais la théorie du prototype a pour objet principal la question de la catégorisation, l'organisation des catégories

sémantiques et relève de la psycholinguistique. Elle « est une hypothèse sur l'organisation de la connaissance dans le système cognitif individuel » (Geeraerts, 1985, p. 30). La théorie du stéréotype s'intéresse à l'organisation sociale de la communication. « La théorie du stéréotype est une hypothèse sur la distribution de la connaissance linguistique dans une communauté linguistique » (Geeraerts, 1985, p. 31). « Les stéréotypes décrivent les conventions sociales, les prototypes les principes psychologiques d'économie conceptuelle, qui influencent la catégorisation sémantique » (*ibid.*). Que les théories relèvent de champs d'application différents n'empêche pas l'identification fréquente du prototype et du stéréotype : « Les deux se rejoignent dans les cas standard, dans la mesure où les données sémantiques les plus importantes d'un point de vue social sont aussi celles qui sont les plus importantes dans l'organisation cognitive des catégories » (Kleiber, 1990, p. 69). En d'autres termes, les traits saillants du prototype de « moineau » correspondent à son stéréotype, si ce n'est que les deux théories diffèrent sur l'organisation des traits de sens (voir Kleiber, 1990, p. 68).

On ne peut manquer d'estimer cependant que le lexique choisi par Putnam est de portée limitée pour l'étude des stéréotypes sociaux. Les citrons, les tigres, l'eau ou le molybdène, exemples favoris du maître, n'impliquent pas dans leurs définitions d'enjeux sociaux très développés. L'objectif théorique est autre, et l'on a vu que Putnam restreignait intentionnellement le stéréotype à une acception descriptive. Le point de vue est souligné par Denis Slakta, qui montre, à partir de l'article « Drapeau » du *Petit Robert*, que le stéréotype social ne peut être considéré sur le même plan que les marqueurs sémantique et syntaxique. Le drapeau est en effet défini par le *Petit Robert* comme « une pièce d'étoffe » colorée, associée à la notion de patrie (« le respect, le culte du drapeau », « symbole de l'armée, de la patrie », « mourir pour le drapeau »). Le marqueur syntaxique (nom masculin, commun ; concret ; comptable) et le marqueur sémantique (objet fabriqué, en étoffe, inanimé :/non-humain/;/non-animal/) n'ont pas en effet le même statut que les « stéréotypes associés : *patrie*, *respect*, *culte* ; (mourir [essentiellement prescriptif] pour le drapeau) ».

Slakta nous invite à distinguer deux aspects dans le caractère obligatoire et normatif du stéréotype : un versant descriptif (être jaune pour un citron) mais aussi un versant prescriptif « que trop de linguistes se hâtent d'oublier » (mourir pour le drapeau) (Slakta, 1994, p. 42-43).

La théorie du stéréotype selon Putnam, d'autre part, se fonde sur une représentation sociolinguistique idéale, celle d'une communauté linguistique et sociale homogène, coopérant pour « établir les moyens d'une communication optimale et transparente » (Fradin et Marandin, 1979, p. 82), unie par la reconnaissance d'une norme commune. Bernard Fradin et Jean-Marie Marandin soulignent que l'effet d'« immédiate vérité » des phrases encyclopédiques associées au substantif, leur apparente universalité procèdent d'un effacement des conditions de leur énonciation. Le stéréotype fonctionne comme une évidence sans histoire, qui relève du préconstruit (voir ci-dessous l'analyse de discours et Fradin et Marandin, 1979, p. 82).

Il apparaît également important de relier la sémantique du prototype à l'historicité des discours. Paul Siblot a pris l'exemple du mot « casbah » en français et montré l'évolution de son profil sémantique au fil des stéréotypies discursives. Emprunté à l'arabe en 1830, au moment de la prise d'Alger, « casbah », dans son acception première, a signifié en français « citadelle et palais d'un souverain dans les pays arabes » (Siblot, 1996, p. 115). Alger apparaît alors comme son prototype (au sens de meilleur exemplaire réel). La topographie de la ville engendre un deuxième sens, celui de « partie haute et fortifiée de la ville ». Enfin, apparaît un troisième sens, attesté chez Maupassant (1888), celui de « ville arabe », qui explicite la très forte « ethnicisation du terme » (Siblot, 1996, p. 116). Le sémantisme français de « casbah » « comporte donc un signifié d'altérité qui n'existe pas en arabe » et qui est « caractéristique de la prototypicalité de la notion en français. Le terme alors ne désigne pas seulement un espace urbain mais un *territoire* : c'est-à-dire un espace approprié ici par un autre, reconnu et identifié dans son altérité, son arabité » (Siblot, 1996, p. 117). La langue enregistre ainsi un clivage ethnico-social. La description stéréotypée de la ville arabe comme inextricable labyrinthe, lieu commun de la littérature de voyage, vient à l'appui du trait d'altérité, qui est un trait essentiel du

prototype, négligé cependant par les dictionnaires. L'étude des développements discursifs du prototype apparaît donc indispensable pour suivre ses mutations sémantiques : la stéréotypie discursive souligne les traits du prototype. Elle montre aussi qu'on ne peut couper l'étude de la langue de ses actualisations discursives et de son rapport à la société et à l'histoire. Pour P. Siblot, « prototypicalité lexicale et stéréotypie discursive apparaissent [...] comme deux aspects d'une productivité signifiante » (Siblot, 1996, p. 121).

Les *topoï* dans la pragmatique intégrée

C'est également de la sémantique que relèvent les *topoï* de Jean-Claude Anscombe et Oswald Ducrot², mais d'une sémantique très différente de celle dont se réclament Putnam ou Kleiber. Le recours à ce terme d'origine aristotélicienne (voir chapitre 1 et chapitre 4 p. 138) et sa redéfinition dans un cadre purement linguistique s'effectuent dans la théorie dite de l'**« argumentation dans la langue »** (parfois désigné ADL). Pour Anscombe et Ducrot, certaines valeurs argumentatives sont présentes « en structure profonde, dans la signification » (Anscombe, 1995, p. 20). En d'autres termes, le composant rhétorique, à savoir « cette forme d'influence que l'on appelle la force argumentative » (Anscombe et Ducrot, 1983, Avant-propos) n'est pas surajouté, il n'est pas postérieur aux composants syntaxique et sémantique. Il est, au contraire, indissolublement lié à la signification même du mot, de l'expression ou de l'énoncé. En effet, les valeurs sémantiques ne sont pas toutes de type informatif : elles comprennent des indications argumentatives. « Cet hôtel est bon » peut être suivi de « je vous le recommande ». On ne dira pas *« cet hôtel est bon, je ne vous le recommande pas », à moins d'utiliser « mais » : « cet hôtel est bon, mais je ne vous le recommande pas [il est trop cher] ». « Jean est intelligent, mais brouillon » comporte les mêmes informations que « Jean est brouillon, mais intelligent », mais n'a pas la même orientation argumentative : le premier énoncé marque l'incapacité de Jean à remplir une

tâche, le second sa capacité à la mener à bien. Dès lors, « signifier, pour un énoncé, c'est orienter » (*ibid.*) : non « décrire ou informer, mais diriger le discours dans une certaine direction » (Anscombe, 1995, p. 30).

C'est dans cette perspective que s'édifie une théorie de l'argumentation dans la langue qui se veut une « **pragmatique intégrée** », c'est-à-dire une approche où l'on ne peut pas dissocier la pragmatique de la sémantique, où le sens profond d'un énoncé ne doit pas être séparé de son utilisation en contexte – en l'occurrence, de sa valeur argumentative.

Dans ce cadre, donc, l'argumentation est inscrite dans la langue ; elle apparaît lorsqu'un locuteur présente un énoncé E1 – par exemple : « il fait chaud », comme destiné à en *faire admettre* un autre E2 – par exemple : « allons nous baigner ». Le lien conclusif entre E1 et E2 est assuré par une loi de passage implicite de l'ordre de : « Un temps chaud est propice à la baignade. » C'est là le *topos* qui constitue le garant de l'enchaînement discursif. Dans la perspective pragmatique, les *topoï* se définissent comme des

« principes généraux qui servent d'appui aux raisonnements mais ne sont pas des raisonnements. Ils ne sont jamais assertés, en ce sens que leur locuteur ne se présente jamais comme en étant l'auteur (même s'il l'est effectivement), mais ils sont utilisés.

Ils sont presque toujours présentés comme faisant l'objet d'un consensus au sein d'une communauté plus ou moins vaste (y compris réduite à un individu, par exemple le locuteur) » (Anscombe, 1995, p. 39).

Les *topoï* apparaissent donc comme les « croyances présentées comme communes à une certaine collectivité » qui garantissent l'enchaînement argumentatif (Ducrot dans Anscombe, 1995, p. 86). Ils ont une valeur générale – on suppose que la chaleur est un facteur d'agrément pour la plage en général, et non pas seulement dans ce cas particulier. De plus, ils sont graduels. Cette scalarité des *topoï*, sur laquelle la pragmatique insiste beaucoup, donne naissance à la notion de **formes topiques**. Il y a deux échelles, celle de la chaleur et celle de l'agrément ; elles permettent un *topos* concordant + P, + Q (« Plus il fait chaud, plus la baignade est agréable »), ou discordant : + P, - Q (« Plus il fait chaud, moins on est bien »). Dans les exemples qui suivent : « Ce film est un peu intellectuel. Il doit avoir peu de

succès », et : « Ce film est peu intellectuel. Il doit avoir peu de succès », le premier s'appuie sur la forme topique : + P, - Q (« Plus un film est intellectuel, moins il a de succès »), le second sur une forme topique - P, - Q (« Moins un film est intellectuel, moins il a de succès »).

Les *topoï* implicitement convoqués pour assurer le lien conclusif entre E1 et E2 peuvent être contradictoires. On trouvera aussi bien : « Il l'aime. Il lui fera confiance », où la forme topique est : « Plus on aime quelqu'un, plus on croit en lui », que : « Il l'aime. Il aura des soupçons », reposant sur la forme topique : « Plus on aime, plus on est suspicieux et jaloux. » De même, on peut trouver des enchaînements fondés sur « qui se ressemble s'assemble », alors que d'autres se fonderont sur l'idée que les contraires s'attirent. Toute culture comporte des idées reçues opposées qui sont convoquées selon les besoins de la cause : « Nos civilisations ne sont pas plus monolithiques que nos idéologies, il est fréquent que coexistent un *topos* et son contraire » (Anscombe, 1995, p. 39). Par ailleurs, les *topoï* varient selon les cultures. Ainsi, dans le Sud, on trouverait plutôt après : « Il fait chaud », « Restons à la maison », que : « Allons à la plage. »

Le *topos* est donc relatif à une culture et à une époque ; en tant que tel, il constitue un fait de sociologie. Néanmoins, pour le pragmatico-sémanticien, il n'en constitue pas moins un fait de linguistique en tant qu'enchaînement argumentatif. À ce point, il faut distinguer entre les *topoï intrinsèques* et *extrinsèques*. Les *topoï* intrinsèques sont ceux qui fondent la signification d'une unité lexicale ; les *topoï* extrinsèques sont des *topoï* ajoutés qui viennent du réservoir idéologique que possède toute langue à une époque donnée. Ils renverraient donc de façon plus marquée à la *doxa*, aux croyances en cours dans un milieu déterminé, dans la mesure où ils sont puisés non dans les potentialités sémantiques du mot, mais dans un principe extérieur qui ne peut être déduit simplement du mot lui-même.

Un *topos* intrinsèque apparaît par exemple dans : « Pierre est riche : il peut s'acheter cet appartement », où le second membre ne fait qu'expliciter ce qui est déjà implicitement contenu dans le mot « riche » : + POSSÉDER, + pouvoir d'achat. Dans ce sens, connaître le sens d'un mot, c'est connaître les *topoï* qui lui sont rattachés et qu'on convoque lors de son emploi. Plus

que l'objet auquel il réfère, c'est un faisceau de *topoi* qui définirait le mot. Ainsi s'explique l'impression de bizarrerie qu'éveille l'énoncé pourtant admissible : « Ce bébé est riche » (contrairement à : « Ce vieillard est riche »). En effet, dans cet exemple proposé par P.-Y. Raccah, « riche » convoque + POSSÈDE, + pouvoir d'achat, pouvoir de faire usage de ses richesses, à la limite pouvoir tout court : toutes possibilités dont se trouve exclu le bébé.

Il en va autrement du *topos* extrinsèque, dont on trouve un exemple dans : « Pierre est riche : il ne l'aidera pas. » La forme topique (+ POSSÉDER, – DONNER) n'est pas dans la signification de riche. Elle vient de l'idée courante que les riches sont pingres, que l'argent endurcit les cœurs... Ces *topoi* extrinsèques sont, selon Anscombe, puisés dans un réservoir de proverbes, de slogans, d'idées reçues. Leur utilisation pour fonder des enchaînements argumentatifs « a pour finalité la construction de représentations idéologiques » (Anscombe, 1995, p. 57). « C'est un artiste ; il est difficile à vivre », repose sur un lieu commun concernant le caractère des artistes, qui a pour effet de renforcer la représentation doxique sur laquelle il s'appuie.

Ce recours à la sagesse des nations amène Anscombe à se pencher sur le proverbe, lequel comme le *topos* provient d'une conscience linguistique collective : le locuteur n'en est pas l'auteur. C'est dire que le locuteur a recours pour assurer ses enchaînements argumentatifs à un ensemble d'énoncés doxiques dont il n'est pas l'origine (ou, dans la terminologie de Ducrot, l'énonciateur) : ce n'est pas lui, mais la voix anonyme de la collectivité, qui dit que les artistes sont difficiles à vivre, que les êtres inspirés qui évoluent dans les sphères de la création s'accommodeent mal des contingences du quotidien, etc. La voix du « on », celle de la communauté linguistique et culturelle à laquelle appartient le « je », parle à travers lui. L'argumentation dans la langue s'inscrit ainsi dans la perspective de la **polyphonie** (Anscombe et Ducrot, 1983, p. 174-179).

Pour l'analyste des phénomènes de stéréotypie, la réflexion de la pragmatique dite intégrée sur les *topoi* présente l'intérêt de montrer que les idées reçues sont inscrites dans la langue et participent à la signification.

Elles ne sont pas un composant rhétorique qui s'ajouteraient au composant sémantique à la manière d'un supplément non indispensable. Le *doxique* s'avère consubstancial au sens des énoncés. En même temps, l'argumentativité de la langue montre que le locuteur qui veut donner un point de vue, mener à une conclusion, n'est pas une conscience individuelle pure. Il est toujours traversé par le discours de l'Autre, la rumeur publique qui sous-tend ses énoncés.

2. Rhétorique et analyse argumentative

La pragmatique intégrée élabore une théorie de l'argumentation dans la langue. Elle se différencie en cela d'une discipline séculaire, à laquelle elle emprunte le terme de *topos*, et qui étudie les stratégies discursives susceptibles d'emporter l'adhésion : la **rhétorique**. Pour Aristote, la rhétorique est « la faculté de considérer, pour chaque question, ce qui peut être propre à persuader » (Aristote, 1991, p. 82). Elle traite du **discours argumentatif**, à savoir d'une utilisation particulière du langage, d'une parole à finalité persuasive. Elle est constituée de plusieurs parties, dont les principales sont l'*inventio* ou art de trouver les arguments, la *dispositio* ou art de les ordonner, et l'*elocutio* ou étude des procédés esthétiques. On sait que la rhétorique a eu tendance au cours des siècles à se restreindre à l'*elocutio* sous forme de traité des figures et des tropes, en évacuant la partie qui traitait des *topoi*, à savoir l'*inventio*. La tendance à privilégier la fonction ornementale au détriment de la visée argumentative s'est néanmoins renversée de nos jours : à l'époque des médias et de la publicité, la rhétorique comme art de persuader revient à l'honneur. Elle donne lieu à de nombreux travaux qui se réclament d'une façon ou d'une autre de la réflexion pionnière de Chaïm Perelman et Lucie Olbrechts-Tyteca (1970) : dès 1958, leur *nouvelle rhétorique* avait remis à l'honneur l'argumentation aristotélicienne définie comme « les techniques discursives permettant de

provoquer ou d'accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment » (1970 [1958], p. 5).

Le discours argumentatif s'adresse à un public dans un cadre institutionnel déterminé. Il se divisait pour Aristote en trois catégories : le *délibératif* (ou discours politique), le *judiciaire* (ou discours juridique) et l'*épidictique* (ou discours de célébration tels l'éloge, le blâme, le discours de commémoration). Ce sont les trois domaines essentiels dans lesquels s'exerce la parole publique : le premier pour prendre des décisions qui engagent l'avenir ; le deuxième pour porter des jugements sur des faits passés ; le troisième, souvent considéré comme moins fortement argumentatif, pour renforcer des valeurs en faisant apparaître le bien et le beau.

C'est dans ce cadre que s'est d'abord développée dans l'Antiquité une réflexion sur le lieu commun comme moyen de persuasion. À aucun moment, le maniement du déjà-pensé et du déjà-dit n'y est considéré comme une activité dévalorisée et dévalorisante. Et cela, non pas seulement parce que l'Antiquité, étrangère à la conscience moderne de la banalité, voit dans l'accord sur les valeurs une marque de leur validité ; mais aussi parce que dans le domaine de l'argumentation le critère d'évaluation est **l'efficacité** de la parole. Il s'agit d'assurer le bon fonctionnement du discours qui se propose d'emporter l'adhésion de l'auditoire au bien-fondé des thèses que l'orateur prend à cœur de faire triompher. Fidèle à la tradition rhétorique, l'analyse argumentative contemporaine méconnaît la péjoration de la stéréotypie et de la *doxa*. Si les études littéraires y voient souvent aujourd'hui la marque dépréciative du grégaire (voir chapitre 3), la rhétorique inspirée d'Aristote y voit au contraire un point de consensus, un terrain d'entente. Le recours aux opinions entérinées et aux évidences partagées s'impose dès lors qu'on désire faire partager des convictions en développant un raisonnement qui s'appuie sur le vraisemblable.

En effet, l'argumentation, contrairement à la démonstration scientifique, intervient dans les domaines qui relèvent non de l'expertise, mais de l'opinion. Elle est nécessaire là où ne peut se manifester la certitude du calcul, la nécessité de l'évidence ; on n'argumente que sur des questions

ouvertes à la contradiction et au débat. Dans ce cadre se déploie une logique non formelle, qui obéit à ses règles propres, et dont les conclusions ne sont jamais contraignantes, dans le sens où le public n'est pas tenu d'y adhérer et où elles peuvent toujours être remises en question. Qu'elle relève de la délibération, du débat, de la polémique, l'argumentation déploie ainsi un raisonnement soumis à des normes de rationalité dont la pierre de touche est le plausible (et non le certain). Or le vraisemblable est une proposition qui « semble vraie » ou, dans les termes d'Aristote, « qui se fonde sur l'opinion commune ». C'est dans ce contexte que le recours aux *topoi* de la rhétorique classique prend tout son sens.

Lorsqu'on s'engage dans la question des fonctions argumentatives des lieux rhétoriques, il faut garder à l'esprit que ce sujet est traité par Aristote à la fois dans la *Rhétorique* qui étudie le discours persuasif adressé à un public multiple, et dans les *Topiques* qui examinent la dialectique ou discussion avec un seul interlocuteur (voir chapitre 1). Le rapport établi par ses nombreux commentateurs entre ces deux ouvrages et ces deux disciplines, les interprétations de la *Rhétorique*, laquelle consiste elle-même en notes non définitives, renvoyant à des moments différents de la pensée de son auteur, présentent des divergences notables. Les principes de classification aristotéliciens des *topoi*, en particulier, sont demeurés problématiques et ont suscité des reformulations et des redistributions variées. Plutôt que de rechercher quelque utopique taxinomie unifiée, on s'attachera à un aspect des *topoi* qui se relie directement à la question de la stéréotypie et de la *doxa*. Il s'agit de la distinction entre les lieux communs et les lieux spécifiques (voir chapitre 1, p. 21) dans leur rapport à l'argumentation.

Pour Aristote, rappelons-le, il y a des lieux qui sont communs à tous les genres d'argumentation, et d'autres qui sont spécifiques à un genre – le délibératif, le judiciaire ou l'épidictique. Les premiers, appelés lieux communs (*topoi koinoi*), sont des schémas logiques abstraits, des principes ou règles d'argumentation. « Le lieu doit [...] être ce sur quoi se rencontrent un grand nombre de raisonnements oratoires à propos de différents sujets [...] Ce sont des méthodes d'argumentation, d'ordre d'abord logique, mais

consubstancial à la mise en discours » (Molinié, 1992, p. 191). « Les lieux communs ne sont pas des stéréotypes pleins, mais au contraire des lieux formels » (Barthes, 1970, p. 311 ; OC III, p. 580), des « schèmes premiers en quoi on peut convertir les raisonnement concrets » (Angenot, 1982, p. 162). Généralement, on s'accorde à retrouver chez Aristote trois grandes catégories de lieux : le possible et l'impossible, l'existant et le non-existant, le plus et le moins. Ainsi : s'il y a le moins, il y a aussi le plus. Par exemple, si le moins probable s'est produit, on peut considérer comme plausible que le plus probable puisse aussi se produire. Ce lieu abstrait sous-tend un nombre illimité de propositions concrètes dont : 1. « s'il a même battu son père, il aura certainement aussi battu son voisin » (Aristote, 1991, p. 23) ; 2. s'il a passé un concours ardu, il pourra réussir un examen réputé facile ; 3. s'il a soigné avec dévouement une parente éloignée, il s'occupera de sa vieille mère, etc. Autre lieu commun, cette fois du possible et de l'impossible : s'il est possible qu'un contraire soit ou ait été, son contraire aussi semblera possible. Par exemple, s'il est possible qu'un homme soit guéri, il est aussi possible qu'il tombe malade.

On voit donc que le lieu commun ne fonde pas l'argumentation sur les contenus des propositions, mais « sur la *relation* qui est postulée entre les constituants » (battre son père-battre son voisin, être guéri-tomber malade), et sur « la présence d'une structure relationnelle dont la proposition n'est qu'une des innombrables actualisations possibles » (1, 2 et 3 sont les actualisations d'un même *topos*) (Angenot, 1982, p. 162). C'est à la suite d'un malentendu que les topiques ont été, dès l'Antiquité latine, interprétées comme des réservoirs d'arguments tout faits dans lesquels l'orateur se devait de puiser (voir chapitre 1, p. 21). En réalité, ce sont plutôt les lieux spécifiques aristotéliciens, ou lieux relatifs à un genre particulier, à un sujet déterminé, qui jouent ce rôle de répertoire. En voici quelques exemples.

Traitant du beau qui est au cœur de l'épidictique, Aristote désigne comme belles les choses que l'on accomplit pour sa patrie, sans avoir souci de sa propre personne (1991, p. 131). Il pose qu'« il est beau aussi de ne se livrer à aucune profession grossière ; car c'est le propre d'un homme libre de ne pas vivre à la solde d'un autre » (1991, p. 33). Ces lieux spécifiques,

ou encore spéciaux, recourent les opinions courantes, les « idées reçues » d'une collectivité, comme l'illustrent bien les exemples cités : il y va des croyances et des valeurs reliées à la notion de patrie ou de liberté. Le caractère doxique des lieux spécifiques fonde pour Aristote leur plausibilité : il ne signale ni leur caractère sociohistorique, ni leur relativité. Dans la tradition héritée d'Aristote, le lieu spécifique sert de prémisses génériques sur laquelle peut s'appuyer le raisonnement. C'est seulement dans une perspective contemporaine qu'on peut considérer qu'il est l'équivalent de l'opinion reçue, « si bien que l'ensemble des *topoi* spécifiques dans une communauté argumentative constitue le système d'hypothèses et de plausibilités de celle-ci » (Eggs, 1994, p. 33).

On peut donc distinguer les lieux communs qui relèvent du logico-discursif (s'il y a le plus, il y a aussi le moins), des lieux spécifiques qui s'apparentent au doxique (il est beau de servir sa patrie de façon désintéressée). Certains travaux contemporains montrent cependant que si le lieu commun selon Aristote est un schème logique abstrait, ses exemplifications concrètes sont nécessairement ancrées dans un ensemble de croyances datées. Dès lors, l'acceptabilité de l'argumentation ne dépend pas seulement de la validité du schème logique, ou lieu commun, qui la sous-tend, mais aussi de l'évaluation du contenu des propositions. Ainsi, le lieu du plus et du moins – ce qui appartient à quelque chose qui a plus de valeur est supérieur à ce qui appartient à quelque chose qui a moins de valeur – reçoit une formulation plus précise dans : « Les vertus et les actions sont plus belles lorsqu'elles émanent d'un auteur qui, par nature, a plus de valeur. » Or, l'exemple concret fourni par Aristote est : les vertus et les actions d'un homme ont plus de valeur que celles d'une femme (Aristote, 1991, p. 132). Gilles Declercq fait remarquer à juste titre que, dans cette application à l'épidictique du lieu de la quantité, « la composante idéologique issue de la particularisation du lieu est d'autant plus apparente que son contenu s'écarte de l'idéologie occidentale contemporaine » (1992, p. 96). La dimension idéologique ainsi dégagée n'est pas, cependant, celle du lieu commun – la variante mentionnée du lieu du plus et du moins –

mais bien celle des contenus propositionnels qui viennent remplir le schéma abstrait.

On illustrera ces remarques sur le lieu commun, le lieu spécifique et la *doxa* dans la rhétorique antique par un exemple tiré d'un discours de Déroulède prononcé en 1908, dans l'esprit de la revanche patriotique de l'après-1870. Il y exalte « cette France qui a jadis si follement prodigué son sang pour l'affranchissement des nations voisines et qui se montre enfin prête à le verser utilement pour sa propre libération ». Le texte est soutenu par le lieu du plus et du moins : celui qui est capable de faire le moins est aussi capable de faire le plus, ou : celui qui a fait le moins (utile) doit aussi faire le plus. Tel est le lieu commun sous-jacent à l'énoncé. La concrétisation en est : la France, qui s'est battue pour la liberté des autres, doit, à plus forte raison, se battre pour sa liberté propre. Elle repose, non pas seulement sur un schème logique, mais aussi sur des *topoi* spécifiques : il faut défendre la liberté au prix de sa vie, veiller à protéger les siens avant de protéger les autres. Notons que ces lieux ou opinions acceptés correspondent à ce que nous désignons généralement par « idées reçues », et qu'ils sont exprimés de façon souvent indirecte. Pour les dégager, il faut les inférer du discours argumentatif. Qu'ils soient tacites ou explicites, ils n'en constituent pas moins un point d'accord (ou de désaccord) qui détermine l'efficacité de la parole argumentative.

La stéréotypie s'avère ainsi nécessaire au bon fonctionnement de l'argumentation : sous des formes diverses, elle constitue le soubassement de tout discours à visée persuasive. Dans une perspective contemporaine, il ne suffit plus cependant de s'appuyer sur les topiques aristotéliciennes. En effet l'analyse rhétorique veut retrouver les éléments doxiques constitutifs de l'argumentation dans leur manifestation sociale et idéologique (idées reçues, évidences partagées, stéréotypes), aussi bien que dans leur manifestation linguistique, leur inscription dans la langue (*topoi* pragmatiques). Elle croise ainsi la pragmatique (voir chapitre 4, p. 103), qu'elle infléchit vers une étude attentive au contexte sociohistorique de l'énonciation.

Ces perspectives d'analyse ont été ouvertes par le travail pionnier de Marc Angenot sur *La Parole pamphlétaire* (1982), où il montre comment

le discours du pamphlet repose à la fois sur les présupposés tels qu'ils s'inscrivent dans la langue, et sur une topique entendue comme « les variants culturels et historiques propres à une société donnée » (1982, p. 177), désignés par « maximes idéologiques » ou « idéologèmes » (voir chapitre 3, p. 78). Dans ce sillage, *L'Argumentation dans le discours* de Ruth Amossy (2021 [2000]) s'appuie sur la distinction entre *topos* rhétorique, *topos* pragmatique, lieu commun, idée reçue et stéréotype pour montrer comment ces notions peuvent fournir des instruments opératoires pour une analyse argumentative des discours les plus divers. On trouvera des exemples concrets de cette démarche dans un collectif sur *Topoi, discours, arguments* (Eggs, 2002, p. 11-25) ou dans le numéro spécial de *Poetics Today* consacré à la *doxa* et au discours (Amossy et Sternberg, 2002). De leur côté, Jean-Michel Adam et Marc Bonhomme (2012 [1997]) analysent la publicité dans le cadre d'une *Rhétorique de l'éloge et de la persuasion* où la notion de *doxa* comme espace consensuel, mais aussi celle de *topoi* élaborée par la pragmatique, leur permettent d'effectuer une analyse argumentative systématique du discours publicitaire. Ces analyses de corpus qui dégagent des stratégies argumentatives fondées sur l'exploitation de la stéréotypie à tous ses niveaux rejoignent certaines perspectives de l'analyse du discours et s'en réclament parfois explicitement.

3. Stéréotypes et analyse du discours

La première école française d'analyse du discours

L'analyse du discours en France, née à la fin des années 1960, s'est d'abord intéressée à la stéréotypie à partir de la notion de **préconstruit** introduite par Michel Pêcheux, qui la définit, en référence aux travaux de P. Henry, comme : « ce qui renvoie à une construction antérieure, extérieure, en tout cas indépendante par opposition à ce qui est “construit” par

l'énoncé » (Pêcheux, 1975, p. 88-89). Le préconstruit répond linguistiquement à des formes d'enchâssement de la syntaxe comme les nominalisations (l'appel du drapeau), ou les constructions épithétiques (une luxueuse Jaguar), qui présentent un élément « *comme si cet élément s'y trouvait déjà* », comme l'effet d'une prédication antérieure. Le jugement « préconstruit » dans la relation syntaxique est un élément préalable au discours, non asserté par le sujet énonciateur, non soumis à la discussion, et dont on a oublié l'origine discursive. Patrick Sériot a ainsi étudié les nominalisations dans le discours politique soviétique (telle « l'élévation du bien-être dans la classe des travailleurs ») et montré que ces tournures ont pour effet de présenter une assertion comme un constat d'évidence éternelle, du ressort d'un sujet universel : l'objectivité scientifique apparente masque une « polémique de justification³ ». Cela conduit l'auteur à redéfinir la « langue de bois », dont la spécificité, selon lui, serait moins d'« asserter le faux » que « d'asserter de simples *relations* entre des objets préconstruits » (sur la langue de bois, voir p. 138). De manière plus générale, le préconstruit procède d'une conception du sujet qui n'est pas le sujet idéaliste intentionnel de la pragmatique linguistique, mais un sujet pris dans un langage où le préasserté gouverne l'asserté. Le stéréotype relève ainsi à double titre du préconstruit : au sens où celui-ci désigne un type de construction syntaxique mettant en œuvre du préasserté, et, au sens, plus large, où le préconstruit se comprend comme la trace, dans l'énoncé individuel, de discours et de jugements préalables dont l'origine est effacée (Herschberg Pierrot, 1980). Évidence sans histoire, le stéréotype présente bien, comme les phrases encyclopédiques du dictionnaire, cet effet d'« immédiate vérité », « qui résulte de l'effacement du savoir dans lequel elles ont été produites » (Fradin et Marandin, 1979, p. 82).

Dans un premier temps, l'École française d'analyse du discours qui s'est développée autour de M. Pêcheux a proposé une série d'études qui fécondent la réflexion sur la stéréotypie. Centrées sur le discours politique, elles se proposaient de révéler l'idéologie qui le sous-tend. Pour ce faire, l'historien se donnait un corpus clos – par exemple, les éditoriaux du *Père Duchesne* entre le 14 juillet et le 6 septembre 1793 – auquel il appliquait des

procédures d'analyse empruntées à la linguistique. Est retenue, entre autres, une analyse du lexème *sans-culotte* étudié statistiquement dans ses co-occurrences avec d'autres lexèmes dont : « pauvres, et ses harmoniques : pauvre, déguenillé, misérable, malheureux » ; « ouvriers, et ses harmoniques : gens de fatigue, citoyens laborieux, ouvrier au sens de celui qui travaille » (Guilhaumou, Maldidier, Prost et Robin, 1973, p. 91). Un second ensemble lexical est composé de termes à résonance politique : bons citoyens, ou encore républicains, patriotes, amis de la liberté. Il renvoie au peuple et aux jacobins. L'analyste du discours examine également un réseau verbal qui définit le champ notionnel des sans-culottes comme : faire la révolution, agir contre les forces opposantes, etc. L'étude lexicale, qui repère des co-occurrences et tient compte des fréquences, permet ainsi de dégager l'image que *Le Père Duchesne* construit du sans-culotte. Cette image est ensuite confrontée à la représentation des sans-culottes que proposent les montagnards, et plus particulièrement Robespierre et Saint-Just. On peut considérer que l'analyse lexicale permet de dégager un stéréotype du discours de la Révolution française (un thème et ses attributs obligés) pour en évaluer les enjeux idéologiques, même si la notion de stéréotype n'est pas de celles qu'utilise l'analyste du discours à cette époque.

Dans le même volume de *Langages et idéologies* (1973), on trouve une étude d'Antoine Prost qui se propose d'élucider l'« attitude à peine consciente » des anciens combattants de 14-18 à l'égard des politiciens. Un corpus restreint d'énoncés où apparaissent les termes : politique, civique, parti, partisan, politicien, est prélevé dans la presse des anciens combattants dans l'entre-deux-guerres. Les attributs récurrents du « politicien » (terme en soi péjoratif, par opposition à « homme politique ») y sont : retors, malhonnête, égoïste, ambitieux, intéressé, décrépit, exploiteur. Les anciens combattants, se situant en dehors et au-dessus du monde des politiciens, se prévalent d'une supériorité morale : ils restent fidèles à l'expérience de la fraternité des tranchées et à la conscience d'une solidarité nationale. Prost interprète cette double représentation du politicien et de l'ancien combattant comme la condamnation d'une situation politique qui tient les classes moyennes éloignées du pouvoir. Si Prost utilise plutôt le vocabulaire de la

mythologie politique, Régine Robin, quant à elle, parle expressément de stéréotypie républicaine dans son analyse des manuels d'histoire de la III^e République. Elle y montre l'association de la République, de la Patrie, du Progrès, et de la Révolution française. L'importance de la stéréotypie dans ces ouvrages de l'enseignement primaire expliquerait l'impact de la symbolique républicaine traduite « en quelques figures ou images figées », et son rôle dans la mobilisation patriotique des ouvriers en 1914 (Robin, 1981).

Bientôt « la mise en évidence, sur les corpus en situation, d'ensembles lexicaux » (Guilhaumou, Maldidier et Robin, 1994, p. 200) va paraître insatisfaisante aux analystes du discours. En se construisant un corpus clos (les éditoriaux du *Père Duchesne*, un nombre fini d'énoncés prélevés dans la presse des anciens combattants...), ils écartent en effet la plus grande partie de l'archive. Même s'ils prennent ces documents d'archives en considération en les incluant dans les conditions de production du texte, ils ne les intègrent pas dans l'analyse à proprement parler. C'est pourquoi les travaux ultérieurs de l'analyse du discours historique ne vont pas se contenter de travailler sur des séries textuelles imprimées d'ores et déjà répertoriées par les historiens. Elles tenteront de prendre en compte la diversité de l'archive. Ainsi Jacques Guilhaumou, dans ses travaux sur la Révolution française, choisit de travailler sur l'association « du pain et x » dans le discours révolutionnaire telle qu'elle apparaît dans des sources imprimées : journaux, pamphlets, livres, affiches... mais aussi manuscrites : procès-verbaux d'assemblées, correspondances, adresses et pétitions, interrogatoires de police... Guilhaumou explore d'abord une thématique qui associe dans des formulations diverses le thème du pain à celui de la liberté (marquant l'hostilité des patriotes à la seule revendication de subsistances). Cette récurrence thématique trouve à se figer dans l'expression « du pain et la liberté », qui coexiste à partir de 1793 avec une autre association figée : « du pain et du fer ». L'analyste du discours joint ainsi à l'examen de l'archive où l'association demeure thématique, l'analyse linguistique d'une expression figée dans un corpus défini. Cette démarche se veut interprétative. Elle dégage le sens d'un trajet discursif qui mène de la liberté

comme principe à conquérir, à la liberté comme droit à maintenir lorsqu'elle acquiert « une valeur de *préconstruit*, de déjà-là, posée à l'horizon du mot d'ordre [“du pain et du fer”] » (1994, p. 104).

L'analyse du discours contemporaine : les notions de prédiscours, d'ethos et de formule

De nos jours, l'extension de la notion d'analyse du discours dépasse très largement l'approche de la première École française telle qu'elle a pu se constituer en ses débuts. On en signalera cependant un prolongement direct : il s'agit de la notion de **prédiscours**, développée par Marie-Anne Paveau, qui s'inscrit dans la lignée des travaux de P. Henry et de M. Pêcheux sur le préconstruit, auquel elle ajoute une dimension socio-cognitive (Paveau, 2006, 2017). L'auteure définit les prédiscours « comme un *ensemble de cadres prédiscursifs collectifs qui ont un rôle instructionnel pour la production et l'interprétation du sens en discours*. J'entends par prédiscours des contenus sémantiques (au sens large de culturel, idéologique, encyclopédique), c'est-à-dire des savoirs, des croyances et des pratiques et pas uniquement des formes » (Paveau, 2017, Avant-propos, § 2). Dans cette perspective, les stéréotypes et clichés ne sont pas pensés comme l'objet spécifique de l'analyse, mais comme des signaux parmi d'autres, de ces prédiscours, qui constituent « les cadres de savoir et de croyance antérieurs à la production du discours mais construits et/ ou signalés par eux. » (*Ibid.*, ch. 2, § 79). Les clichés participent d'un effet de rappel et de la construction d'une mémoire discursive et d'un monde de normes, de savoirs et de croyances partagés.

De façon générale, l'analyse du discours aujourd'hui développée en France est soucieuse de décrire et d'éclairer des fonctionnements discursifs à la croisée du verbal et du social, pour en saisir les procédures et les enjeux. Elle examine pour ce faire les textes dans leur situation d'énonciation et leurs cadres génériques propres. Dans cette perspective, elle accorde une place prépondérante à la notion d'interdiscours, c'est-à-dire à la relation qui

lie indissolublement un discours en situation à l'ensemble de ce qui se dit et s'écrit à ses alentours. L'énonciation, note Maingueneau (1997, p. 26) « est de part en part traversée par les multiples formes de rappel de paroles déjà tenues ou virtuelles ». Dans cette circulation des discours, le locuteur reprend à son compte, sciemment ou non, du déjà-dit et du déjà pensé qu'il reconduit ou, au contraire, contredit, modifie, retravaille. Les **figements** – et les défigements – formels et thématiques sont ainsi étudiés dans la trame interdiscursive où ils contribuent à la production du sens ; ils sont examinés dans les fonctions sociales et politiques qu'ils remplissent à une époque donnée. On rejoint ici la notion de « discours social » mentionnée plus haut (voir p. 78).

Qui plus est, pour Maingueneau, tout discours s'inscrit dans un dispositif générique qui lui impose une distribution préalable des rôles et au sein duquel le locuteur mobilise une scénographie qu'il emprunte à un répertoire culturel – ainsi le président dans une allocution télévisée peut se poser en figure paternelle qui s'adresse à ses enfants, une candidate à la présidentielle peut se poser en mère soucieuse du bien-être de tous les enfants de France, etc. À travers les notions d'interdiscours, de scène générique ou de scénographie, l'analyse du discours octroie, sans toujours la désigner explicitement, une place de choix à la stéréotypie.

On mentionnera ici deux dimensions privilégiées par l'analyse du discours dite à la française qui traitent expressément des phénomènes de stéréotypie : la question de l'*ethos* (lié à la scénographie) qui renvoie au stéréotype, et la notion de formule, qui s'apparente au cliché et aux expressions toutes faites.

Les travaux foisonnats qui traitent de l'**ethos** situent la reprise des images préexistantes et des représentations sociales dans une perspective énonciative : il s'agit de l'image de soi que le locuteur ou la locutrice construit dans son discours, délibérément ou non, pour gérer une interaction verbale ou pour favoriser la réussite d'une entreprise de persuasion. La notion d'*ethos*, empruntée à la rhétorique antique, situe les travaux sur le stéréotype au confluent de l'argumentation rhétorique mentionnée plus haut, et des sciences du langage. Elle est de nos jours mobilisée pour l'étude des

types de discours les plus divers, du discours politique, médiatique ou publicitaire au discours littéraire ou scientifique. En effet, toute prise de parole entraîne une façon de se dire, ou de se montrer, à son public (pluriel ou unique), quels que soient le genre discursif ou la situation de communication envisagés ; et cette image de soi se moule nécessairement, en partie ou en totalité, sur des modèles sociaux préexistants. C'est pourquoi Amossy (2010) consacre le chapitre 2 de *La Présentation de soi* à la question des modèles culturels et du stéréotypage. Les analystes du discours étudient ainsi les modalités discursives d'une construction d'ethos en prise sur les modèles préfabriqués fournis par la culture ambiante, le domaine professionnel dans lequel le locuteur agit et interagit, le groupe social dont il participe, etc. Ils examinent aussi la manière dont les locuteurs tentent de déjouer les représentations sociales qui leur sont défavorables et risquent d'entraver leur projet.

Dans une autre perspective, il faut noter le succès de la notion de **formule**, développée par Alice Krieg-Planque à partir d'un travail de fond sur « la purification ethnique » (2003). Empruntée au travail de Jean-Pierre Faye sur la formule « État total » dans le III^e Reich (1972) et sur ceux de Marianne Ebel et Pierre Fiala sur les langages xénophobes (Krieg-Planque, 2009, p. 53-61), la « formule » a un caractère figé qui la rend aisément identifiable, une concision qui lui permet de circuler en devenant partie intégrante d'une argumentation, et un flottement sémantique qui la rend polysémique et de ce fait, à la fois facilement appropriable et sujette à des interprétations divergentes qui font polémique. Il en va ainsi de « fracture sociale », d'« exclusion » ou d'« immigration choisie » (Brilliant, 2011). La formule est toujours porteuse d'enjeux socio-politiques : « elle met en jeu quelque chose de grave » (Krieg-Planque, 2009, p. 103). C'est en cela, et en ce qu'elle fait l'objet d'une publicisation en grande partie assurée par les médias, suscitant sur la place publique de violentes polémiques, qu'elle se distingue du simple cliché dont elle partage le caractère de figement linguistique à valeur doxique.

L'analyse du discours médiatique et politique

L'analyse du discours s'attache de façon privilégiée à l'étude de la presse et des médias, s'efforçant d'y dégager, à partir de vastes corpus, certaines représentations collectives qui relèvent d'un imaginaire d'époque pour en comprendre les fonctions, la visée, la portée. Là aussi, on trouve à la fois des études qui se réclament d'une analyse du discours ancrée dans l'étude des fréquences lexicales, des situations d'énonciation, bref des ancrages linguistiques du discours, et des travaux qui portent une attention plus distraite aux mécanismes langagiers comme tels mais explorent néanmoins ce qui construit et se diffuse en discours.

Dans la première catégorie, il faut mentionner l'ouvrage de Sophie Moirand sur *Les Discours de la presse quotidienne* (2007) qui enrichit la réflexion sur la stéréotypie en montrant comment certaines façons de dire se figent en des expressions rigides, des formules qui deviennent ce qu'elle appelle des *mots-événements* (elles en viennent à désigner l'événement, comme le 11 septembre, ou la vache folle). Ces formules sont porteuses de représentations qui contribuent à former une mémoire collective : « Cette utilisation incessante de discours autres, dont l'origine n'est pas toujours maîtrisée, contribue à construire une mémoire collective reposant sur des mots ou des formulations qui voyagent d'un locuteur à l'autre » (2007, p. 138). Moirand donne ici l'exemple de « la vieille Europe », expression clichée utilisée par les journalistes lors de la guerre contre l'Irak. L'analyse du discours de presse explore dans cette perspective la relation qui s'établit entre les expressions qui se figent dans la circulation des discours, les jeux dialogiques (au sens de Bakhtine) dans lesquels ils sont pris (non sans les situer dans une perspective argumentative), et la notion de **mémoire collective**, en partie héritée de Maurice Halbwachs, comme construction de savoirs communs à un groupe social.

Cette première catégorie comprend aussi des travaux qui utilisent expressément la notion de stéréotype comme outil d'analyse. Elle est bien illustrée par un article de Jean-Paul Honoré dans la revue *Mots* (1994). L'auteur s'interroge sur la logique interne du système de représentations du

Japon qui se met en place dans la presse française contemporaine (1980-1993). Il y utilise la notion de stéréotype pour montrer que deux constellations lexicales simultanées, l'une positive et l'autre négative, se répondent symétriquement. D'un côté, on trouve : énergie, harmonie, spiritualité, honneur, souplesse, esthétique, tradition et néanmoins innovation, de l'autre, violence, conformisme, ésotérisme, aliénation, duplicité, mièvrerie, archaïsme et déculturation. Deux représentations symétriquement opposées coexistent donc, grâce à une logique que l'analyste s'applique à démontrer (elles sont imputées au caractère paradoxal du Japon). Il tente ensuite d'interpréter cette complémentarité inattendue des stéréotypes nippophile et nippophobe en montrant qu'ils remplissent en réalité la même fonction : celle de conjurer la hantise de la puissance japonaise, transformant le discours contemporain de la presse française en dispositif de fermeture à l'Autre.

D'autres études abordent les stéréotypes de façon plus globale et plus floue, cherchant souvent à en effectuer une dénonciation qui rappelle les démystifications des « vies » de héros de *Paris Match* proposées par le groupe Mu au début des années 1970⁴ : ces récits de vie apparaissent sous forme de figures « fortement stéréotypées, destinées qu'elles sont à confirmer le lecteur de *Paris Match* dans la pensée qui à travers lui se pense » (*Communications*, 1970, p. 165). Les vies singulières particularisent en effet le même parcours : elles montrent des volontés tendues vers un but précis, être le premier, à partir du récit de la vocation (jeune, il était déjà ce qu'il est devenu) ou de la convocation (une intervention miraculeuse le révèle à lui-même) ; puis, c'est la montée vers le triomphe à coups de répétitions analogiques. D'autres se penchent sur la façon dont l'exploitation des stéréotypes permet à *Paris Match* d'offrir une « information spectacle » qui vise au *pathos* par l'usage d'« images et clichés émouvants ». Ainsi, un événement – la mort du roi Baudouin de Belgique – est présenté à partir d'une série de stéréotypes médiévaux : « succession, influences de femmes, rumeur de béatification, menaces de conflits territoriaux, affaires de cœur et même, comme à l'époque des Templiers, malédiction proférée par une mendiane » (Lits, 1993, p. 100). Si

Paris Match se nourrit des romans historiques médiévaux, c'est parce qu'il répond à une attente du public qui recherche « moins des informations précises que la séduction du spectacle et les stéréotypes de la fiction ». Il va de soi que ces entreprises analytiques peuvent porter aussi bien sur les magazines et la presse « people », qui fait aujourd'hui l'objet d'une attention particulière, que sur les grands quotidiens, la télévision ou, plus récemment, l'Internet. On en trouvera des exemples très divers dans le volume « Média(tisa)tions » du collectif de Boyer (2007) sur *Stéréotypage. Stéréotypes*, et dans un nombre important d'articles qui portent sur la presse (en tenant compte de genres mineurs comme le fait divers, la nécrologie...) aussi bien que sur la télévision ou les réseaux sociaux (dont Facebook et Twitter).

Une place privilégiée semble réservée aux stéréotypes de genre dans tous les travaux qui enquêtent sur la façon dont la féminité, mais aussi la masculinité, sont représentées dans les médias de tous pays dans différents domaines : la mode, la publicité, la politique, le sport, etc. Ces travaux comportent, en plus de leur visée scientifique, une part de mobilisation pour la défense d'une cause : ils traquent et dénoncent la *doxa* et les préjugés véhiculés par les médias qui modèlent l'opinion publique. Semblables investigations ne sont pas seulement le fait de travaux scientifiques ; elles sont aussi au cœur de démarches comme celle du Conseil supérieur de l'Audiovisuel qui a publié en 2014 un rapport sur les stéréotypes féminins à la télévision dans lequel on voit, entre autres, que les séries télévisées véhiculent des images stéréotypées de la femme, plus occupée aux tâches ménagères que les hommes, plus émotive, etc.

L'analyse du discours politique s'attache également à l'étude de la stéréotypie et de ses fonctions dans des contextes variables. Elle étudie, entre autres, la construction d'un ethos conforme d'homme ou de femme politique, l'usage que le discours des politiciens fait des formules (dans le sens de Krieg-Planque), le rôle que jouent les stéréotypes et la phraséologie en particulier dans la mise en place et la transmission d'une doctrine ou d'une idéologie, les stratégies argumentatives qui manient les figements de tous types pour réaliser un objectif donné. Les analystes du discours

examinent ainsi, à travers la description des fonctionnements discursifs et argumentatifs, les enjeux de la parole politique en situation. Ainsi, par exemple, Détrie et Perroux (2014) analysent dans les discours de Dakar prononcés respectivement par les Présidents Nicolas Sarkozy (2007) et François Hollande (2012), les « processus de stéréotypisation et de catégorisation générés par la confrontation avec l'altérité africaine » (2014, p. 1977). Par une analyse fine de la construction des stéréotypes et des contre-stéréotypes qui manifestent un rapport à l'autre (à une Afrique « fantasmée ») et à soi, les auteurs montrent à la fois la différence entre l'allocution des deux chefs d'État, et leurs points communs – lesquels convergent en dernière instance pour élaborer à travers le jeu des stéréotypes « une représentation valorisante des actions entreprises par le groupe dominant » (p. 1989).

Guylaine Martel, dans *Incarner la politique* (2018), se penche sur le cas des politiciens et politiciennes québécois. Lorsqu'ils construisent leur ethos dans des confrontations télévisées, mais aussi dans des émissions d'infodivertissement, ils doivent maintenir un équilibre délicat entre les modèles stéréotypés attachés au rôle qu'ils se proposent d'incarner, et la nécessité de se distinguer des autres. Un trop grand écart par rapport au modèle attendu risque de brouiller la communication (p. 66). Martel décrit ainsi l'ethos type du leader, et les versions qu'en a produites le Québec dans les années 2000. Elle étudie également la façon dont les différents acteurs ont repris et modulé ces modèles établis au sein d'une culture de la célébrité, mais aussi dont ces représentations sociales ont évolué. Ce faisant, elle note que « le modèle préalablement conçu pour les hommes désavantage les femmes, parce qu'il entre en concurrence avec des stéréotypes très fortement ancrés dans l'imaginaire social » (p. 57). Elle examine la façon dont les politiciennes québécoises Pauline Marois ou Valérie Plante travaillent à renégocier et adapter ces images toutes faites pour se légitimer sur la scène publique. C'est dans une perspective semblable que Simone Bonnafous (2003, p. 134-139) détecte, dans l'ethos discursif de quatre ministres françaises appartenant à des partis politiques différents – Martine Aubry, Élisabeth Guigou, Marie-George Buffet et

Dominique Voynet – un même modèle qu'elle dénomme « pragmatique empathique ». Il consiste dans le refus du manichéisme et le sens des nuances ; l'expression très concrète ancrée dans la « vraie vie » ; un usage limité de l'agressivité, la manifestation de la bienveillance et de la solidarité. Or, ces caractéristiques construisent une image qui correspond à ce que de nombreux travaux ont qualifié de parole féminine, et permettent à des femmes politiques venues d'horizons très différents de projeter un ethos homogène fidèle à un modèle positif ancré dans des stéréotypes d'époque – une présentation de soi qui vise à leur assurer, en tant que femmes, un créneau dans le champ politique.

Un autre champ d'analyse du discours politique est celui de la stéréotypie discursive étudiée dans sa relation à l'interdiscours, et dont le potentiel argumentatif est évalué dans une situation particulière. Ainsi Pierre-André Taguieff montre comment le discours négationniste (dit « révisionniste »), qui nie l'existence des chambres à gaz dans les camps de concentration nazis, reprend à son compte le stéréotype antisémite du Juif tout-puissant dans le monde de la finance, des journaux et de la politique. À partir d'une citation de Faurisson, il indique la filiation dans le discours révisionniste des positions antisémites des années 1930 exemplifiées par Céline (*Bagatelles pour un massacre*), et des positions antisionistes contemporaines. « Les Juifs omnipotents de 1936 sont devenus les “sionistes”, et c'est désormais la Troisième Guerre mondiale que les révisionnistes veulent conjurer » (1989, p. 17). Ces mêmes stéréotypes se sont retrouvés dans le discours du Front national qui dénonce le « Juif dominateur, qu'il prenne le visage du Juif d'État (aujourd'hui : S. Veil, L. Fabius, R. Badinter, etc.) ou celui du Juif de média (I. Levaï, A. Sinclair, J.-F. Kahn, J.-P. Elkabbach, etc.) » (1989, p. 43). Ces figures stéréotypées sont exploitées par un discours nationaliste polémique qui assimile l'identité française à l'identité nationale et chrétienne à l'exclusion de tout élément étranger perturbateur.

Les éléments de stéréotypie discursive peuvent changer de fonction quand ils consolident un discours de propagande qui répète inlassablement au public ce que celui-ci est censé savoir par cœur pour l'avoir déjà maintes fois entendu. Dans cette perspective, Marc Angenot, analyste du discours et

historien des idées, propose un examen approfondi de la propagande socialiste et de sa **phraséologie** entre 1889 et 1914. Selon lui, le mouvement ouvrier « a très tôt cultivé le syntagme figé, les automatismes qui créaient aux militants une heureuse complicité phraséologique » (1997, p. 257). La stéréotypie n'a pas seulement servi de terrain de communion, elle a aussi contribué à construire un contre-langage qui effaçait les maladresses de la langue ordinairement parlée par les ouvriers. Angenot y voit un « accès langagier à l'identité collective ». Étudiant la mise en discours stéréotypée du drapeau rouge, il relève des expressions figées comme : « se rassembler autour du drapeau ou sous les plis du drapeau », pour s'unir ; « lever le drapeau de la Révolution, tenir haut et ferme le drapeau des revendications sociales », pour agir, revendiquer ; « le ralliement des forces restées fidèles au drapeau », pour l'union des véritables socialistes. Dans cette stéréotypie dont l'analyste souligne la valeur de fascination et de mobilisation sans la condamner, on trouve en germe ce que l'on appelle aujourd'hui en mauvaise part la « langue de bois », étudiée à la fin de ce chapitre.

Stéréotype et représentations dans les travaux d'histoire

En fin de parcours, on mentionnera la façon dont les historiens se sont approprié la notion de stéréotype et en ont fait un instrument d'analyse dans leurs tentatives de décrire et expliquer divers moments du passé à partir d'archives largement (mais non exclusivement) textuelles. Cet intérêt semble s'être manifesté principalement sous l'influence de l'histoire culturelle (Rioux et Sirinelli, 1997), qui a mis l'accent sur les représentations qu'une culture datée élaborait et transmettait du monde. L'importance accordée aux représentations culturelles est indissociable de l'attention portée aux modes de dire et de faire dans lesquels celles-ci prennent corps. C'est dans ce cadre qu'est mobilisée la notion de stéréotype, qui apparaît dans une entrée du *Dictionnaire de l'historien* (2013, p. 664) sous la plume de François Sirinelli.

Dans ce sillage, certains historiens se prononcent « pour un usage du stéréotype en histoire » (Edrom *et al.*, 2018). Marcel Grandière (2000), s’indexant sur les travaux effectués en littérature et en sciences du langage plus que sur les sciences sociales, voyait déjà dans les stéréotypes des modèles construits pour imaginer et organiser la réalité et pour percevoir l’Autre, informant par là-même sur le sujet qui s’adonne à ce stéréotypage. Insistant (contrairement à la psychologie sociale) sur la plasticité et la capacité d’évolution du stéréotype, Grandière le présente comme un outil notionnel pour l’historien. Dans son sillage, mais aussi dans celui de Van Ypersele et Klein qui soulignent le caractère selon eux incontournable de la notion (2016, p. 18), Edrom et ses co-auteurs demandent qu’une place lui soit reconnue dans l’investigation historienne. Selon Jean-Charles Geslot, cette investigation poursuit l’objectif « de comprendre dans quelles conditions sociales il [le stéréotype] se met en place, pour quelles raisons, par quels procédés, avec quelles intentions, grâce à quels acteurs, et d’étudier les supports et formes de son expression puis de sa diffusion, en accordant un intérêt particulier à sa réception, à ses évolutions, à ses recompositions, à son déclin et à sa mort également » (2018, p. 163.). L’essentiel n’est donc pas de mesurer le degré de véracité de ces représentations convenues, mais de voir comment elles éclairent les groupes qui s’en nourrissent et de comprendre ainsi leur système de pensée. À travers l’image plus ou moins déformée que l’instance de locution projette de l’autre, l’historien examine le jeu spéculaire dans lequel elle offre une image collective de soi.

Ainsi, pour ces historiens, le stéréotype, qui se repère dans l’archive à la faveur de son caractère systématique et sériel, « n’est jamais innocent ou gratuit. Il nourrit un discours, une pensée, une idéologie, une représentation » (2018, p. 100). Ils insistent sur le fait qu’ils recherchent non pas un stéréotype reconnu et débusqué comme tel par les hommes du passé (auquel cas il perd son emprise sur eux), mais au contraire celui qui est reçu par eux comme une réalité et confondu avec elle. Il s’agit alors de voir comment ces stéréotypes ont été construits pour être reçus comme une vérité, comme un instrument de connaissance qui permet aux hommes

d'une époque de lire le réel environnant. Précisons que les historiens ne tiennent pas compte de l'historicité des notions mêmes de cliché et de stéréotype, et du fait qu'elles n'existaient pas dans le passé investigué. Ils s'en emparent comme d'un outil qui permet de comprendre la genèse des stéréotypes du passé, les formes qu'ils ont revêtues et les fonctions qu'ils ont assumées dans des contextes socio-historiques précis. Cela leur permet de mettre en évidence la fonction cognitive et idéologique des stéréotypes dans divers cas d'étude, comme l'image de la femme spartiate, athlétique et érotique, dans le contexte de la rivalité entre Athènes et Sparte au temps de la guerre du Péloponnèse, le stéréotype du « collabo » à la Libération, et bien d'autres encore.

4. Langues de bois

Les stéréotypes sont en effet souvent associés à la « langue de bois ». Qu'entend-on au juste par cette expression ?

Il semble que l'expression soit apparue massivement dans la presse française au début des années 1980, venant de Pologne comme une traduction de l'expression *Dretwa mowa*, elle-même calque du russe *derevjannyi jazyk*, assimilée souvent au *Newspeak* du 1984 d'Orwell et à son calque de *Nowomowa* (C. Pineira et M. Tournier, *Mots*, 21, 1989, p. 6 et M. Oustinoff, *Hermès*, 58, 2010, p. 16). L'hypothèse qui la fait venir du polonais la rattache aux discussions inspirées par le syndicat Solidarność dans les universités de Varsovie et de Cracovie, dans un contexte visant le « régime soviétique pris pour cible en tant que régime totalitaire étendant sa domination sur la Pologne du Général Wojciech Jaruzelski » (M. Oustinoff, *ibid.*). L'expression « langue de bois » est alors associée en France dans la langue politique à la Pologne, mais aussi à l'URSS, au bolchevisme, aux démocraties populaires, et au PCF (*Mots*, 1989, p. 9). Le *Petit Larousse* de 1982 la définit ainsi comme la « phraséologie stéréotypée utilisée par certains partis communistes et par les médias de divers États où ils sont au pouvoir » (*ibid.*, p. 13). Mais l'expression prend vite une acceptation plus

large pour désigner « toute manière rigide de s'exprimer qui use de stéréotypes et de formules figées » (*Grand Dictionnaire encyclopédique Larousse* de 1984) (*Mots*, 1989, p. 9).

C'est pourquoi, plutôt que le singulier, il convient d'utiliser le pluriel « langues de bois ». Les « langues de bois », qui imprègnent le langage quotidien, concernent aussi bien les discours politiques en démocratie, la communication de la presse et des médias, du marketing et de la publicité. Elles incluent les formes euphémistiques du « politiquement correct » (*Hermès*, 2010, p. 111-112). Cette extension de sens en français, comme dans d'autres langues, a pour conséquence paradoxale que, dans de nombreux contextes, la tournure ne peut plus être traduite par l'expression russe ou polonaise dont elle est le calque (*Hermès*, 2010, p. 16), et qui reste liée à la novlangue du système soviétique (F. Thom, 1987). Si le terme est récent, la pratique de la langue de bois remonte à l'Antiquité. « Chaque époque, chaque culture produit ses langues de bois » (H. Meschonnic, *Le Labrador*, 1996, p. 131). Le livre de Christian Delporte, *Une histoire de la langue de bois* (2009) propose un riche parcours de ses usages, du discours politique de la Révolution française à nos jours, des régimes totalitaires et dictatoriaux à la communication politique en régime démocratique.

Comment définir cet objet historique et pluriel qu'est la « langue de bois » ? Constituée d'unités phraséologiques, elle ne se confond pas avec le seul usage des stéréotypes et des idées reçues ou des euphémismes. Un accord se fait pour la caractériser comme un langage de pouvoir, lié à l'intention d'imposer une vision du monde : « La langue de bois est une tentative pour formater le réel, selon une vision qu'on sait pertinemment biaisée mais dont on escompte que l'autre va l'accepter » (D. Wolton, *Hermès*, 2010, p. 159). « Convenu, généralisant, préfabriqué, déconnecté de la réalité, le discours de la langue de bois reconstruit le réel en mobilisant et répétant inlassablement les mêmes mots et formules stéréotypés, les mêmes lieux communs, les mêmes termes abstraits » (Delporte, 2009, p. 10). Un des antonymes de la langue de bois est le « parler vrai », qui n'est bien souvent qu'une autre forme de la langue de bois. Dans le discours politique récent, le « parler cash », comme le nomme T. Legrand (*Hermès*, 2010,

p. 152-153), prétend substituer à la phraséologie politique un parler franc, simple, proche du langage quotidien, en réalité simplificateur. Il n'est pas de langage transparent qui échapperait à l'effet de *langue de bois*. P. Fiala et B. Habert soulignent néanmoins la façon dont les calembours et les défigements dans les titres médiatiques permettent de jouer des formules du langage politique (*Mots*, 1989).

Péjorative, la *langue de bois* est toujours prise dans un contexte négatif, et toujours nommée comme le discours de l'autre. Dénoncée comme un outil idéologique qui prétend imposer « le sens unique d'une vérité » (H. Meschonnic), comme une arme polémique permettant d'éviter la discussion, elle se laisse saisir comme une rhétorique, caractérisable par quelques traits caricaturaux, qui nous renvoient à sa lecture critique. « Le bois n'est pas dans la langue mais dans l'usage dénoncé qu'on en fait » (*Mots*, 1989, p. 18). La langue de bois n'existerait-elle qu'à travers le point de vue de ses récepteurs ? (*Hermès*, 2010, p. 12). C'est précisément le point de vue du « sentiment rhétorique commun », le plus souvent péjoratif, qui intéresse la linguiste A. Krieg-Planque (« Langue de bois », 2017). S'interrogeant sur l'emploi du mot « langue » elle confirme que la « langue de bois », qui désigne une grande diversité d'énoncés, mais toujours situés dans des contextes, et destinés à des publics spécifiques, relève bien de l'analyse du discours. Elle montre aussi que ces éléments de phraséologie, décryptés par les historiens et les linguistes, et moqués dans des sketches humoristiques, forment aujourd'hui le matériau de générateurs d'énoncés qui circulent sur le web sous la forme de cours parodiques de « langue de bois », ou de générateurs informatisés de « langue de bois », avec participation des internautes.

Notes

1. Françoise Martin-Berthet, « Définitions d'enfant : étude de cas », *Repères*, n° 8, 1993, p. 117.

2. Nous maintenons l'intérêt des topiques de Ducrot, même s'il a depuis remplacé l'étude des *topoi* par celle des blocs sémantiques.

3. Patrick Sériot, « Langue russe et discours politique soviétique : analyse des nominalisations », *Langages*, n° 81, mars 1986 (« Analyse de discours, nouveaux parcours »), p. 39.

4. Groupe Mu, « Les biographies de *Paris Match* », *Communications*, n° 16, 1970, repris dans *Recherches rhétoriques*, Éd. du Seuil, coll. « Points », 1994.

Conclusion

DANS CE PARCOURS à travers les sciences sociales, les études littéraires et les sciences du langage, les notions élaborées apparaissent souvent en rupture avec l'usage courant. Dans le langage quotidien, on ne distingue guère le lieu commun du stéréotype et du cliché. Dans leur acceptation relativement floue, les termes restent synonymes, sans pour autant gêner la communication.

Il en va autrement dans les sciences humaines où les disciplines doivent construire leur objet. Elles ne reprennent les notions du langage ordinaire qu'en les redéfinissant dans leur cadre théorique propre. C'est ainsi que les sciences sociales étudient le stéréotype en termes de représentation et de croyance collectives. Les études littéraires, de leur côté, prennent en compte la dimension esthétique aussi bien que sociale des figures et des schèmes figés. Quant aux sciences du langage, elles font des stéréotypes et des *topoi* des éléments de construction du sens. La rhétorique et l'analyse du discours voient, pour leur part, dans la stéréotypie les schèmes implicites ou les évidences partagées qui sous-tendent une parole située.

De même qu'elles théorisent différemment les phénomènes de stéréotypie, chaque discipline propose des méthodes d'analyse différenciées. Au-delà de la diversité des procédures, on peut repérer trois courants. L'approche empirique est représentée par la psychologie sociale, qui recourt à des enquêtes d'opinion et des expériences sur le terrain, et qui effectue un traitement statistique des données ainsi recueillies. Une seconde approche, textuelle, réunit les études littéraires, l'analyse argumentative et l'analyse du discours, qui avec des méthodes et des objectifs divers, essaient de dégager les éléments de stéréotypie à travers des composantes discursives (lexique, figures, étude de l'implicite). Dans cette perspective, les théories de la lecture et la didactique de la lecture explorent le rôle du stéréotypage dans le

processus de déchiffrement des textes. Le troisième type d'approche, qui rassemble la théorie du stéréotype et du prototype ainsi que la pragmatique intégrée des *topoï*, est principalement théorique. Elle ne s'intéresse pas à l'analyse des textes mais au fonctionnement sémantique du langage.

On peut cependant établir des transversales à travers ces différents champs d'études. L'une concerne la question de la péjoration. On dénonce la banalité, le préjugé, les fausses évidences. L'analyse des stéréotypes et des clichés vise à démythifier tout ce qui entrave les relations interpersonnelles, la libre appréhension du réel, l'originalité et la novation. En même temps, les sciences sociales, les sciences du langage et les études littéraires reconnaissent que les phénomènes de stéréotypie sont inévitables. Dans la vie sociale, il est impossible d'en faire l'économie. On en vient ainsi à étudier les fonctions constructives du stéréotype, du cliché et des lieux communs, qui apparaissent à la base de l'interaction sociale et de la communication et qui sont à la source du travail littéraire.

Les fonctions constructives du stéréotype ne peuvent être perçues qu'à partir du moment où l'on renonce à le considérer de façon statique dans ses contenus et ses formes figés. Ce qui retient l'attention, c'est la façon dont un individu et un groupe se l'approprient et le font jouer dans une dynamique des relations à l'autre et à soi. Ce sont aussi les modalités au gré desquelles des discours en situation reprennent et éventuellement travaillent des éléments préfabriqués.

Un parcours à travers les différentes disciplines permet ainsi de dégager des lignes de force, et de révéler la prégnance des phénomènes de stéréotypie dans la réflexion contemporaine.

Bibliographie

Histoire des notions

ANGENOT Marc, *La Parole pamphlétaire. Typologie des discours modernes*, Payot, 1982.

BERLAN Françoise, « Les Épithètes françoises du R. P. Daire. Stéréotypes culturels et conventions sociales », dans *Mélanges de langue et de littérature française offerts à Pierre Lathomas*, École normale supérieure de jeunes filles, 1985.

CAUQUELIN Anne, *L'Art du lieu commun. Du bon usage de la doxa*, Éd. du Seuil, 1999.

COMPAGNON Antoine, *La Seconde Main ou le travail de la citation*, Éd. du Seuil, 1979.

CURTIUS Ernst Robert, *La Littérature européenne et le Moyen Âge latin*, trad. fr., PUF, 1956 (éd. orig. 1947).

DELESALLE Simone, « Les débuts de la sémantique. Norme et esthétique à la fin du XIX^e siècle », dans *Histoire de la langue française 1880-1914*, Gérald ANTOINE et Robert MARTIN (dir.), Éd. du CNRS, 1985.

ÉTUDES FRANÇAISES n° 13, 1-2, « Le lieu commun », 1976.

FLAUBERT Gustave, *Le Dictionnaire des idées reçues*, LGE, Le Livre de Poche classique, 1997.

GOURMONT Remy de, *Esthétique de la langue française* (Mercure de France, 1899), rééd. Éditions Autrement dit, « Les Introuvables », 1985 (« Le cliché »).

GOURMONT Remy de, *La Culture des idées* (Mercure de France, 1900), rééd. « 10/18 », 1983 (« Du style ou de l'écriture » et « La dissociation des idées », 1899).

GOYET Francis, « Aux origines du sens actuel de “lieu commun” », *Cahiers de l'Association Internationale des Études françaises*, 1997, n° 49, p. 59-74.

GOYET Francis, *Le « Sublime » du lieu commun, L'invention rhétorique dans l'Antiquité et à la Renaissance*, Champion, 1996.

HERSCHBERG PIERROT Anne, « Clichés fin de siècle », dans *Rhétorique et discours critiques. Échanges entre langue et métalangue*, Presses de l'ENS, 1989.

HERSCHBERG PIERROT Anne, « Histoire d'idées reçues », *Romantisme*, n° 86, 1994.

TARDE Gabriel, *Les Lois de l'imitation* (Alcan, 1890), rééd. Slatkine Reprints, Genève, 1979 (réimp. de l'éd. de 1895).

Sciences sociales

ADORNO Theodor W., FRENKEL-BRUNSWIK Else, LEVINSON Daniel J. et SANFORD Nevitt R., *The Authoritarian Personality*, New York, Harper & Row, 1950.

ALLPORT Gordon W., *The Nature of Prejudice*, New York, Doubleday Anchor Books, 1954.

AMOSSY Ruth, *Les Idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Nathan, 1991.

AMOSSY Ruth, DELON Michel (dir.), *Critique et légitimité du préjugé*, Presses de l'Université Libre de Bruxelles, 1999.

ASCH Solomon, *Social Psychology*, N.J., Prentice Hall, 1952.

AUGUSTINOS Martha et WALKER, Iain, « The construction of stereotypes within social psychology: from social cognition to ideology », *Theory Psychology*, n° 8, p. 629, 1998.

BAR-TAL Daniel, GRAUMANN Carl, KRUGLANSKI Arie et STROEBE Wolfgang, *Stereotyping and Prejudice. Changing Conceptions*, Springer Verlag, 1994.

CAMILLERI Carmel et VINSONNEAU Geneviève, *Psychologie et culture, Concepts et méthodes*, Armand Colin, 1996.

DÉSERT Michel, CROIZET Jean-Claude et LEYENS Jacques-Philippe, « La menace du stéréotype : une interaction entre situation et identité », *L'Année psychologique* 102-3, 2002, p. 555-567.

DÉTREZ Christine, *Quel genre ?* Éditions Thierry Magnier, 2015.

EDWARDS Derek et POTTERS Jonathan, *Discursive Psychology*, London, Sage, 1992.

ETHNOPSYCHOLOGIE, n° 4, « Images de l'Europe », décembre 1971.

FISCHER Gustave-Nicolas, *Les Concepts fondamentaux de la psychologie sociale*, Dunod, 1996.

FISHMAN Joshua A., « An examination of the process and functions of social stereotyping », *The Journal of Social Psychology*, n° 43, 1956, p. 27-64.

GOFFMAN Erving, *La Mise en scène de la vie quotidienne*, t. 1 : *La Présentation de soi*, Éd. de Minuit, 1973.

HARDING John, « Stereotypes », *International Encyclopedia of the Social Sciences*, vol. 15, The McMillan C^{ie} and the Free Press, 1968.

INZLICHT Michael and SCHMADER Toni, *Stereotype threat: Theory, process and application*, Oxford University Press, 2011.

JAHODA Marie, « Stereotype », *A Dictionary of the Social Sciences*, London, Tavistock Publications, 1964.

JODELET Denise (éd.), *Les Représentations sociales*, PUF, 1989.

KLINEBERG Otto, *Psychologie sociale*, PUF, 1963 (1^{re} éd. New York, 1940).

LADMIRAL Jean-René et LIPIANSKY Edmond Marc, *La Communication interculturelle*, Paris, Armand Colin, 1989.

LEE Yueh-Ting, JUSSIM Lee J. and McCUALEY Clark R. (eds.), *Stereotype Accuracy: Toward Appreciating Group Differences*, Washington D.C., American Psychological Association, 1995.

LEYENS Jacques-Philippe, YZERBYT Vincent et SCHADRON Georges, *Stéréotypes et cognition sociale*, trad. Georges SCHADRON, Mardaga, 1996 (1^{re} éd. London, 1994).

LIPPMANN Walter, *Public Opinion*, New York, Pelican Books, 1946 (1^{re} éd. 1922).

MAISONNEUVE Jean, *Introduction à la psychosociologie*, PUF, 1989.

MORFAUX Louis-Marie, « Stéréotype », *Vocabulaire de la philosophie et des sciences humaines*, Armand Colin, 1980.

MOSCOWICI Serge (éd.), *Psychologie sociale*, PUF, 1988.

OPERARIO Don and FISKE Susan T., « Stereotypes: content, structures, processes and context », *Social Cognition*, dans BREWER Marylinn B. and HEWSTONE Miles (eds), *Social Cognition*, Oxford, Blackwell publishing, 2004.

SHERIF Muzafer and SHERIF Carolyn W., *Social Psychology*, New York, Harper-Inter Ed., 1969.

STEELE Claude M., SPENCER Steven J. and ARONSON Joshua, « Contending with group images: The psychology of stereotypes and social identity threat », *Advances in Experimental Social Psychology* 24, 2002, p. 379-440.

STEELE Claude M., and ARONSON Joshua, « Stereotype threat and the intellectual test performance of African Americans », *Journal of*

personality and social psychology 69, dec. 1995, p. 797-811.

TAJFEL Henri, « La catégorisation sociale », *Introduction à la psychologie sociale*, vol. I, Serge MOSCOVICI (éd.), Larousse, 1972.

Clichés, stéréotypes et littérature

- Les études du cliché

ALBALAT Antoine, *L'Art d'écrire : enseigné en vingt leçons* (1899), rééd. Armand Colin, 1992.

AMOSSY Ruth et ROSEN Elisheva, *Les Discours du cliché*, SEDES-CDU, 1982.

BALLY Charles, *Traité de stylistique française* (1^{re} éd., Wagner, Heidelberg, 1909), 3^e éd., Genève, Georg, Paris, Klincksieck, vol. 1, 1951.

BORDAS Éric et RANNOUX Catherine (dir.), « Clichés et clichages. *Mélanges Anne-Marie Perrin-Naffakh* », *La Licorne*, n° 59, 2001.

HERSCHBERG PIERROT Anne, « Problématiques du cliché », *Poétique*, n° 43, 1980.

JENNY Laurent, « Structures et fonctions du cliché », *Poétique*, n° 12, 1972.

MAROUZEAU Jules, *Précis de stylistique française* (1941), Masson, 1969.

MATHIS Gilles (éd.), *Le Cliché*, Actes du colloque d'Aix-en-Provence (janvier 1996), Presses universitaires du Mirail, 1997.

PAULHAN Jean, *Éléments*, dans *Œuvres complètes*, t. II, Cercle du livre précieux (« Incident de langage dans la famille Langelon »), 1966.

PAULHAN Jean, *Les Fleurs de Tarbes* (1941), dans *Œuvres complètes*, t. III, Cercle du livre précieux, 1967.

PERRIN-NAFFAKH Anne-Marie, *Le Cliché de style en français moderne*, Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux, 1985.

REDFERN Walter, *Clichés and Coinages*, Basil Blackwell, 1989.

RIFFATERRE Michael, « Fonction du cliché dans la prose littéraire », dans *Essais de stylistique structurale*, présentation et traductions par Daniel Delas, Flammarion, 1970.

RIFFATERRE Michael, *La Production du texte*, Éd. du Seuil, 1979.

RIFFATERRE Michael, *Sémiotique de la poésie*, traduit de l'américain par Jean-Jacques THOMAS, Éd. du Seuil, 1983.

- Texte, imaginaire, société

AMOSSY Ruth, *Les Idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Nathan, 1991.

ANGENOT Marc, 1889. *Un état du discours social*, Québec, Éd. du Préambule, 1989.

BARTHES Roland, *Le Plaisir du texte*, Éd. du Seuil, 1973 (OC IV).

BARTHES Roland, *Leçon*, Éd. du Seuil, 1978 (OC V).

BARTHES Roland, *Mythologies*, Éd. du Seuil, coll. « Points », 1957 (OC I).

BARTHES Roland, *Œuvres complètes*, édition par Éric MARTY en cinq volumes, Éd. du Seuil, 2002 (OC I-V).

BARTHES Roland, *Roland Barthes par Roland Barthes*, Éd. du Seuil, coll. « Écrivains de toujours », 1975 (OC IV).

BARTHES Roland, *S/Z*, Éd. du Seuil, coll. « Points », 1970 (OC III).

BOYER Henri (éd.), *Stéréotypages, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène* ; t. 1 : *Média(tisa)tions* ; t. 2 : *Identité(s)* ; t. 3 : *Éducation, école, didactique* ; t. 4 : *Langue(s), discours* ; t. 5 : *Expressions artistiques*, L'Harmattan, 2007.

CASTILLO DURANTE Daniel, *Du stéréotype à la littérature*, Montréal, XYZ, 1994.

DUCHET Claude et TOURNIER Isabelle, « Sociocritique », dans *Dictionnaire universel des littératures*, Béatrice DIDIER éd., PUF, 1994.

GAILLARD Françoise, « Petite histoire du bras de fer, ou comment se fait l’Histoire », *Revue des sciences humaines*, n° 181, 1981-1.

GARAUD Christian (éd.), *Sont-ils bons ? Sont-ils méchants ? Usages des stéréotypes*, Champion, 2001.

GOULET Alain (éd.), *Le Stéréotype. Crise et transformations* (colloque de Cerisy-la-Salle, 7-10 octobre 1993), Presses de l’université de Caen, 1994.

HERSCHBERG PIERROT Anne, « Clichés, stéréotypes, stéréotypies dans le discours de Lieuvain (*Madame Bovary*, II, 8) », *Littérature*, n° 36, 1979.

HERSCHBERG PIERROT Anne, « Le travail des stéréotypes dans “la prise des Tuilleries” (*L’Éducation sentimentale*, III, 1) », dans *Histoire et langage dans « L’Éducation sentimentale » de Flaubert*, CDU-SEDES, 1981.

HERSCHBERG PIERROT Anne, « *Madame Bovary* et les idées reçues », *Atti del convegno internationale Madame Bovary, Préludes, présences, mutations. Preludi, presenze, mutazioni. Messina, 26-28 ottobre 2006*. A cura di Rosa Maria PALERMO DI STEFANO, Stella MANGIAPANE. Messina-Napoli. Accademia peloritana dei Pericolanti, vol. LXXXIII, Edizioni Scientifiche Italiane, 2007, p. 95-108.

HERSCHBERG PIERROT Anne, *Le Dictionnaire des idées reçues de Flaubert*, Presses universitaires de Lille, 1988.

LEERSSEN Joep, « Imagology: History and method », *Studia Imago-logica*, n° 13, 2007.

LÜSEBRINK Hans-Jürgen, « La perception de l’Autre : jalons pour une critique littéraire interculturelle », *Tangence*, n° 51, 1996.

MITTERAND Henri, « Parole et stéréotype : le “socialiste” de Flaubert », dans *Le Discours du roman*, PUF, 1980.

PAGEAUX Daniel-Henri, *La Littérature générale et comparée*, Armand Colin, 1994.

ROSELLO Mireille, *Declining the Stereotype. Ethnicity and Representation in French Cultures*, Hanover, New England University Press, 1997.

• Stéréotype et lecture

Le stéréotype comme construction de lecture ; le stéréotype dans le procès de lecture

AMOSSY Ruth, *Les Idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Nathan, 1991.

DUFAYS Jean-Louis, *Stéréotype et lecture*, Liège, Mardaga, 1994.

Eco Umberto, *Lector in fabula ou la Coopération interprétative dans les textes narratifs*, trad. de l’italien par Myriem BOUZAHER, Grasset, 1985 (1^{re} éd. 1979).

JAUSS Hans Robert, *Pour une esthétique de la réception*, trad. fr. par Claude MAILLARD, Gallimard, 1978 (1^{re} éd. 1972).

La question de la paralittérature

COUÉGNAS Daniel, *Introduction à la paralittérature*, Éd. du Seuil, coll. « Poétique », 1992.

Eco Umberto, « Une combinatoire narrative », *Communications*, n° 8, 1966.

HOUEL Annik, *Le Roman d'amour et sa lectrice*, L'Harmattan, 1997.

LAFARGE Claude, *La Valeur littéraire. Figuration et usages sociaux des fictions*, Fayard, 1983.

LUGAN-DARDIGNA Anne-Marie, « Presse du cœur et roman rose : la quête de l'amour vrai ou comment se trouver un maître », dans *Le Récit amoureux*, Didier COSTE et Michel ZERAFFA éds., Éd. Champ Vallon, 1984.

Didactique de la lecture

DUFAYS Jean-Louis, GEMENNE Louis et LEDUR Dominique, *Pour une lecture littéraire*, t. 1, Bruxelles, De Boeck-Duculot, 1996.

ROUXEL Annie, *Enseigner la lecture littéraire*, Presses universitaires de Rennes, 1997.

Linguistique, rhétorique et analyses de discours

- Les stéréotypes dans la langue

Locutions figées

GROSS Gaston, *Les Expressions figées en français*, Ophrys, 1996 (bibliographie).

MARTIN-BERTHET Françoise, « À propos de *jeune fille* : remarques sémantiques et lexicographiques », *Cahiers de lexicologie*, n° 39, 1981-2.

REY Alain, *Le Lexique : images et modèles. Du dictionnaire à la lexicologie* (II^e partie, chap. 8 : « Les limites du lexique »), Armand Colin, 1977.

SCHAPIRA Charlotte, *Les Stéréotypes en français : proverbes et autres formules*, Ophrys, 1999.

Sémantique du stéréotype et du prototype

DESPORTE Ariane et MARTIN-BERTHET Françoise, « Stéréotypes comparés : noms d'animaux en français et en espagnol », *Cahiers de lexicologie*, n° 66, 1995-1.

FRADIN Bernard et MARANDIN Jean-Marie, « Autour de la définition : de la lexicographie à la sémantique », *Langue française*, n° 43, septembre 1979.

GEERAERTS Dirk, « Les données stéréotypiques, prototypiques et encyclopédiques dans le dictionnaire », *Cahiers de lexicologie*, n° 46-1, 1985.

KLEIBER Georges, « Prototype, stéréotype : un air de famille ? », *DRLAV*, n° 38, 1988.

KLEIBER Georges, *La Sémantique du prototype*, PUF, 1990.

MARANDIN Jean-Marie, « Le lexique mis à nu par ses célibataires. Stéréotype et théorie du lexique », dans *La Définition*, Jacques CHAURAND et Francine MAZIÈRE éds., Larousse, coll. « Langue et Langage », 1990.

PLANTIN Christian (éd.), *Lieux communs, topoï, stéréotypes, clichés*, Éd. Kimé, 1993.

PUTNAM Hilary, « Signification, référence et stéréotypes », *Philosophie*, n° 5, février 1985, trad. fr. par Jean Khalfa de : « Meaning, Reference and Stereotypes » (1978), version abrégée de « The meaning of “meaning” » (*Philosophical Papers*, vol. 2, Cambridge, Cambridge University Press, 1975).

PUTNAM Hilary, « La sémantique est-elle possible ? », 1970, trad. fr. par Jean-Marie MARANDIN de : « Is semantics possible? » dans *La Définition*, *op. cit.*

SLAKTA Denis, « Stéréotype : sémiologie d'un concept », dans *Le Stéréotype. Crise et transformations* (colloque de Cerisy-la-Salle, 7-10 octobre 1993), Presses de l'université de Caen, 1994, p. 35-46.

SIBLOT Paul, « De la fabrique du sens entre prototypicalité et stéréotypie discursive », *Le Français dans le monde*, juillet 1996.

Les topoï dans la pragmatique intégrée

ANSCOMBRE Jean-Claude (éd.), *Théorie des topoï*, Éd. Kimé, 1995.

ANSCOMBRE Jean-Claude et DUCROT Oswald, *L'Argumentation dans la langue*, Liège, Mardaga, 1983.

GALATANU Olga et GOUVARD Jean-Michel (éd.), *Langue française*, n° 123, « Sémantique du stéréotype », septembre 1999.

PLANTIN Christian (éd.), *Lieux communs, topoï, stéréotypes, clichés*, Éd. Kimé, 1993.

RACCAH Pierre-Yves (ed.), *Journal of Pragmatics*, n° 24, « Argumentation within language », 1-2 juil. 1995.

SARFATI Georges-Élia, *Éléments d'analyse du discours*, Nathan Université, coll. « 128 », n° 159, 1997.

• Rhétorique et analyse argumentative

ADAM Jean-Michel et BONHOMME Marc, *L'Argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Nathan, 2012 [1997].

AMOSSY Ruth, *L'Argumentation dans le discours*, Armand Colin, 2021 [2000].

AMOSSY Ruth, *La Présentation de soi. Ethos et identité verbale*, PUF, 2010.

ANGENOT Marc, *La Parole pamphlétaire. Typologie des discours modernes*, Payot, 1982.

ARISTOTE, Organon V, *Les Topiques*, trad. et notes de Jules TRICOT, Vrin, 1990.

ARISTOTE, *Rhétorique*, Introduction de Michel MEYER, trad. de Charles-Émile RUELLE, Le Livre de Poche, 1991.

BARTHES Roland, « L'ancienne rhétorique », *Communications*, n° 16, 1970 (OC III).

DECLERCQ Gilles, *L'Art d'argumenter. Structures rhétoriques et littéraires*, Éditions universitaires, 1992.

EGGS Ekkehard (éd.), *Topoï, discours, arguments*, Stuttgart, Franz Steiner Verlag, 2002.

EGGS Ekkehard, *Grammaire du discours argumentatif*, Éd. Kimé, 1994.

KIBÉDI VARGA Aron, *Rhétorique et littérature. Études de structures classiques*, Didier, 1970.

MOLINIÉ Georges, *Dictionnaire de rhétorique*, Le Livre de Poche, 1992.

PERELMAN Chaïm et OLBRECHTS-TYTECA Lucie, *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*, Éd. de l'université de Bruxelles, 1970.

• Analyse du discours

ANGENOT Marc, *La Propagande socialiste. Six essais d'analyse du discours*, Montréal, L'Univers du Discours, 1997.

BONNAFOUS Simone, « “Femme politique” : Une question de genre ? », *Réseaux* 2003/4, n° 120, p. 119-145.

BRÉCHET Florent, GIAI-DUGANERA Sabrina, LUIS Raphaël, MEZZADRI Agathe et THOMAS Solène (dir.), *Le Préconstruit. Approche*

pluridisciplinaire, Classiques Garnier, 2017.

BRILLIANT Maria, « L'émergence de la polémique autour de la formule “immigration choisie” dans la presse française (Janvier-juillet 2005) », *Semen*, n° 31, 2011.

CHARAUDEAU Patrick et MAINGUENEAU Dominique, *Dictionnaire d'analyse de discours*, Seuil, 2002.

DÉTRIE Catherine et PERROUX Jérémy, « De quelques stéréotypes catégorisateurs du même et de l'autre dans les discours de Dakar, ou l'Afrique fantasmée de deux présidents français », SHS Web of Conferences 8, 2014.

FAYE Jean-Pierre, *Théorie du récit. Introduction aux « langages totalitaires »*, Hermann, 1972.

GUILHAUMOU Jacques, MALDIDIER Denise et ROBIN Régine, *Discours et archive*, Liège, Mardaga, 1994.

GUILHAUMOU Jacques, MALDIDIER Denise, PROST Antoine et ROBIN Régine, *Langage et idéologies. Le Discours comme objet de l'Histoire*, Les Éditions ouvrières, 1974.

HODGE Bob, « National character and the discursive process: A study of transformations in popular metatexts », *Journal of Pragmatics*, n° 13, 1989.

HONORÉ Jean-Paul, « De la nippophilie à la nippophobie. Les stéréotypes versatiles dans la vulgate de presse », *Mots* n° 41, 1994.

KRIEG-PLANQUE Alice, « *Purification ethnique* ». *Une formule et son histoire*, CNRS éditions, 2003.

KRIEG-PLANQUE Alice, *La Notion de « formule » en analyse du discours*, Presses universitaires de Franche-Comté, 2009.

LITS Marc, *Le roi est mort... Émotions et médias*, Bruxelles, Vie ouvrière, 1993.

MAINGUENEAU Dominique, « Présentation », *Langages*, n° 117, (« Les Analyses de discours en France »), mars 1995.

MAINGUENEAU Dominique, *L'Analyse du discours*, Hachette, 1997 [1991].

MAINGUENEAU Dominique, *Les Termes clés de l'analyse du discours*, Éd. du Seuil, coll. « Essais », 2009.

MARTEL Guylaine, *Incarner la politique. La construction de l'image médiatique des femmes et des hommes politiques au Québec*, Presses de l'Université Laval, 2018.

PÊCHEUX Michel, *Les Vérités de la Palice*, Maspero, 1975.

PAVEAU Marie-Anne, *Les Prédiscours : sens, mémoire, cognition*, Presses de la Sorbonne Nouvelle, 2006 (version électronique, 2017).

ROBIN Régine, « Essai sur la stéréotypie républicaine : les manuels d'histoire de la III^e République jusqu'en 1914 », *Littérature*, n° 44, décembre 1981.

TAGUIEFF Pierre-André, « La nouvelle judéophobie : antisionisme, antiracisme, anti-impérialisme », *Les Temps modernes*, n° 520, 1989.

- Histoire et Histoire culturelle

EDROM Julien, GUÉRIN Raphaël, GRIOT Witold, SMOLOVIC Ksenia et VILLARD Flavien, « Pour un usage du stéréotype en Histoire », *Hypothèses*, 21, 2018/1, p. 93-102.

GESLOT Jean-Charles, « Stéréotypes et histoire culturelle », *Hypothèses*, 21, 2018/1, p. 163-176.

GRANDIÈRE Marcel, « La notion de stéréotype », *La Fuente de Mnemosine*, 29 octobre 2010 [en ligne] : https://docs.google.com/document/d/16b0PJlyraae-Lv5cN_X5AsOJ82mmlsyk9W8YhyccAk/edit, consulté le 17 février 2021].

RIOUX Jean-Pierre et SIRINELLI Jean-François (éds), *Pour une histoire culturelle*, Paris, Seuil, 1997.

SIRINELLI Jean-François, « Stéréotypes », dans *Dictionnaire de l'historien*, Jean-François SIRINELLI et Claude GAUVARD (éds), Paris, PUF, 2013.

VAN YPERSELE Laurence et KLEIN Olivier, « Les stéréotypes », dans *Questions d'histoire contemporaine ; conflits, mémoires et identités*, Laurence VAN YPERSELE (dir.), Paris, 2006.

- Langues de bois

DELPORTE Christian, *Une histoire de la langue de bois*, Flammarion, 2009.

Hermès, n° 58, 2010/3, « Les langues de bois », CNRS Éditions.

KRIEG-PLANQUE Alice, « Langue de bois », *Publitionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics* [mise en ligne le 12 septembre 2017 : <http://publitionnaire.huma-num.fr/notice/langue-de-bois/>, consulté le 17 février 2021].

MESCHONNIC Henri, « Perdus dans le bois de la langue », *Le Labrador*, n° 3, 4^e trimestre 1996, « Le bois de la langue ». *Mots*, n° 21 (« Langues de bois ? »), décembre 1989.

Mots, 21 (« Langues de bois ? »), décembre 1989.

NOWICKI Joanna, OUSTINOFF Michaël et CHARTIER Anne-Marie (éd.), *Hermès*, n° 58, « Les langues de bois », 2010.

THOM Françoise, *La Langue de bois*, Julliard, 1987.



Table des matières

Sommaire	5
Présentation des auteures	7
Avant-propos	9
Introduction	11
1 Histoire des notions	15
1 Clichés	15
2 Poncifs	20
3 Lieux communs	21
4 Idées reçues	27
5 Stéréotypes	32
2 La notion de stéréotype dans les sciences sociales	37
1 Premières enquêtes sur les contenus des stéréotypes : les méthodes de la psychologie sociale	38
2 De la rigidité des stéréotypes	40
3 Stéréotype et préjugé	41
4 La menace du stéréotype	43
5 La question de l'adéquation au réel	46
6 Les origines du stéréotype : théories de la personnalité et du conflit social	50
7 Les fonctions constructives du stéréotype : l'identité sociale, la cognition	54

L'identité sociale	54
Stéréotypage et cognition	59
8 Stéréotype et représentation sociale	62
3 Clichés, stéréotypes et littérature	65
1 Les études du cliché : de la stylistique à la poétique	65
Stylistique du cliché	65
Poétique du cliché	70
2 Texte, imaginaire, société	74
Doxa, stéréotype, idéogème	74
Études sociocritiques du cliché et du stéréotype	79
Analyses interculturelles et imagologie	83
3 Stéréotype et lecture	86
Le stéréotype comme construction de lecture	86
Le stéréotype dans le procès de lecture	89
La question de la paralittérature	93
Pour une didactique de la lecture	97
4 Linguistique, rhétorique et analyses du discours	103
1 Les stéréotypes dans la langue	103
Locutions figées	103
Sémantique du stéréotype et du prototype	105
Les <i>topoi</i> dans la pragmatique intégrée	113
2 Rhétorique et analyse argumentative	117
3 Stéréotypes et analyse du discours	124
La première école française d'analyse du discours	124
L'analyse du discours contemporaine : les notions de prédiscours, d'ethos et de formule	
127	
L'analyse du discours médiatique et politique	130
Stéréotype et représentations dans les travaux d'histoire	136

4 Langues de bois 138

Conclusion 141

Bibliographie 143