
POUR UNE ANTHROPOLOGIE DES STÉRÉOTYPES: QUELQUES PROPOSITIONS THÉORIQUES

Didier Machillot

Universidad de Guadalajara – Mexique

Résumé: En anthropologie, l'intérêt pour les stéréotypes est relativement récent et, malgré l'importance croissante des échanges culturels, ceux-ci restent peu étudiés d'où une certaine carence théorique sur la question. Rarement objectivées ou analysées en tant que catégories répondant à des imaginaires spécifiques, ces représentations sont en outre trop souvent abordées, voire adoptées, de façon partielle et irréfléchie sans prendre en compte les conflits et les négociations, les usages auxquels elles sont soumises au quotidien, en action. Nous intéressant donc aux stéréotypes en tant que catégories inscrites dans des systèmes de catégorisation ainsi qu'à leur étude en contexte, nous proposons de développer une anthropologie spécifique, une anthropologie des stéréotypes ayant ses concepts, ses méthodes et ses outils...

Mots clefs: anthropologie, catégorisation, stéréotypes, théorie.

Resumo: Na antropologia o interesse por estereótipos é relativamente recente e, apesar da crescente importância de intercâmbios culturais, continuam sendo pouco estudadas estabelecendo uma certa carência teórica sobre a questão. Raramente analisados como categoria que respondem a imaginários específicos, estas representações são frequentemente abordadas ou até mesmo adotadas de forma parcial e precipitada sem levar em consideração os conflitos e negociações, usos aos quais são submetidos no cotidiano, ou seja, em ação. Devido ao nosso interesse por estereótipos enquanto categoria inscrita em sistemas de categorização assim como pelo seu estudo contextualizado, propomos desenvolver uma antropologia específica, uma antropologia de estereótipos com seus próprios conceitos, métodos e ferramentas...

Palavras-chave: antropologia, categorização, estereótipos, teoria.

À l'exemple des postmodernistes anglo-saxons qui se sont montrés prompts à critiquer les prétentions scientifiques et « objectives » de leurs collègues de terrain,¹ on a souvent accusé notre discipline d'avoir propagé et parfois même forgé des stéréotypes sur les populations qu'elle étudiait (Herzfeld, 2007, p. 236). Il est vrai que l'anthropologie lorsqu'elle s'est faite l'auxiliaire des colonialismes, des nationalismes ou autres courants évolutionnistes n'a pas peu contribué à caricaturer l'Autre et parfois plus inconsciemment encore un *soi* non moins imaginé et réducteur (Herzfeld, 2007). Edward Saïd (2005) l'a magistralement démontré dans sa déconstruction minutieuse de l'orientalisme. Il n'en reste pas moins que l'anthropologie a toujours placé l'Autre, la compréhension de l'Autre, au cœur de ses réflexions et que ses outils, ses méthodes, les concepts forgés depuis près de deux siècles tant par les anthropologues que par certains sociologues qui se sont inspirés de ceux-ci, sa nature même, fondamentalement interdisciplinaire, devraient faire des stéréotypes un objet de prédilection pour cette discipline...

Une anthropologie qui moins attentive que la littérature ou la linguistique au seul discours, aux phénomènes de répétitions et de fossilisation de la langue, s'intéresserait en outre et plus que ne le fait peut-être la psychologie sociale à l'indexicalité des stéréotypes,² à leur dynamisme, aux transformations subtiles qu'induisent à la fois le temps, le lieu, les groupes et les acteurs en interactions, entre un « nous » et un Autre stéréotypés, à leur place au sein de réseaux à la fois sociaux et lexicaux, au cœur d'une hiérarchie de signes qui ne seraient pas seulement linguistiques mais culturels... Une anthropologie des stéréotypes donc car quoi qu'apparaisse en sociologie et en anthropologie la notion de stéréotypes, ceux-ci sont significativement absents des index de mots clés ou de dictionnaires spécialisés – à l'exemple de *The dictionary of anthropology* dirigé par Thomas Barfield (1997), du *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie* de Pierre Bonte et Michel Izard (2007) ou du *Dictionnaire des sciences humaines* de Sylvie Mesure et Patrick Savidan (2006).³ Ailleurs, chez les interactionnistes et leurs héritiers, les travaux de

¹ Voir aussi, pour une critique de ces postures, Godelier (2007, p. 32-33).

² La conclusion de *Stereotypes as explanation* rappelle ainsi que « [...] much previous and contemporary research has tended to focus on stereotyping as a psychological process, but to neglect the social and contextual dimensions of this process » (Yzerbyt; McGarty; Spears, 2004, p. 186).

³ Il est fait une brève référence dans l'ouvrage de Mesure et Savidan (2006, p. 1003-1004), *Dictionnaire des sciences humaines*, à « la propagande des stéréotypes » mais il s'agit d'un article plus général sur le thème de la « Représentation sociale » s'inscrivant de ce fait dans le cadre de la psychologie sociale développée par Denise Jodelet et Serge Moscovici.

Goffman, malgré de nombreuses références à la notion de « rôle » (Goffman, 1973a, 1973b) – représentation de soi attendue et largement prédéfinie – et de « stigmaté » (Goffman, 1975) – déviation ou écart par rapport à des traits attribués à une identité sociale prédéterminée, en d’autres termes, stéréotypée⁴ – n’ont guère plus attiré l’attention de ses émules vers l’étude des stéréotypes...

Du besoin d’étudier les stéréotypes...

Le rapport étroit et souvent conflictuel entre « nous » et l’« Autre » sous-tendu par le stéréotype, disions-nous, aurait dû faire de cette notion un objet anthropologique par excellence. Pourtant, là encore, il n’existe guère de recherches spécifiques sur la stéréotypie. De Marcel Mauss à Dan Sperber, il y est pourtant question de croyances, de signes, de symboles, de mythes ou de représentations, bref autant d’outils et de concepts indispensables à la compréhension d’un symbolique dans lequel s’inscriraient les stéréotypes... Les écoles culturalistes anglo-saxonnes – de Franz Boas à Mary Douglas, en passant par les *patterns* de Ruth Benedict et les tenants du mouvement *Culture and Personality* – ont pour leur part posé une relation causale entre culture et personnalité mais ignoré encore, à l’exception de Linton,⁵ l’influence des stéréotypes dans la formation des groupes et des identités... Plus encore, en 1983, lorsqu’il est occasionnellement fait mention du stéréotype, c’est généralement pour associer voire confondre ce terme avec celui de « préjugé » négatif comme en atteste la rubrique « stéréotype » du *Lexique des sciences sociales*: « préjugé est plus courant mais plus péjoratif et chargé affectivement » (Amossy; Herschberg Pierrot, 2005, p. 34).

⁴ Erving Goffman (1975, p. 14) affirme ainsi: « Un stigmaté représente donc en fait un certain type de relation entre l’attribut et le stéréotype. » Ailleurs il rappelle que « tous les attributs déplaisants ne sont pas en cause, mais ceux-là seuls qui détonnent par rapport au stéréotype que nous avons quant à ce que devrait être une certaine sorte d’individu. » (Goffman, 1975, p. 12). Quant au stigmaté, il « représente un désaccord particulier entre les identités sociales virtuelle et réelle » (Goffman, 1975, p. 13), son usage étant même: « un trait général de la société, un procédé à l’œuvre partout où prévalent des normes d’identité. Il reste identique à lui-même, qu’il s’agisse d’une déviation majeure du type traditionnellement défini comme stigmatique, ou d’un écart dérisoire dont on a honte d’avoir honte. Il est par conséquent permis de soupçonner que le rôle du normal et du stigmatisé appartiennent au même complexe: deux coups d’une même étoffe. » (Goffman, 1975, p. 153).

⁵ « Le comportement des membres d’une société quelconque et la forme des objets qu’ils utilisent sont fortement stéréotypés, et l’on peut les décrire en termes de modèles culturels. Lorsque nous disons qu’en se constituant, une personnalité individuelle reçoit sa forme de la culture, ce que nous voulons dire exactement, c’est qu’elle reçoit sa forme de l’expérience qu’elle tire de ses contacts avec ces stéréotypes. » (Linton, 1977, p. 125).

Tantôt ignorés, tantôt confondus avec d'autres termes, voire longtemps considérés comme l'affirme Michael Herzfeld (1992, p. 74) comme des objets « trop ordinaires » pour que des scientifiques et des chercheurs s'y intéressent, les stéréotypes – arroseurs arrosés – ont longtemps été victimes de... préjugés.

C'est pour cela peut-être, tant en sociologie qu'en anthropologie, que l'analyse des stéréotypes *en tant que telle* n'apparaît que très récemment⁶ – influencée peut-être par la psychologie sociale et les Études interculturelles mais plus motivée encore par l'intensification des échanges internationaux et la constatation que, malgré la mondialisation et la révolution de l'information, les replis nationalistes, les préjugés et les idées toutes faites sur soi et sur l'Autre persistent (Herzfeld, 1992)...

C'est ainsi par exemple que malgré leur rareté les stéréotypes sont enfin devenus en France des objets de plein droit comme en atteste le colloque *Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnements ordinaires et mises en scène* qui eut lieu en 2006 à l'Université de Montpellier (Boyer, 2007a, 2007b). Organisé à l'initiative du linguiste Henri Boyer, cet événement ne réunit pas moins de 103 intervenants appartenant aux sciences du langage, à la didactologie, à la psychologie sociale, à la politologie, aux sciences de la communication, à l'analyse littéraire, à l'étude des discours cinématographiques mais aussi... à la sociologie et à l'anthropologie. La diversité des thèmes évoqués – du stéréotype de l'homosexuel à celui du dauphin –, la palette des auteurs cités – de Barthes à Goffman –, l'éventail des méthodes utilisées – de l'analyse de l'image à l'observation participante – s'ils laissent parfois transparaître une certaine confusion, démontrent de par leur seul éclectisme la richesse du champ à traiter...

Plus spécifique mais non moins évocateur, *Politique, stéréotypes dans les relations Nord-Sud* de la revue *Hermès*, réunit en 2001 historiens, anthropologues et sociologues pour traiter de la question des stéréotypes entre pays européens et leurs « Sud » moyens-orientaux ou africains. Collaboration qui regroupa notamment Gilles Boëtsch, Dominique Chevê ou Jan Berting. Déconstruisant les manifestations de racisme, d'incompréhension ou de fondamentalisme ressurgissent chez ces auteurs les notions de « représentations collectives » de Durkheim, d'habitus de Bourdieu, d'holisme de Louis

⁶ Mais aussi en histoire, Marcel Grandière affirmait ainsi en 2006 dans *Le stéréotype, outil de régulations sociales* que la « notion de stéréotype a encore très peu pénétré le domaine des recherches historiques, en particulier en France » (Grandière; Molin, 2006, p. 7).

Dumont ou de dérivation et de résidus de Pareto (Boëtsch; Villain-Gandossi, 2001)... Références parfois autres que celles de la psychologie sociale quand les conclusions sont le plus souvent similaires... Jan Berting explique ainsi que la construction d'une identité collective s'élabore en opposition à une image généralisée de l'Autre, stéréotypée mais cohérente, relevant d'une « pensée collectiviste » qui faciliterait « la création et l'endoctrinement d'une image de "nous" » (Boëtsch; Villain-Gandossi, 2001, p. 55).

Mais c'est, avant tout autre, un auteur que nous avons déjà abondamment cité, celui de *Cultural Intimacy*, Michael Herzfeld (2007, p. 235-244) qui, dans un chapitre de ce même livre et un article intitulé « La pratique des stéréotypes » (Herzfeld, 1992, p. 67-77) consacrés aux stéréotypes nationalistes grecs, définit le mieux l'importance que revêt l'étude des stéréotypes pour l'anthropologie. Affirmant qu'« en toute honnêteté, il ne devrait pas nous être trop difficile de constater que les stéréotypes sont le noyau constitutif des catégories traditionnellement étudiées par les anthropologues » (Herzfeld, 1992, p. 73); constatant que dans un monde globalisé « la surprise est non pas que [les stéréotypes] soient devenus l'objet d'une attention critique, mais qu'ils soient bien vivants », il argumente:

Pourquoi étudier les stéréotypes? [...] Les blagues ethniques, les injures raciales, les manières d'éviter de toucher les « autres », [...] toutes ces actions sont fondées sur des stéréotypes auxquels ceux qui y sont soumis font face de multiples manières, ethnographiquement intéressantes. À l'époque présente – que nous la disions postmoderne, transnationale ou tout simplement pleine de confusion – le ressort des stéréotypes demande à être examiné de près. (Herzfeld, 1992, p. 73-74).

Oui, mais comment? L'importance des stéréotypes étant enfin reconnue, face à une évidente carence en anthropologie pour saisir l'*objet* stéréotype, voici le moment de proposer fort modestement quelques réflexions théoriques à partir, tout d'abord, puis au-delà de Herzfeld...

Avec et au-delà de Herzfeld

Herzfeld étant le premier anthropologue à avoir posé les jalons d'une étude *anthropologique* des stéréotypes, il est de notre devoir de revenir de manière critique sur ses théories, et ce, à partir de son ouvrage phare sur la question: *L'intimité culturelle*.

Premier point cependant: pour ceux qui chercheraient un livre exclusivement consacré aux stéréotypes, l'ouvrage est décevant. *L'intimité culturelle* n'aborde en effet de front la question que dans un chapitre de quelques pages seulement – neuf exactement – intitulé « La pratique des stéréotypes » (Herzfeld, 2007, p. 235-244). Y est décrit, notamment, comment un militant du parti socialiste grec en arrive, au niveau local, à utiliser à des fins pratiques les stéréotypes sur la masculinité pour discréditer un opposant politique tout en gagnant la sympathie – régionaliste – des électeurs. Autre exemple « pratique », il nous montre comment en Grèce des fonctionnaires se cachent derrière le stéréotype d'un État sans visage pour échapper à certaines responsabilités tant vis-à-vis de leurs supérieurs que des administrés. Deux anecdotes que Michael Herzfeld présentent comme des « résistances » – dans le deuxième cas « à la fois contre des hordes d'administrés et les cliques de supérieurs exigeants » (Herzfeld, 2007, p. 243) – s'articulant sur ce qu'il présente ailleurs comme une « nostalgie structurelle » (Herzfeld, 2007, p. 173-215) voire « culturelle » (Herzfeld, 2007, p. 43, 54), soit « le regret d'un âge d'avant l'État » (Herzfeld, 2007, p. 27), « d'une pureté » première (Herzfeld, 2007, p. 43).

Première critique: ce parti pris délibéré pour l'anecdote (Herzfeld, 2007, p. 14), pour les « fêlures sociales » (Herzfeld, 2007, p. 10) est certes louable mais pourquoi s'en tenir là? Pourquoi ne pas l'articuler à l'analyse de la culture et de son système en général, à son niveau « macro »? Un intérêt qui nous obligerait à tenir compte non seulement du stéréotype mais aussi du processus de stéréotypage, soit l'un des mécanismes qui est à l'œuvre derrière celui-ci: la catégorisation. Le stéréotype fait « sens » en effet parce que, en tant que symbole, il s'inscrit dans un univers symbolique qui, certes à ses failles, mais est aussi cohérent et qui, de ce fait, permet de se comprendre et de réguler les interactions.

Deuxième remarque: quelle soit « structurelle » ou « culturelle », on ne peut se contenter d'expliquer l'emploi du stéréotype par une « nostalgie » quelconque ni même, comme il le fait ailleurs, par le seul fait de « contester et de reproduire les relations de pouvoir » (Herzfeld, 2007, p. 239). C'est cela, bien sûr, mais c'est aussi autre chose: le stéréotype sert notamment, comme nous le verrons par la suite, à économiser de l'information, à réguler les relations entre groupes – participant en cela aux « rites » d'interaction décrits par Goffman (1974). Il peut tout autant participer à des stratégies qui seront certes de « résistance » mais aussi de « conformité ».

Troisième critique: Herzfeld (2007, p. 32) reproche aux anthropologues d'avoir trop souvent cédé au « binarisme statique » de l'analyse « des frontières entre groupes et de l'hostilité mutuelle ». Faut-il pour autant les dédaigner pour ne plus s'intéresser, comme il tend à le faire, aux rapports parfois conflictuels à l'État? Ne serait-il pas préférable de nous pencher plus généralement sur les relations entre groupes et institutions, les *réseaux* enfin que forment les symboles et donc les stéréotypes, et ce, que ces *rapports* soient conflictuels ou non?

Enfin tantôt confondu puis distingué du préjugé (Herzfeld, 2007, p. 236) le stéréotype n'est jamais clairement défini... Si Herzfeld ouvre des pistes donc, il soulève tout autant de questions. Interrogations auxquelles nous tenterons dès à présent d'offrir des réponses, en commençant par une tentative de définition précise de l'*objet* stéréotype et de ses caractéristiques...

Qu'entendons-nous par stéréotype? Une définition...

Premièrement, contrairement à la confusion qui a longtemps prévalu en sciences sociales, le stéréotype n'est pas un préjugé. Comme le souligne Maddalena de Carlo (1998, p. 83-84) dans un ouvrage consacré à l'interculturel, « d'un point de vue étymologique, le mot "préjugé" indiquerait simplement un jugement qui précède l'expérience » mais à cette définition « s'est ajoutée l'idée qu'il constitue un obstacle à la connaissance de la vérité » qui le renvoya dès lors presque exclusivement du côté de la péjoration, soit comme le définit en 1968 John Harding dans *International Encyclopedia of the Social Sciences* comme « une attitude envers les membres d'un groupe extérieur où les tendances à l'évaluation négative prédominent » (cité par Amossy; Herschberg Pierrot, 2005, p. 35). Confondus enfin avec les « stéréotypes » – mais utilisés plus « couramment » que ceux-ci⁷ – les « préjugés » devinrent, particulièrement sous l'angle des conflits interraciaux, des sujets d'études privilégiés de la sociologie et de la psychologie sociale.

Pourtant, le stéréotype ne peut être réduit au préjugé même si celui-ci « préjuge » en ce sens qu'il participe effectivement d'un jugement acquis

⁷ En effet selon le *Lexique des sciences sociales*: « préjugé est plus courant mais plus péjoratif et chargé affectivement. » (cité par Amossy; Herschberg Pierrot, 2005, p. 34).

et anticipé. En effet, si le stéréotype possède souvent une valeur négative, il peut tout aussi bien participer à la caractérisation positive d'un groupe et à la valorisation d'un « nous » par rapport à l'Autre qui relèvent dans un double mouvement tout autant du stéréotypage négatif que positif. Comme l'affirment Légal et Delouée (2008, p. 9) dans *Stéréotypes, préjugés et discrimination* « à la différence du stéréotype, dont le contenu peut être positif », le « préjugé » sera « globalement négatif en termes de valence, même s'il existe des exceptions ». En d'autres termes comme le notait en 1934 Samuel Ramos et de façon d'ailleurs quelque peu caricaturale – le discours savant n'échappe pas non plus au stéréotype – un Mexicain, par exemple, peut opposer au stéréotype de l'Européen cultivé un autre stéréotype tout aussi généralisant et réducteur mais positif, celui du « macho » viril et courageux : « Un Européen, dit-il, a la science, l'art, la technique, etc., etc.; ici nous n'avons rien de tout ça, mais... nous sommes très virils »⁸ (Ramos, 1934, p. 75, traduit par nos soins).

Les « lieux communs » ne sont pas plus « des stéréotypes pleins » pour paraphraser Roland Barthes (cité par Amossy; Herschberg Pierrot, 2005, p. 102). En sociologie et en linguistique l'expression renvoie certes à des « croyances présentées comme communes à une certaine collectivité » (Ducrot cité par Amossy; Herschberg Pierrot, 2005, p. 97), mais elle participe à la fois de la rhétorique et de l'argumentation (Amossy; Herschberg Pierrot, 2005, p. 96-106) tandis que dans le langage commun elle est synonyme de « banalité » (Amossy; Herschberg Pierrot, 2005, p. 22). Ils ont une valeur générale mais ils ne relèvent pas, contrairement aux stéréotypes, de la catégorisation, ainsi déclarer que « tous les goûts sont dans la nature » n'équivaut pas à affirmer que « les Français sont sales ».

Enfin « cliché », même s'il provient tout comme le « stéréotype » de techniques empruntées aux arts graphiques, ne peut être confondu avec ce dernier. Employé au début du XIX^e siècle comme synonyme de stéréotypie pour qualifier un modèle fixe permettant une reproduction massive d'images imprimées, puis servant dans les années 1860 à désigner en photographie le négatif grâce auquel seront tirés d'autres exemplaires (Amossy; Herschberg Pierrot, 2005, p. 11), « cliché » quoiqu'utilisé métaphoriquement dans

⁸ « Un europeo, dice, tiene la ciencia, el arte, la técnica, etc., etc.; aquí no tenemos nada de esto, pero... somos muy hombres. ».

Les lois de l'imitation sociale par Gabriel Tarde pour décrire le processus d'imitation relève presque exclusivement du domaine de la littérature (Amossy; Herschberg Pierrot, 2005, p. 53) où il désigne une « figure de style usée », « la trace du banal au niveau de l'expression » plutôt que le « schème collectif figé, l'image ou la représentation commune » propres au stéréotype (Amossy; Herschberg Pierrot, 2005, p. 84).

Ni « cliché », ni « lieu commun » ni « idée toute faite », même s'il partage parfois de nombreux points avec ceux-ci, qu'est-ce qu'un stéréotype? Le stéréotype est un phénomène linguistique (il appartient à une langue donnée, à un système de signes), cognitif (il relève d'un processus de « figement représentationnel », Boyer, 2007b, p. 39), ainsi que d'identification et de catégorisation (le stéréotypage), social (il fonctionne en interaction, au sein de groupes et de milieux donnés), culturel et symbolique (il appartient à des normes, des tabous, etc., il est un signe, un symbole, la matérialisation d'un imaginaire), psychologique (il relève d'un processus cognitif individuel tout en s'inscrivant dans le collectif), géographique et historique (il s'inscrit dans un lieu et à un moment donnés).

Moliner, Rateau et Cohen-Scali (2002, p. 13) distinguent de leur côté, pour les représentations sociales, quatre caractéristiques principales qui les rapprocheraient des stéréotypes: elles sont « structurées », « partagées », « collectivement produites » et « socialement utiles ». Pour leur part, Vincent Yzerbyt, Craig McGarty et Russell Spears (2004, p. 2-6) dans *Stereotypes as explanation* remarquent que l'étude des stéréotypes s'ordonne généralement autour de trois principes: le stéréotype serait une aide à l'explication du monde, il donnerait du *sens* aux situations rencontrées; il servirait à économiser de l'énergie, à réduire l'activité cognitive; enfin il s'accommoderait aux normes et aux valeurs du groupe. Remarques auxquelles il convient d'ajouter quelques points essentiels à la compréhension du stéréotype avant d'aborder d'autres traits significatifs.

Premièrement, ce dernier se construit *toujours* dans un rapport réel ou imaginaire à autrui. L'identité relève de représentations de soi et de l'Autre, d'un « nous » et des « autres ». Le stéréotype étant une représentation partagée, il participe à la construction identitaire, de soi et de sa communauté, du groupe par rapport à l'Autre. Groupe qui se définirait plus par « ses frontières symboliques » – que le stéréotype aide à ériger – « que par des caractéristiques internes spécifiques » (Blanchet cité par Zerva, 2007, p. 317). Ce pouvoir de

structuration fait du stéréotype, à travers le langage et les représentations qu'il charrie, une force *agissant* sur les pratiques.

Deuxièmement, nous l'avons vu, le stéréotype ne se limite pas au simple préjugé négatif. Il peut être positif ou négatif mais aussi être à la fois positif *et* négatif comme dans le cas de la définition du « macho » au Mexique (Machillot, 2011). Les stéréotypes ne sont pas de ce fait corrects ou incorrects – comme le précisent Ruth Amossy et Anne Herschberg Pierrot (2005, p. 39) citant Leyens – mais plus simplement « utiles ou nocifs ».

Troisièmement, non seulement les éléments d'un stéréotype, comme pour une représentation, « entretiennent entre eux des relations », forment « une structure », « un ensemble organisé » comme l'affirment Moliner, Rateau et Cohen-Scali (2002, p. 13) mais les stéréotypes *entre eux* fonctionnent en *réseau*. *Réseau des discours...* Les stéréotypes appartenant à la fois aux discours « savants » – à défaut d'être « scientifiques », vérifiables – et politiques qu'à ceux de « sens commun » – « savoirs » partagés qui, parce qu'ils semblent relever précisément du « sens commun », font apparaître les stéréotypes comme quelque chose d'« évident » et de « naturel » –, ils participent tout autant du mythe, des légendes que de l'idéologie... Plus encore, ils dialoguent avec ceux-ci et s'influencent mutuellement.

Réseau des discours entre eux tout autant que *réseau des stéréotypes*, un stéréotype renvoyant à un autre comme nous le montre, par exemple, la formation simultanée des *autostéréotypes* et des *hétérostéréotypes* qui invariablement renverront à d'autres groupes, à d'autres représentations... *Réseau synchronique* tout autant que *diachronique*, les stéréotypes ayant une histoire, souffrant des transformations, s'inscrivant enfin à un moment historique donné...

Quatrièmement, une des caractéristiques des stéréotypes est qu'ils seraient, comme les représentations, « socialement utile(s) » (Moliner; Rateau; Cohen-Scali, 2002, p. 13). En effet, nécessaire à la « compréhension » et à l'« interprétation de l'environnement social », ils régiraient les « interactions entre groupes » et fourniraient des « critères d'évaluation de l'environnement » permettant de « justifier ou de légitimer certaines conduites » (Moliner; Rateau; Cohen-Scali, 2002, p. 13).

Cognitivement enfin, le stéréotype est un raccourci: « le besoin d'économiser l'attention est tellement inévitable que l'abandon des stéréotypes en faveur d'une approche totalement innocente de l'expérience serait un

appauvrissement de la vie humaine » (Lippmann cité par Heine; Abeele; Van der Linden, 2005).

Le stéréotype relèverait donc d'un processus de catégorisation et de légitimation mais il s'inscrit tout autant dans un contexte, une situation de communication qui le rend – contrairement aux idées reçues – *non transparent*. Il dépend par ailleurs des positions qu'occupent les acteurs et peut être utilisé donc comme instrument de légitimation d'un ordre préexistant mais aussi comme outil de revendication et de résistance. Il est aussi, comme tout élément symbolique, historiquement situé lorsqu'il ne s'inscrit pas dans des lieux spécifiques et stéréotypés, les « stéréotopoï ». Enfin, l'acteur *utilise* le stéréotype, et ce, parfois au détriment du chercheur...

Un processus de catégorisation

Les préjugés et les stéréotypes participent directement à la catégorisation [...] les stéréotypes correspondent aux *traits communément attribués aux membres de la catégorie* [...]. Sales-Wuillemin (2006, p. 8).

Face à la complexité du monde, la pensée tend à créer des catégories stables, fondées sur des réductions. Ainsi pour Berger et Luckmann, « la réalité de la vie quotidienne contient des schémas de typification en fonction desquels les autres sont appréhendés et “traités” dans des rencontres en face à face ». Nous appréhendons alors « l'autre en tant qu'”homme”, qu'”Européen”, qu'”acheteur”, que “type jovial”, etc. ». Typifications qui « affectent continuellement notre interaction mutuelle » (Berger; Luckmann, 2008, p. 85).⁹ Le stéréotype relève à cet égard de processus de catégorisation (Légal et Delouée, 2008, p. 39-45; Sales-Wuillemin, 2006), cette dernière étant comme le déclare Georges Vignaux « au cœur de la pensée et du langage », car « catégoriser est nécessaire pour comprendre, mais surtout pour agir » (cité par Dortier, 2000).

Catégorisation mentale qui se traduit irrémédiablement par une structuration du groupe et, au niveau individuel, de l'identité. Le stéréotypage est donc – en tant que processus mental – inné et universel, au contraire du

⁹ En ethnométhodologie, sur les dispositifs de catégorisation des membres, voir Coulon (2007, p. 42-43).

stéréotype qui – objet d’une construction culturelle – est un acquis. Mais si le processus de catégorisation est inné cela ne signifie nullement que les *schèmes* de classification soient identiques. Les catégories relèvent en effet d’imaginaires différents, culturellement différenciés. Comme le signalait Durkheim et Mauss (1903) – doutant de fait que le processus de classification soit propre à tous les êtres humains :¹⁰ « le schéma de la classification n’est pas un produit spontané de l’entendement abstrait, mais résulte d’une élaboration dans laquelle sont entrés toutes sortes d’éléments étrangers ». Si tel que nous l’ont démontré les psychologues et les cognitivistes, l’habileté cognitive propre à la catégorisation est donc bien la même pour tous les hommes – contrairement aux réserves de Mauss et de Durkheim –, celle-ci s’inscrit dans des cadres sociétaux *distincts*. Par conséquent, globalisation et phénomènes d’acculturation, s’ils peuvent modifier les stéréotypes préexistants voire transformer les imaginaires d’où résultent les catégories ne signifient nullement la fin du processus de stéréotypage et consécutivement des stéréotypes.

Identité et catégorisation

L’appartenance à un groupe mène à se différencier des autres, ce double mouvement d’intégration et de différenciation se traduisant par la production d’*autostéréotypes* et d’*hétérostéréotypes*, soit des stéréotypes servant à définir un « nous » en rapport – voire contre – l’« autre » ou les « autres ».¹¹ L’identification à un groupe – processus de socialisation indispensable au développement de l’être humain – relève donc de procédés de catégorisation et de classification – l’*endogroupe* représentant « les individus qu’une personne a catégorisés comme membres de son propre groupe d’appartenance et avec qui elle a tendance à s’identifier » quand l’*exogroupe*¹² « est constitué des individus qu’une personne a catégorisés comme membres d’un groupe autre que le sien » (Bourhis-Gagnon cité par Dayer, 2007, p. 72). Des groupes qui

¹⁰ Durkheim et Mauss (1903) affirmaient notamment: « Loin que l’on soit fondé à admettre comme une évidence que les hommes classent tout naturellement, par une sorte de nécessité interne de leur entendement individuel, on doit, au contraire, se demander qu’est-ce qui a pu les amener à disposer leurs idées sous cette forme et où ils ont pu trouver le plan de cette remarquable disposition. »

¹¹ Mary Douglas (2004, p. 95) affirme ainsi à propos de la classification: « La constitution d’une classe est une activité de polarisation et d’exclusion. Elle implique de tracer des frontières [...] »

¹² L’exogroupe ou plutôt *les* exogroupes... la construction de l’Autre étant souvent pluriel.

ne fonctionneront pas indépendamment mais en rapport les uns aux autres car comme l'avançaient dès 1903 Mauss et Durkheim: « Classer, ce n'est pas seulement constituer des groupes – c'est disposer ces groupes suivant des relations très spéciales. Nous nous les représentons comme coordonnés ou subordonnés les uns aux autres [...] » (Durkheim; Mauss, 1903). En attendant si le stéréotype ou l'insulte, même les plus dénigrants, peuvent servir de facteur de cohésion et donc être récupérés pour être revendiqués positivement – comme en atteste la reprise du terme « *black* » dans les luttes des communautés noires américaines (Herzfeld, 1992, p. 68) – on observe toutefois, comme le soulignait Lévi-Strauss (2007, p. 21) dans *Race et histoire*, que toutes les sociétés tendent à se poser en mètre étalon de l'humanité, renvoyant l'Autre du côté des « méchants », des « mauvais », des « œufs de pou », des « fantômes ».

Ainsi au cours de ses expérimentations sur les processus de catégorisation dans le cadre de sa « théorie de l'identité sociale », Henry Tajfel a notamment remarqué qu'il existait un principe d'accentuation des contrastes faisant que les différences entre groupes sont perçues comme plus importantes qu'elles ne le sont réellement. D'autre part, il a observé un phénomène d'homogénéisation qui consistait à atténuer les différences au sein d'une même catégorie tout en la valorisant par rapport à une autre. Dans ce processus, la valorisation du groupe auquel il appartient au détriment des autres semble agir favorablement sur l'estime que peut avoir de lui-même un membre de l'endogroupe.¹³ Dans un même jeu dialectique, le stéréotype est donc à la fois un facteur structurant de la personnalité et un agent réifiant au sein des groupes.

Catégorisation et « modèles »

Selon Turner le stéréotypage relève de « la perception catégorielle des groupes » – « stereotyping is the categorical perception of groups » (Turner, in Yzerbyt; McGarty; Spears, 2004, p. 74). Catégorisation qui fonctionnerait – toujours selon ce chercheur – en *contexte*, en « interaction »¹⁴ avec les

¹³ Pour une synthèse de ces recherches, l'on peut voir à ce propos les ouvrages d'Édith Sales-Wuillemin (2006, p. 33), de Ruth Amossy et Anne Herschberg Pierrot (2005, p. 45).

¹⁴ « [...] all categorizations (including stereotypes) are based upon an *interaction* between stimulus data and stored background knowledge, plus the motives, goals and needs of the perceiver » (Turner in Yzerbyt; McGarty; Spears, 2004, p. 74).

connaissances préalables, les faits mais aussi les buts et les besoins de ceux qui perçoivent (Turner, in Yzerbyt; McGarty; Spears, 2004, p. 74).

Comme pour tout processus de catégorisation, le stéréotype généralise – voire « hypergénéralise » – quelques attributs à tout un groupe et est donc de ce fait réducteur de la complexité inhérente tant aux individus qu’aux groupes constitués.

Comme dans tout phénomène de catégorisation, le stéréotype peut parfois avoir une valeur « prototypique », lorsqu’il sert notamment à désigner « le meilleur exemplaire communément associé à une catégorie » (Kleiber cité par Amossy; Herschberg Pierrot, 2005, p. 93) ou lorsque – au pluriel – ils représentent de « meilleurs spécimens de leur catégorie que d’autres » (Fradin; Quéré; Widmer, 1994, p. 13):

Cette théorie du prototype a servi à rejeter la conception dite classique de la catégorisation: on ne décide pas si un objet appartient à une catégorie en examinant s’il présente chacune des propriétés nécessaires et suffisantes spécifiées par la définition de la catégorie, mais en la comparant à des membres typiques de la catégorie, à des exemples standards ou à des propriétés typiques. On en conclut que plus un objet est typique de la catégorie, plus rapide est le jugement de catégorisation (« effet de typicalité »). (Fradin; Quéré; Widmer, 1994, p. 13).

Le stéréotype peut, de ce fait même, avoir une valeur de *modèle* ou de *contre-modèle*,¹⁵ il influe, comme le ferait un prototype ou un idéal, sur les attitudes et les comportements. Le stéréotype s’il est donc à même de s’auto-réaliser – l’objet des stéréotypes étant susceptible de se conformer et de développer sous l’action des premiers les caractéristiques qui lui sont prêtées, soit l’« effet Pygmalion » de Rosenthal et Jacobson – l’acteur ne répondra que *partiellement et temporairement* à cet idéal – d’autant plus que chaque personne, selon Turner, possédant plusieurs définitions d’elle-même ces « *self-concepts* » s’activeront en contexte, dans des situations données, donc temporaires (Chédotel, 2004, p. 64). Représentation appartenant au

¹⁵ Martine Dreyfus (2007, p. 79) affirme à ce sujet: « Je ne considère pas le stéréotype sous son aspect essentiellement réducteur et nocif tel qu’il a pu être étudié dans le développement de ce concept en psychologie sociale. Ce dernier peut être constructif dans la mesure où nous avons besoin de rapporter ce que nous voyons à des modèles pré-existants pour pouvoir comprendre le monde, faire des prévisions et régler nos conduites. »

domaine de l'idéal, le stéréotype n'est en effet pas un être *en-soi*, il relève de la conscience de l'homme, ne pouvant de ce fait *exister en soi*, ni être complètement incarné.

Il peut par contre être imité. On peut ainsi se la « jouer macho » comme dans *L'être et le néant* le serveur de Sartre (1943, p. 94) se la « joue » garçon de café. On peut aussi y « croire » mais une croyance si elle est susceptible d'agir sur les êtres et les choses n'est pas pour autant la réalité...

Catégories, stéréotypes et étiquettes

Si Howard Becker est le fondateur incontesté de la théorie de l'étiquetage – la *Labeling theory* dont l'axe central concerne les phénomènes de déviance – affirmant notamment dans *Outsiders* que « le déviant est celui auquel cette étiquette a été appliquée avec succès » (Becker, 1985), l'historien et criminologue, Frank Tannembaum est sans doute l'un de ses pionniers lorsque posant en 1938 dans *Crime and the community* le concept de « dramatisation du mal » il souligne l'importance de la « désignation » dans la création de la déviance:

Le processus par lequel est fabriqué un délinquant (ou un être antisocial) réside donc en différentes phases d'étiquetage, de désignation, d'identification-assimilation, de ségrégation, de description, d'accentuation, de conscientisation et d'autoconscientisation. Cela devient une façon de stimuler, de suggérer, de mettre en relief et de provoquer l'existence de ces traits de personnalité qui sont reprochés [...] Cela conduit à s'identifier, par rapport à soi-même ou au milieu, à un sujet délinquant [...] La personne devient celle qu'elle est décrite. (cité par Lacaze, 2008, p. 184).

Aussi surnommée « analyse stigmatique » par Marc Leblanc (Lacaze, 2008, p. 183), la *Labeling Theory* possède en la personne de Goffman un autre de ses principaux représentants. La société répartissant en catégories les personnes possédant certains attributs, ces « cadres établis » introduisant un effet de « routine » dans les rapports sociaux, ces anticipations se transforment elles-mêmes en « attentes normatives » (Goffman, 1975, p. 11-12). La notion de « stigmaté » n'étant alors pas autre chose que la désignation d'un attribut qui « détonne », jetant un discrédit profond sur la personne, par rapport à ces stéréotypes (Goffman, 1975, p. 13).

Mais ce ne sont pas là les seuls liens entre « étiquettes », « catégories » et « stéréotypes », stigmatisation et stéréotypage. Les sociologues Bruce Link et Jo Phelan dans « Conceptualizing stigma » ont ainsi associé pas moins de cinq notions à celle de stigmaté que Lacaze (2008, p. 188-189) résume ainsi:

- l'étiquetage (le « labeling ») et les étiquettes (ou labels);
- la stéréotypisation ou les stéréotypes, ici il s'agit « des croyances culturelles dominantes qui lient les personnes étiquetées à des caractéristiques indésirables, des stéréotypes négatifs »;
- la distance sociale: les personnes étiquetées sont placées dans des catégories distinctes qui impliquent un degré de séparation entre « eux » et « nous »;
- la perte de statut et la discrimination, ces deux processus impliquent un traitement basé sur l'iniquité et l'inégalité;
- les relations de pouvoir.

Suit une citation de ces mêmes auteurs pour qui le terme de stigmaté s'applique « lorsque des éléments d'étiquetage, stéréotypisation, séparation “eux”-“nous”, perte de statut et discrimination ont lieu concurremment dans une situation de pouvoir qui permet aux composantes du stigmaté de se développer. » (Lacaze, 2008, p. 188).

Le lien entre les notions de « stigmaté », d'« étiquette » et de « déviance » et les stéréotypes est donc essentiel. Quant au reste, si les individus stigmatisés sont jugés, ainsi que le dénonce Estroff dans le cas des malades, comme étant « la chose qu'ils sont étiquetés » (Lacaze, 2008, p. 190) il convient de préciser que le stéréotype habillera le déviant, lui prêtant des caractéristiques identiques à ceux qui seront rangés sous l'étiquette de « criminel », « voleur » ou « homosexuel »...

Le stéréotype existe donc *avant* le stigmaté. Déçu, il y aura certes « séparation » – décatégorisation et recatégorisation – mais le processus donnera encore un stéréotype, un hétérostéréotype négatif qui, marquant une « distance sociale », une séparation entre un « nous » normé et le déviant, impliquera une fois de plus la dévalorisation de l'Autre et sa discrimination consécutive. Là aussi, des « relations de pouvoir » s'établissent... Mais ce ne sont pas les seules imbrications entre stigmatisation et stéréotypage, voire étiquettes et stéréotypes.

Robert K. Merton avec le « théorème de Thomas » avait postulé que « la prédiction créatrice débute par une définition *fausse* de la situation provoquant un comportement nouveau qui rend *vraie* la conception, fausse à l'origine » (Lacaze, 2008, p. 185). La théorie de l'étiquetage fera sienne cette notion: « l'acte social d'étiqueter une personne comme déviante tend à altérer l'auto-conception de la personne stigmatisée par incorporation de cette identification. » (Lacaze, 2008, p. 185) On a là d'une part ce que la psychologie sociale nomme l'effet Pygmalion: nos croyances, jugements, voire stéréotypes positifs ou négatifs à l'encontre d'individus modifiant nos comportements et attitudes vis-à-vis de ceux-ci, ces derniers s'en trouveront réaliser sous les effets de nos actions les prophéties émises à leur sujet (Codou; Kerzil, 2007, p. 155-157). On a d'autre part ce que d'aucuns appellent – sous l'influence de Aronson et Steele – « la menace du stéréotype », soit « une pression évaluative qui s'exerce sur les membres d'un groupe stigmatisé et qui a pour conséquence d'altérer les performances des membres de ce groupe » (Codou; Kerzil, 2007, p. 159), voire un procédé d'identification au groupe qui peut impliquer l'adoption de valeurs, de comportements et de stéréotypes imputés par d'autres pour des effets de cohésion, de revendications (Herzfeld, 1992, p. 68) ou d'adhésion et de justification du système (Elcheroth; Spini, 2006). La révolte contre la stigmatisation commençant notamment, affirme Bourdieu (1980, p. 69-70), par la « revendication publique du stigmate » pour aller jusqu'à l'éventuelle institutionnalisation du groupe...

Un instrument non transparent de communication

Le stéréotype est un élément constitutif de la communication et plus encore de l'interprétation de soi, de l'autre et de la réalité. Tout comme pour l'intégration à un groupe, il est un lieu de connaissance/reconnaissance pour les acteurs en situation d'échange. Il sert de « point de repère » (Zerva, 2007, p. 319). Il implique un savoir partagé, une connivence entre l'émetteur et le récepteur. Il est normé – il s'inscrit dans un réseau de normes socioculturelles, au sein d'une syntaxe, etc. – mais il est tout autant normatif¹⁶ (Boyer,

¹⁶ « Le stéréotypage est fondamentalement normatif [...] et c'est bien l'un de ses fonctionnements naturels, si l'on peut dire, que d'affecter une évaluation (plus ou moins positive, plus ou moins négative) admise par l'ensemble de la Communauté ou tel groupe au sein de la Communauté » (Boyer, 2003, p. 36).

2003, p. 36). Il a en ce sens des qualités rétrospectives mais aussi prospectives puisqu'il prépare et oriente l'échange et les comportements à partir d'une base minimale commune de savoir/compréhension.

Cependant comme le notait Harold Garfinkel (2007, p. 102) dans *Recherches en ethnométhodologie* « la compréhension commune ne consiste pas en une quantité mesurée d'accord partagé entre les personnes sur certains sujets ». De même qu'en littérature le stéréotype « ne se laisse pas toujours saisir à la surface du texte », qu'il est « une construction de lecture » (Amossy; Herschberg Pierrot, 2005, p. 73), il peut dans une conversation être évoqué de façon allusive, voire sous la forme d'une synecdoque... Si on peut alors parler « d'implicites codés » (Boyer, 2003, p. 25), ce code n'en reste pas moins soumis à une, voire à plusieurs interprétations et, de même que les expressions, les stéréotypes « ne gardent pas un sens identique à travers les occasions changeantes de leur usage » (Garfinkel, 2007, p. 102).

L'indexicalité du stéréotype¹⁷

L'étude du stéréotype qui est indissociable de la fonction communicative et plus particulièrement du langage ne peut, non plus que ces dernières, être isolée des conditions de production. Henry Tajfel déplorait ainsi qu'en cognition sociale le contexte socioculturel ait été si peu pris en compte, le stéréotype ne pouvant en effet être considéré seulement sous l'angle de la sélection et de la prise de décision personnelle (Heine; Abeele; Van der Linden, 2005). Il ne s'agit là d'ailleurs de rien d'autre que ce qu'affirmait en 1944 dans *Une théorie scientifique de la culture* l'anthropologue Bronislaw Malinowski (1968, p. 18) lorsque défendant l'école fonctionnaliste il en appelait à « préciser le contexte *pragmatique* d'un symbole » afin de « prouver que dans la réalité culturelle, tout acte verbal ou symbolique ne devient réel que dans et par l'effet qu'il produit ». Affirmation capitale car, ce faisant, Malinowski inscrivait rien moins que le langage, et donc les stéréotypes, dans le symbolique mais surtout soulignait l'importance de la prise en compte du contexte dans l'analyse des symboles.

¹⁷ Pour une définition de l'indexicalité telle que l'entend l'ethnométhodologie, voir Coulon (2007, p. 26-35).

En 1972, un anthropologue américain, Dell Hymes, a pour sa part ingénieusement défini les priorités inhérentes à toute étude du langage et donc, par extension, des stéréotypes. Intitulée *SPEAKING* – pour « *Situation, Participants, Ends, Act sequences, Key, Instrumentalities, Norms, Genre* » – cette théorie propose un modèle dynamique appelant à prendre en compte: le cadre ou la situation, soit le temps et le lieu du discours; la personnalité et le statut social des participants; les intentions mais aussi le résultat des interactions; le contenu du message et sa forme; le ton ou la manière du discours; les « instruments » verbaux et non verbaux qui déterminent la forme et le style du discours; les normes d’interaction et d’interprétation qui régulent les tours de parole, les interruptions, etc., mais aussi la compréhension; enfin le genre, soit le type de discours (Lohisse; Klein, 2005, p. 185).

Sens et contenu du stéréotype dépendent donc en grande partie des circonstances dans lesquelles ils sont invoqués et des contenus/interprétations que leur prêtent les interlocuteurs en présence. C’est ainsi qu’une simple expression renvoyant à un stéréotype peut prendre une signification non seulement différente mais contradictoire selon le lieu, le temps et les acteurs. Il en est ainsi, par exemple, de l’exclamation « ¡Qué *macho!* », « Quel macho! » au Mexique. Prononcée dans les années 1920, dans un roman sur la révolution mexicaine, sans connotation ironique, elle possédera – sans doute – une valeur positive – la définition négative du « macho » n’apparaissant que quelques années plus tard (Machillot, 2011) – on peut donc en conclure raisonnablement qu’elle serait comparable en français à une expression admirative du type: « Quel brave! ». Dite au début du XXI^e siècle, deux types de connotations – l’une positive, l’autre négative – s’attachant à ce même stéréotype du « macho », l’interprétation – déjà ancrée dans le temps, le lexique et les valeurs propres à une époque – dépend plus encore que dans les circonstances précédentes du cours de l’interaction, du lieu, du milieu et des représentations propres aux acteurs, cette même expression pouvant être traduite comme « Quel homme! » ou au contraire « Quel macho! » – dans le sens ici de « phalocrate » ou de « dragueur ».

Le stéréotype n’est donc pas – contrairement à une idée largement répandue – transparent en *soi*. Il ne devient tel que dans des *conditions* qui lui donneront sens – un sens *approximativement* partagé d’ailleurs –, la culture, le contexte, etc., dans lequel se déroulera l’interaction, étant au stéréotype ce que la syntaxe est au mot. Il constitue donc souvent un double obstacle à la communication interculturelle et intercommunautaire, tant par ses préjugés que par le code qu’il est nécessaire de posséder pour le comprendre.

Finalement, le stéréotype n'est ni totalement inconscient et moins encore innocent. N'échappant pas à la réflexivité des acteurs, il peut être tu, tout en étant là. Son activation dépendra des interlocuteurs et du contexte où l'acteur se trouvera. Il répond donc à bien des égards à une *stratégie*.

Ancrage sociologique du stéréotype et légitimation

Selon Moliner, Rateau et Cohen-Scali (2002, p. 13) l'une des spécificités des représentations sociales est que « les consensus que l'on rencontre à propos des éléments d'une représentation donnée dépendent à la fois de l'homogénéité du groupe et de la *position* des individus par rapport à l'objet de représentation ».

Corneille et Yzerbyt ont montré pour leur part que l'usage du stéréotype peut parfois être une réponse d'un groupe socialement défavorisé à un autre d'un statut social « supérieur » qui se trouvera ainsi symboliquement dévalorisé (Yzerbyt; McGarty; Spears, 2004, p. 192-193). On peut donc parler au même titre que Moliner, Rateau et Cohen-Scali (2002, p. 18) pour les représentations *d'ancrage sociologique* du stéréotype.

En d'autres termes, les stéréotypes déterminent tout autant qu'ils sont déterminés par les individus, les groupes et les institutions. Dès lors objet de pouvoir, le stéréotype peut servir à expliquer et justifier des opinions, des attitudes, des comportements mais aussi des systèmes et des hiérarchies sociales. Il légitime enfin tout autant qu'il dénote – lorsqu'il n'est pas comme le démontre Herzfeld (1992, p. 72-73) un lieu de résistance.

En effet, « la promulgation d'images de supériorité-infériorité dans une société est », nous dit Muzaffer Sherif, « l'un des moyens qu'utilise le groupe dominant pour maintenir sa position » (cité par Amossy; Herschberg Pierrot, 2005, p. 41). Il ressort de même des recherches de Mackie et Hamilton que les acteurs tendent à effectuer un tri au sein des informations qui leur parviennent, privilégiant celles qui confirment leurs stéréotypes (Heine; Abeele; Van der Linden, 2005). Toujours dans la perspective de la « justification du système », Jost et Banaji ont observé de leur côté que les idées des dominants tendent à devenir celles des dominés même lorsque cela va à l'encontre de leurs intérêts personnels (Elcheroth; Spini, 2006; Klein, 2004),¹⁸ ce qui démontrerait la

¹⁸ Goldberg en étant d'ailleurs arrivé à des conclusions similaires lorsque ses travaux révélèrent que les hommes et les femmes partageaient sur le genre des stéréotypes identiques (Moliner, 2007, p. 169).

fonction *idéologique* des stéréotypes comme nous l'avons observé pour notre part avec l'histoire du « macho » au Mexique qui participa à une entreprise *nationaliste* et donc géographiquement et historiquement située (Machillot, 2010, 2011)...

Espaces et histoires des stéréotypes: pour une théorie des « stéréotopoï »

Le stéréotype, comme nous avons pu le voir dans un autre article (Machillot, 2011), naît à la fois de l'analogie et de l'accumulation/réduction d'autres stéréotypes et représentations. Il est donc une *construction* historique dans un espace donné. Relevant du symbolique, il a donc tout autant une nature *dynamique*.

Le stéréotype a une filiation, une histoire. Il est non seulement soumis à un contexte mais s'inscrit dans un temps spécifique. Il n'est plus dès lors une forme figée au sens strict du mot, tout au plus relativement stable, métastable, n'évoluant de façon générale et significative que sur le long terme quoique toujours, dans son usage quotidien, soumis à des interprétations, à des variations individuelles qui révèlent une histoire *en train de se faire*.

Par lieu, Marc Augé (1994, p. 156) définissait à la fois l'espace identitaire – « en ce sens qu'un certain nombre d'individus peuvent s'y reconnaître et se définir à travers lui » – relationnel – « en ce sens qu'un certain nombre d'individus, les mêmes, peuvent y lire la relation qui les unit aux autres » – et historique – « en ce sens que les occupants du lieu peuvent y retrouver les traces diverses d'une implantation ancienne, le signe d'une filiation » (Augé, 1994, p. 156). Le lieu, conclut-il, est donc à cet égard « triplement symbolique »: « il symbolise le rapport de chacun de ses occupants à lui-même, aux autres occupants et à leur histoire commune » (Augé, 1994, p. 156). Outre le fait d'être, non seulement stéréotypés, mais d'*appeler* les stéréotypes, les « stéréotopoï » sont tout cela à la fois.

Il peut s'agir d'espaces clos souvent réservés ou dirigés à une partie seulement de la société à l'exclusion des autres – que cette exclusion soit explicite ou implicite. Il peut s'agir, comme par exemple au Mexique, de lieux autrefois réservés aux hommes, comme les « *cantinas* »¹⁹ ou les gallodromes,

¹⁹ Tavernes ou bars, longtemps réservés aux hommes.

d'espaces que la société associe plus généralement à la masculinité comme les stades ou les salles de boxe. Mais il peut aussi comprendre, plus généralement, une région ou un État qui comme dans le cas de Jalisco à l'ouest de Mexico sont fortement stéréotypés (Machillot, 2011). Des lieux qui appartiennent à un imaginaire cinématographique, social, etc., qui leur associe un certain nombre de traits caractéristiques comme la téquila, la violence, la masculinité, etc. Des espaces fortement codifiés qui sont susceptibles de contraindre le jeu des acteurs: les espaces stéréotypés générant des conduites stéréotypées... Nous appuyant sur l'étymologie même du mot « stéréotype » nous appellerons ces lieux des « stéréotopoï », soit des « lieux solides », à la fois stables et codifiés tant du point de vue identitaire, relationnel qu'historique...

Stéréotype: réflexivité et stratégie des acteurs

Enfin, force nous est de constater que nous ne pouvons ignorer ce que Beck ou Giddens appelle la « conscience discursive » ou encore « la réflexivité » des acteurs (Beck; Giddens; Lash, 2008) vis-à-vis non seulement de leurs propres comportements mais de l'image et des discours que les autres font et peuvent se faire d'eux et de leur communauté.

Le recours au stéréotype peut alors devenir ironique. Ironie dont le chercheur peut aussi faire les frais... Victime tolérante, Gutmann (2000, p. 370) avoue ainsi avoir été parfois gentiment moqué lors de son travail de terrain dans le quartier de Santo Domingo, à Mexico.

En ce qui nous concerne nous avons parfois observé lors de notre étude sur les stéréotypes masculins au Mexique (Machillot, 2010, 2011) – quoique très rarement – de faibles résistances voire une certaine lassitude de la part des acteurs, particulièrement chez ceux qui avaient vécu aux États-Unis ou avaient de fréquents contacts – universitaires, chefs d'entreprise, etc. – avec des ressortissants étrangers. La réfutation ou la contestation de l'image « machiste » du Mexicain appartenait alors, sans aucun doute, à un système de défense, à une stratégie de démarcation, à une tentative de déconstruction d'une image dévalorisante du Mexicain qui constitue au niveau international un obstacle non seulement à l'échange mais aussi – dans le cas des émigrants – à l'assimilation.

Mais, une fois encore, cette stratégie de démarcation démontra quelques limites. Il est en effet difficile d'échapper au stéréotype, l'une des forces de celui-ci étant de posséder un lexique et des caractéristiques si prégnants que ceux-ci finissent généralement par s'imposer s'inscrivant alors dans un discours plus général auquel on peut le renvoyer ou tout du moins le comparer. Car, le plus souvent, décrier le « macho », se refuser fort justement à le confondre avec le Mexicain, c'est recourir encore à son stéréotype négatif, employant un bagage lexical, une caractérisation, qui appartiennent en propre à certains secteurs de la société... Lexique *marqué* socialement, culturellement, qui non seulement *démarquera* l'acteur des autres, de l'Autre, mais l'inscrira dans un groupe, son *groupe* (Machillot, 2010).

Le stéréotype s'il s'exprime à travers l'acteur nous parle donc *aussi* de celui-ci. Et c'est là peut-être que se situe *son choix*: trancher entre le stéréotype négatif et positif c'est adopter sans aucun doute le vocabulaire relativement figé, stéréotypé, de l'un ou de l'autre mais c'est aussi *choisir* un camp, une position qui le distinguera d'un ou d'autres groupes tout en l'inscrivant dans une communauté distincte. Le stéréotype loin d'être totalement subi reste donc fondamentalement un *instrument* qui, avec les mots des autres, communique sur *soi*...

Une autre stratégie de démarcation consista parfois à revendiquer pour soi et son groupe l'image que l'étranger était supposé avoir du Mexicain. On sait, grâce notamment à l'exemple des luttes des groupes minoritaires aux États-Unis – le « fameux « *I'm black, I'm proud!* » – combien les termes d'opprobre peuvent être récupérés et réemployés comme marques honorifiques et communautaires. Il n'en va pas autrement avec le terme « macho » qui comme le constatait déjà le philosophe Samuel Ramos en 1934 peut servir, encore aujourd'hui quoique plus rarement, de signe nationaliste de ralliement, l'acteur se démarquant, ce faisant, de l'Autre, de l'« étranger » (Ramos, 1934, p. 74-75). Le stéréotype ne se limite donc pas à une communauté – nationale ou autre: il est au contraire intimement lié à l'image que l'étranger se fait ou est censé avoir de soi... Image qui, nous avons pu le constater dans notre étude des stéréotypes masculins au Mexique (Machillot, 2010, 2011), est loin d'être ignorée des acteurs, de même qu'elle – et c'est révélateur – ne les laisse pas toujours indifférents...

Conclusion

Ni lieu commun, ni cliché ni même préjugé quoiqu'il participe d'un « préjugement », ce « raccourci cognitif » qu'est le stéréotype participe donc à la fois à un phénomène linguistique, psychologique, social, culturel et symbolique, mais aussi géographique et historique puisqu'il s'inscrit dans un lieu et à temps *donnés*. Instrument non transparent de communication, sa compréhension exige enfin sa réinscription *en texte* et *en contexte*, en fonction de sa position *en* discours mais aussi en regard des groupes et des individus *entre eux*.

Le stéréotype se construit en effet toujours dans un rapport à autrui, relevant de représentations de soi et de l'Autre, d'un « nous » et des « autres », d'un « nous » par rapport à l'Autre, d'un « nous » contre l'Autre... Instrument de pouvoir donc, tout autant que de légitimation, le stéréotype est susceptible de s'inscrire dans des *stratégies* de groupes, d'acteurs ou d'institutions. Par ailleurs, un stéréotype en cachant toujours un autre comme nous le montre l'existence simultanée d'autostéréotypes et d'hétérostéréotypes, ceux-ci forment ce que nous appellerons un réseau de représentations qui les rend difficilement isolables, d'autant qu'il est aussi et surtout une catégorie qui en tant que telle s'inscrit dans un système de catégorisation et de classement. Système qui toujours en *relation* à, dans *un lien* à l'Autre, trace des normes et des déviances, structure tout autant qu'il est structuré...

Un rapport constant à l'Autre qui en fait un objet d'étude privilégié de l'anthropologie mais qui en raison de son inscription à la fois nationale et locale, de sa dimension macro et micro, exige de passer aussi par des méthodes qui à défaut d'être complètement nouvelles élargissent le champ de l'ethnographie traditionnelle... De la méthode donc, mais ce pourrait être là l'objet d'un autre article...

Références

AMOSSY, R.; HERSCHBERG PIERROT, A. *Stéréotypes et clichés*. Paris: Armand Colin, 2005.

AUGÉ, M. *Pour une anthropologie des mondes contemporains*. Paris: Flammarion, 1994.

BARFIELD, T. (Org.). *The dictionary of anthropology*. Oxford: Wiley-Blackwell, 1997.

BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. *Modernización reflexiva: política, tradición y estética en el orden social moderno*. Madrid: Alianza Editorial, 2008.

BECKER, H. *Outsiders*. Paris: Métailié, 1985.

BERGER, P.; LUCKMANN, T. *La construction sociale de la réalité*. Paris: Armand Colin, 2008.

BOËTSCH, G.; VILLAIN-GANDOSSI, C. (Org.). *Stéréotypes dans les relations Nord-Sud*. Paris: CNRS Éditions, 2001. (Hermès. Cognition. Communication. Politique, n. 30).

BONTE, P.; IZARD, M. *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie*. Paris: PUF, 2007. (Collection Quadrige).

BOURDIEU, P. L'identité et la représentation. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, v. 35, n. 1, p. 63-72, 1980.

BOYER, H. *De l'autre côté du discours: recherches sur le fonctionnement des représentations communautaires*. Paris: L'Harmattan, 2003.

BOYER, H. (Org.). *Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnements ordinaires et mises en scène: t. 2: identité(s)*. Paris: L'Harmattan, 2007a.

BOYER, H. (Org.). *Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnements ordinaires et mises en scène: t. 4: langue(s), discours*. Paris: L'Harmattan, 2007b.

CHÉDOTEL, F. L'ambivalence de l'identification organisationnelle: revue de littérature et pistes de recherche. *Management et Avenir*, n. 1, p. 59-75, 2004.

CODOU, O.; KERZIL, J. L'école à la lumière de la psychologie sociale. Deuxième partie: stéréotypes et relations au savoir. *Carrefours de L'éducation*, n. 23, p. 153-169, 2007.

COULON, A. *L'ethnométhodologie*. Paris: PUF, 2007.

DAYER, C. Stéréotypes et homosexualité: entre attribution et démarcation. In: BOYER, H. (Org.). *Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnements ordinaires et mises en scène: t. 2: identité(s)*. Paris: L'Harmattan, 2007. p. 71-81.

DE CARLO, M. *L'interculturel*. Paris: Clé International, 1998.

DORTIER, J.-F. Les catégories mentales: comment classer le monde? *Sciences Humaines*, n. 102, p. 16-20, février 2000.

DOUGLAS, M. *Comment pensent les institutions*. Paris: Éditions La Découverte, 2004.

DREYFUS, M. Production et déplacement de stéréotypes en situation d'entretien In: BOYER, H. (Org.). *Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnements ordinaires et mises en scène: t. 4: langue(s), discours*. Paris: L'Harmattan, 2007. p. 77-87.

DURKHEIM, É.; MAUSS, M. De quelques formes de classification – Contribution à l'étude des représentations collectives. *Année Sociologique*, n. 6, p. 1-72, 1903. Disponible sur: <http://classiques.uqac.ca/classiques/mauss_marcel/essais_de_socio/T7_formes_classification/formes_classification.doc>. Accès: 29 déc. 2007.

ELCHEROTH, G.; SPINI, D. *Classes sociales et jugements normatifs de jeunes français: la justification du système par les défavorisés revisitée*. Université Lyon II, 2006. Disponible sur: <<http://recherche.univ-lyon2.fr/greps/IMG/pdf/CIPS.pdf>>. Accès: 6 mars 2009.

FRADIN, B.; QUÉRÉ, L.; WIDMER, J. (Org.). *L'enquête sur les catégories: de Durkheim à Sacks*. Paris: EHESS, 1994. (Raisons pratiques, n. 5).

GARFINKEL, H. *Recherches en ethnométhodologie*. Paris: PUF, 2007.

GODELIER, M. *Au fondement des sociétés humaines: ce que nous apprend l'anthropologie*. Paris: Albin Michel, 2007.

GOFFMAN, E. *La mise en scène de la vie quotidienne*: t. 1: la présentation de soi. Paris: Éditions de Minuit, 1973a.

GOFFMAN, Erving. *La mise en scène de la vie quotidienne*: t. 2: les relations en public. Paris: Éditions de Minuit, 1973b.

GOFFMAN, E. *Les rites d'interaction*. Paris: Éditions de Minuit, 1974.

GOFFMAN, E. *Stigmate*: les usages sociaux des handicaps. Paris: Éditions de Minuit, 1975.

GRANDIÈRE, M.; MOLIN, M. (Org.). *Le stéréotype, outil de régulations sociales*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 2006.

GUTMANN, M *Ser hombre de verdad en la ciudad de México*: ni macho ni mandilón. Mexico: El Colegio de México, 2000.

HERZFELD, M. La pratique des stéréotypes. *L'homme*, n. 121, p. 67-77, janvier-mars 1992.

HERZFELD, M. *L'intimité culturelle*: poétique sociale dans l'État nation. Laval: Presses Université Laval, 2007.

HEINE, A.; ABEELE, C. van den; VAN DER LINDEN, N. *Introduction à l'étude des représentations sociales et des stéréotypes*. Bruxelles: Université Libre de Bruxelles, 2005.

KLEIN, O. L'expression des stéréotypes et des représentations groupales: cognition, stratégie, politique. *Perspectives Cognitives et Conduites Sociales*, v. 9, p. 132-159, 2004. Disponible sur: <<http://www.ulb.ac.be/psycho/psysoc/Papers/kleinpccs.pdf>>. Accès: 5 mars 2009.

LACAZE, L. La théorie de l'étiquetage modifiée, ou l'analyse "stigmatique" revisitée. *Nouvelle Revue de Psychosociologie*, v. 1, n. 5, p. 183-199, 2008.

LÉGAL, J.-B.; DELOUVÉE, S. *Stéréotypes, préjugés et discrimination*. Paris: Dunod, 2008.

LÉVI-STRAUSS, C. *Race et histoire*. Paris: Denoël, 2007.

- LINTON, R. *Le fondement culturel de la personnalité*. Paris, Éditions Bordas, 1977.
- LOHISSE, J.; KLEIN, A. *La communication: de la transmission à la relation*. Bruxelles: De Boeck Université, 2005.
- MACHILLOT, D. « *Machos* » et « *machistes* »: anthropologie de stéréotypes mexicains depuis l'État de Jalisco. Thèse (Doctorat en Sciences de la société, spécialité en Anthropologie)–Laboratoire ICOTEM, Université de Poitiers, Poitiers, 2010.
- MACHILLOT, D. « *Machos* » et « *machistes* »: (brève) histoire de stéréotypes mexicains. *Amerika*, n. 4, 2011. Disponible sur: < <http://amerika.revues.org/2149>>. Accès: 27 juin 2011.
- MALINOWSKI, B. *Une théorie scientifique de la culture, et autres essais*. Paris: François Maspero, 1968. Disponible sur: <http://classiques.uqac.ca/classiques/malinowski/theorie_culture/theorie_culture.doc>. Accès: 25 oct. 2008.
- MESURE, S.; SAVIDAN, P. (Org.). *Dictionnaire des sciences humaines*. Paris: PUF, 2006.
- MOLINER, P. Stéréotypes intergroupes masculins vs féminins. Contexte professionnel et domination masculine. In: BOYER, H. (Org.). *Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnements ordinaires et mises en scène: t. 2: identité(s)*. Paris: L'Harmattan, 2007. p. 169-176.
- MOLINER, P.; RATEAU, P., COHEN-SCALI, V. *Les représentations sociales: pratique des études de terrain*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 2002.
- RAMOS, S. *El perfil del hombre y la cultura en México*. México: Imprenta Mundial, 1934.
- SAÏD, E. W. *L'orientalisme: l'Orient créé par l'Occident*. Paris: Éditions Seuil, 2005.
- SALES-WUILLEMIN, É. *La catégorisation et les stéréotypes en psychologie sociale*. Paris: Dunod, 2006.

SARTRE, J.-P. *L'être et le néant: essai d'ontologie phénoménologique*. Paris: Éditions Gallimard, 1943.

YZERBYT, V.; MCGARTY, C.; SPEARS, R. *Stereotypes as explanation*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

ZERVA, M. Le rôle des stéréotypes dans la construction identitaire: une étude de cas. in: BOYER, H. (Org.). *Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnements ordinaires et mises en scène*: t. 2: identité(s). Paris: L'Harmattan, 2007. p. 317-328.

Recebido em: 10/07/2011

Aprovado em: 15/09/2011