

# Pour un usage du stéréotype en Histoire

Julien Edrom, Raphaël Guérin, Witold Griot, Ksenia Smolovic, Flavien Villard

DANS **HYPOTHÈSES** 2018/1 21 , PAGES 93 À 102

ÉDITIONS **ÉDITIONS DE LA SORBONNE**

ISSN 1298-6216

DOI 10.3917/hyp.171.0093

Date de mise en ligne : 08/11/2018

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://shs.cairn.info/revue-hypotheses-2018-1-page-93?lang=fr>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...  
Scannez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



**Distribution électronique Cairn.info pour Éditions de la Sorbonne.**

Vous avez l'autorisation de reproduire cet article dans les limites des conditions d'utilisation de Cairn.info ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Détails et conditions sur [cairn.info/copyright](http://cairn.info/copyright).

Sauf dispositions légales contraires, les usages numériques à des fins pédagogiques des présentes ressources sont soumises à l'autorisation de l'Éditeur ou, le cas échéant, de l'organisme de gestion collective habilité à cet effet. Il en est ainsi notamment en France avec le CFC qui est l'organisme agréé en la matière.

## *Pour un usage du stéréotype en Histoire*

JULIEN EDROM, RAPHAËL GUÉRIN, WITOLD GRIOT, KSENIA SMOLOVIĆ,  
FLAVIEN VILLARD\*

---

Affirmer qu'on n'aime pas les extra-terrestres alors qu'on ne les connaît pas est un préjugé. Associer un appartement de garçon au désordre est un lieu commun. Dire que les femmes blondes sont idiotes est un stéréotype<sup>1</sup>. De prime abord, les nombreux synonymes qui existent pour le terme « stéréotype » nous indiquent son caractère équivoque qui invite à la réflexion. L'étymologie du mot stéréotype renvoie à une connotation péjorative. En effet, le terme est formé à partir de deux mots grecs, le nom *tupos*, qui désigne le caractère d'imprimerie ou l'image imprimée, et l'adjectif *stereos*, qui signifie « solide », ou, au sens figuré, « opiniâtre ». Pour le XIX<sup>e</sup> siècle durant lequel ce néologisme a été formé, le stéréotype renvoie au domaine de l'imprimerie et à la reproduction en série<sup>2</sup>. Le terme a pris le sens actuel d'« opinion toute faite réduisant les singularités, cliché<sup>3</sup> », « formule banale, opinion dépourvue d'originalité<sup>4</sup> ». Le stéréotype fait appel aux représentations collectives et aux imaginaires, c'est une construction de l'esprit qui n'existe pas en soi. Ruth Amossy, spécialiste de l'analyse du discours, précise qu'il ne peut apparaître qu'à celui qui reconnaît spontanément les modèles de sa collectivité<sup>5</sup>.

\* Nous tenons à remercier les professeurs qui nous ont accompagnés dans ce travail : François Chausson, Christine Lebeau et Jean-Charles Geslot qui a gentiment accepté d'être notre discutant, ainsi que Christine Ducourtieux et nos directeurs et directrices respectifs.

1. Exemples tirés de G. FLAUBERT, *Dictionnaire des idées reçues*, Paris, 1997, p. 49 ; et du site « Préjugés et stéréotypes », Association francophone de psychologie sociale [en ligne : <http://www.prejuges-stereotypes.net/indexFlash.htm>, consulté le 17 avril 2017].

2. On le retrouve même en tant qu'adjectif pour désigner des ouvrages imprimés dont les planches comprennent des caractères immobiles pour réaliser plus aisément de nouveaux tirages.

3. *Petit Robert*, Paris, 2010, p. 2433.

4. *Petit Larousse*, Paris, 1999, p. 965.

5. R. AMOSSY, *Les Idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Paris, 1991, p. 21.

Robert Frank établit plusieurs caractéristiques qui permettent d'approfondir la définition du stéréotype : sa réduction simplificatrice, sa dimension sociale et collective, sa durée et sa répétition dans le temps, ainsi que son expression d'un jugement<sup>6</sup>. Ce jugement est tiré de l'observation et implique que le stéréotype repose sur une part de réalité, dont il peut tirer sa force<sup>7</sup>. C'est la durée du phénomène qui sépare souvent le stéréotype de la caricature, de même que la part jouée par la collectivité qui intériorise ces représentations. Le fait d'émettre un jugement distingue donc le stéréotype du lieu commun. Et, comme il se rapproche plus du réflexe que de la réflexion, le « stéréotype est à la fois un préjugé et un cliché : un préjugé sous forme de cliché, c'est-à-dire d'une image sans cesse répétée, ou un cliché sous la forme d'un jugement péremptoire le plus souvent négatif<sup>8</sup> ». Néanmoins, les frontières mouvantes entre ces différents termes interdisent tout cloisonnement définitif du stéréotype dans une définition figée. Certains sont plus proches du *topos* littéraire, d'autres du cliché ou du préjugé. Car, si l'étymologie et la définition du stéréotype renvoient à un caractère fixé et à un procédé sériel, une collectivité ne s'accorde pas forcément sur des images stéréotypées et celles-ci peuvent évoluer dans le temps.

Plusieurs autres ambivalences finissent de compléter ces définitions. Une première ambivalence s'insinue dans la relation entre le positif et le négatif qui cohabitent dans les imaginaires sociaux. En effet, des représentations stéréotypées peuvent contenir des sentiments opposés, comme l'admiration et la haine. Parfois, ces binômes peuvent servir une complémentarité. On note également une ambivalence entre la projection de soi et la représentation de l'autre. De cette façon, le stéréotype joue un rôle dans la construction de soi et de l'identité collective. Les stéréotypes identitaires sont parmi les plus courants : lorsqu'une communauté établit des représentations stéréotypées de l'autre, c'est elle-même qu'elle caractérise. On peut utiliser ces représentations pour se renseigner sur le groupe qui les a produites. Mais les stéréotypes peuvent également constituer le premier vecteur de connaissance de l'autre, même s'ils fournissent en fait plus de confort que de connaissance. Le philologue et philosophe Heinz Wismann estime que

6. R. FRANK, « Qu'est-ce qu'un stéréotype ? », dans *Une idée fausse est un fait vrai. Les stéréotypes nationaux en Europe*, J.-N. JEANNENAY dir., Paris, 2000, p. 20-21.

7. H. WISMANN, « Un regard philosophique », dans *Une idée fausse est un fait vrai...*, *op. cit.*, p. 28.

8. R. FRANK, « Qu'est-ce qu'un stéréotype ? », art. cité, p. 20-21.

le stéréotype est la conséquence d'un désir de connaissance, qui, ensuite, se fige et s'annule lui-même<sup>9</sup>. Les stéréotypes constituent donc un lien entre deux entités. Mais l'étude de ces deux acteurs implique l'intervention de l'historien qui devient partie prenante de l'étude, en apportant ses propres représentations<sup>10</sup>. Il faut donc travailler avec le caractère poreux de ce sujet et proposer des interprétations, sans négliger les clichés sous-jacents et les grilles de lecture du chercheur.

Le terme de stéréotype n'est pas originellement un concept historien : il s'agit d'un emprunt au champ des sciences sociales, notamment à celui de la psychologie sociale, discipline dont le but est l'étude des relations et processus ayant cours dans la vie sociale. L'ouvrage pionnier dans la théorisation de ce terme est celui de Walter Lippmann, *Opinion publique*, qui paraît en 1922. Le journaliste et écrivain américain y étudie notamment la place qu'a l'opinion publique dans le fonctionnement des démocraties modernes, et met en évidence le fait que les stéréotypes, les « images dans notre tête », sont au fondement de la perception que nous nous faisons du monde et proviennent de sa compréhension et de son interprétation. Le stéréotype est ainsi ancré, à l'origine, dans les interactions sociales, et révèle l'image que les membres d'un groupe se font d'eux-mêmes et des autres<sup>11</sup>.

Durant l'entre-deux-guerres, de nombreuses études sur les stéréotypes paraissent, notamment outre-Atlantique. Elles partent du point de vue théorique de la psychologie sociale tout en adoptant certaines approches empiriques de la sociologie. Des chercheurs s'efforcent alors de détecter les stéréotypes. On peut ici mettre en évidence la « méthode de la liste des traits » de Daniel Katz et Kenneth Braly, datant de 1933. Ayant soumis à un échantillon d'étudiants un questionnaire demandant de qualifier par des adjectifs dix nationalités ou groupes ethniques, les résultats démontrent la rigidité et la capacité de résistance des stéréotypes. Le stéréotype est ici envisagé comme un phénomène purement social. Cette méthode, si elle permet d'en donner le contenu général, ne permet pas de déterminer l'intensité avec laquelle un individu réduit à des stéréotypes tel ou tel groupe, ce que permet la méthode des pourcentages d'attributs partagés de John C. Brigham établie en 1971. Cette approche, qui ne perçoit pas les stéréotypes comme un phénomène

9. H. WISMANN, « Un regard philosophique », art. cité, p. 27.

10. *Ibid.*, p. 29.

11. Cf. *Stéréotypes, discrimination et relations intergroupes*, R. BOURHIS et J.-P. LEYENS éd., Bruxelles, 1999.

social mais comme une croyance individuelle, permet de comprendre à quel point leur emploi varie selon les individus. Ces approches permettent aux historiens d'envisager le stéréotype sous ces deux angles, phénomène collectif ou individuel. Les travaux réalisés par un certain nombre de psychologues sociaux après la Seconde Guerre mondiale conduisent peu à peu à définir le stéréotype comme outil de cognition sociale<sup>12</sup>. Le stéréotype serait alors la composante cognitive des croyances, opinions, représentations, concernant un groupe et ses membres, alors que le préjugé en serait la composante affective et la discrimination la composante comportementale. Ainsi, nombre de chercheurs tendent à neutraliser le terme pour lui ôter sa connotation négative. Il devient ainsi un véritable objet de recherche scientifique. L'un des axes majeurs de la recherche sur les stéréotypes est alors celui de son origine.

À ce sujet, on retrouve la dichotomie entre une approche sociologique interactionnelle du stéréotype et l'approche psychologique individuelle. Dans les années 1940 et 1950, c'est la théorie psychodynamique de Theodor W. Adorno qui domine. Selon ce modèle, le stéréotype provient de problèmes individuels et de conflits intrapersonnels. Dans son livre *La personnalité autoritaire* de 1950, le chercheur voit dans le syndrome autoritaire le principe responsable des stéréotypes aux sources de la pensée fasciste et des comportements antisémites. Parallèlement, d'autres chercheurs envisagent des explications concurrentes à propos de l'origine des stéréotypes. Selon la théorie des conflits sociaux du psychologue social turc Muzafer Sherif, il faut plutôt la chercher dans les tensions sociales. En 1961, il fait l'expérience de la « caverne des voleurs<sup>13</sup> », mettant en compétition deux groupes de jeunes garçons pour des ressources : la rivalité serait alors un facteur décisif conduisant à l'émergence de stéréotypes négatifs, dans des groupes opposés.

Modulable en fonction des individus, le stéréotype n'en reste pas moins une représentation collective figée. La recherche en sciences sociales s'est donc orientée vers l'étude de son rôle fondamental dans la cohésion d'un groupe. Dans cette perspective, les stéréotypes peuvent émerger dans un contexte non-conflictuel. Cette approche est plus spécifique à la psychologie culturelle ou interculturelle. Une « théorie de l'identité sociale » est ainsi

12. Cf. J.-P. LEYENS, V. YZERBIT et G. SCHADRON, *Stéréotypes et cognition sociale*, Bruxelles, 1996.

13. O. J. HARVEY, B. J. WHITE, W. R. HOOD et C. W. SHERIF, *Intergroup Conflict and Cooperation. The Robbers Cave experiment*, Middletown, 1961.

formulée par Henri Tajfel en 1969<sup>14</sup>. Selon lui, contrairement à ce que pense les théoriciens du conflit social, nul besoin de compétition pour susciter des images défavorables au sujet d'un autre groupe. Le seul fait d'appartenir à un « endogroupe » conduit souvent à le valoriser et à accentuer les similitudes entre ses membres au détriment des personnes membres d'un « exogroupe », perçues comme différentes. La poursuite de ces recherches permet de considérer les problématiques de l'ethnopsychologie : une psychologie des groupes qui présentent une homogénéité linguistique, culturelle et historique. Elle conduit également à analyser le contenu des représentations qu'un peuple se fait d'un autre : l'imagologie<sup>15</sup>.

La psychologie sociale met en avant l'importance des stéréotypes dans la cognition sociale. Dès les années 1950, un des pionniers dans ce domaine, Solomon Asch, fait du stéréotype un passage obligé dans le processus de cognition sociale<sup>16</sup>. Il permet d'ordonner la connaissance humaine qui serait trop confuse car elle est incapable de saisir simultanément une multitude de détails. À sa suite, bien qu'ils soient conscients du caractère réducteur et subjectif des stéréotypes, de nombreux chercheurs y recourent comme une démarche schématique de catégorisation qui se révèle être indispensable à la cognition. En suivant l'exemple des sciences sociales, les historiens peuvent donc utiliser le stéréotype comme un outil qui permet d'étudier les représentations et les expressions des identités, tout en les déconstruisant.

Différents chercheurs en histoire ont suivi cette démarche. Ainsi, Haïm Burstin essaie de comprendre ce qu'est un sans-culotte<sup>17</sup>, Anne-Marie Thiesse étudie la création des identités nationales en Europe<sup>18</sup> et Edward Saïd analyse la construction de l'orientalisme<sup>19</sup>. Cependant, bien que des travaux historiques majeurs s'intéressent aux stéréotypes, ce n'est pas l'objet central de leur étude et les ouvrages qui font figurer le mot stéréotype dans leur titre sont peu nombreux. S'agirait-il d'une précaution quant à l'utilisation d'un terme à l'usage anachronique et par là inopérant pour comprendre les

14. Notamment dans H. TAJFEL, « Cognitive aspects of prejudice », *Journal of social issues*, 25 (1969), p. 79-97.

15. À ce sujet, voir notamment M. BELLER et J. LEERSEN, *Imagology, the Cultural Construction and Literary Representation of National Characters*, Leiden, 2007.

16. Cf. S. ASCH, *Social psychology*, New York, 1952.

17. H. BURSTIN, *L'Invention du sans-culotte. Regard sur le Paris révolutionnaire*, Paris, 2005.

18. A.-M. THIESSE, *La Création des identités nationales. Europe, XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècle*, Paris, 1999.

19. E. W. SAÏD, *Orientalism*, New York, 1978.

sociétés du passé<sup>20</sup> ? L'anachronisme n'est plus tout à fait considéré comme le « péché entre tous irrémédiable » contre lequel Lucien Febvre nous mettait en garde<sup>21</sup>, et on considère désormais les anachronismes avec bienveillance, pourvu qu'ils soient contrôlés<sup>22</sup>. Il est possible que le désamour relatif des historiens pour le stéréotype tienne à sa dynamique temporelle propre, ou plutôt à son absence de dynamique. On l'a dit, dans les études en psychologie sociale, on le définit comme une représentation collective figée. À cet égard, Krzysztof Pomian reconnaît ne pas savoir si les stéréotypes sont capables d'« évoluer avec le temps<sup>23</sup> ». N'y a-t-il donc pas alors une contradiction à ce que l'histoire, science du changement par définition, s'attarde à décrire des représentations sociales considérées comme immobiles ?

Pourtant, à partir des années 2000, plusieurs ouvrages collectifs s'attachent à historiciser le stéréotype. Pour Marcel Grandière, il est « beaucoup plus actif et dynamique que ne le laisse supposer l'effet de répétition rigide et figé de ses origines professionnelles. C'est un instrument de régulation entre les groupes culturels, nationaux et sociaux, qui les produisent, et qui informent de cette manière sur eux-mêmes<sup>24</sup> ». Laurence Van Ypersele et Olivier Klein vont plus loin en affirmant que « loin des clichés fixistes, les stéréotypes [sont] de véritables machines à penser le changement : politique, social, économique, religieux<sup>25</sup> » et que « les recherches actuelles [...] montrent qu'il est impossible de faire l'économie des stéréotypes<sup>26</sup> ». Sans défendre cette assertion excessive, on peut reconnaître la valeur de deux types d'approches qui donnent au stéréotype une place légitime dans l'investigation historique.

20. En effet, l'utilisation du terme stéréotype dans les études portant sur l'Antiquité ou le Moyen Âge est encore plus restreinte que pour les autres périodes.

21. L. FEBVRE, *Le Problème de l'incroyance au XVI<sup>e</sup> siècle : la religion de Rabelais*, Paris, 2003, p. 15 (1<sup>re</sup> éd. 1942).

22. Cf. N. LORAUX, « Éloge de l'anachronisme en histoire », *Le Genre humain*, 27 (1993), p. 23-39, cité par P. BOUCHERON, *Faire profession d'historien*, Paris, 2010, p. 156-157.

23. Cf. K. POMIAN, *La France et la Pologne au-delà des stéréotypes*, Paris, 2004, p. 19.

24. M. GRANDIÈRE, « La notion de stéréotype », *La Fuente de Mnemosine*, 29 octobre 2010 [en ligne : [https://docs.google.com/document/d/16b0PJlyrae\\_-Lv5cN\\_X5AsO-J82mmlsyk9W8YhyccAk/edit](https://docs.google.com/document/d/16b0PJlyrae_-Lv5cN_X5AsO-J82mmlsyk9W8YhyccAk/edit), consulté le 16 janvier 2018].

25. L. VAN YPERSELE et O. KLEIN, « Les stéréotypes », dans *Questions d'histoire contemporaine ; conflits, mémoires et identités*, L. VAN YPERSELE dir., Paris, 2006, p. 18.

26. *Ibid.*, p. 65.

Une première démarche consiste à relever les motifs constitutifs du stéréotype, à les distinguer de la réalité historique, avant d'envisager leurs évolutions possibles. C'est dans cette perspective que s'inscrit le travail sur les *Stéréotypes nationaux et les préjugés raciaux aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles* mené sous la direction de Jean Pirotte ainsi que l'ouvrage collectif *Pride and Prejudice, National Stereotypes in 19<sup>th</sup> and 20<sup>th</sup> Century Europe East to West*<sup>27</sup>. Les contributions de ces deux ouvrages décrivent essentiellement le processus de fabrication de la figure de l'autre ou bien démontrent, à l'inverse, comment les sociétés construisent des identités de soi, qui sont stéréotypées en opposition à celles de l'autre.

Une seconde démarche consiste à s'intéresser aux acteurs qui fabriquent ces stéréotypes, à mettre à jour leurs vecteurs de diffusion avant de s'intéresser à ceux qui y adhèrent, ainsi qu'à leurs usages sociaux et politiques. C'est dans cette perspective qu'Henrietta Mondry a étudié la construction du stéréotype physique du juif en Russie et montré, qu'en dépit d'une continuité certaine, des acteurs successifs ont puisé dans le répertoire des stéréotypes pour atteindre des buts politiques très divers entre les années 1880 et aujourd'hui<sup>28</sup>. On retrouve le même type d'ambivalence diachronique et politique du stéréotype dans le travail de Stephen David Reicher, Nick Hopkins et Susan Condor<sup>29</sup>. Ces chercheurs ont démontré comment le stéréotype de l'Écossais « attentionné » (*caring*) a été employé de façon différenciée par les parlementaires travaillistes, qui justifient par ce biais une politique d'accompagnement social et, par les parlementaires conservateurs, pour qui la solidarité intrinsèque de l'Écossais rend inutile toute solidarité organisée par l'État. Un travail important est également mené depuis quelques années par Hélène Ménard et Cyril Courrier sur les stéréotypes qui structurent et sous-tendent les dynamiques sociales et politiques du monde romain<sup>30</sup>, tandis qu'Alain Chauvot étudie en détail les stéréotypes véhiculés

27. *Stéréotypes nationaux et les préjugés raciaux au XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles*, J. PIROTTE dir., Louvain-la-Neuve, 1982 ; *Pride and Prejudice, National Stereotypes in 19<sup>th</sup> and 20<sup>th</sup> Century Europe East to West*, L. KONTLER dir., Budapest, 1995.

28. H. MONDRY, *Exemplary Bodies. Constructing the Jew in Russian Culture, since the 1880s*, Brighton, 2009.

29. S. D. REICHER, N. HOPKINS et S. CONDOR, « Stereotype construction as a strategy of influence », dans *The Social Psychology of Stereotyping and Group Life*, R. SPEARS, P. OAKES, N. ELLEMERS et S. A. HASLAM dir., Oxford, 1997, p. 94-118.

30. *Miroir des autres, reflet de soi : stéréotypes, politique et société dans le monde romain*, H. MÉNARD et C. COURRIER dir., Paris, 2012.

sur les Barbares par les Romains du IV<sup>e</sup> siècle<sup>31</sup>. À l'époque médiévale, le stéréotype concerne surtout le discours porté sur les minorités dans le cadre d'une société chrétienne : les juifs, les hérétiques, les païens, les infidèles ou encore les femmes. Le premier cas a été beaucoup étudié, notamment dans une perspective d'histoire intellectuelle<sup>32</sup>.

Pour terminer de défendre la dimension historique du stéréotype, on peut affirmer que, loin d'être seulement un outil de reproduction sociale, comme le dénonce Homi Bhabha, le stéréotype peut aussi participer à transformer la société<sup>33</sup>. Olivier Klein et Laurent Licata ont ainsi relevé que le stéréotype du colon, présenté comme cupide et hypocrite par Patrice Lumumba dans ses discours, permet de mieux appréhender les processus politiques qui conduisent à l'indépendance congolaise<sup>34</sup>.

Chacun des cinq articles se propose donc d'explorer un ou plusieurs aspects de la notion de stéréotype. Leur point commun est de démontrer son caractère construit. Le stéréotype n'est pas une opinion fournie par la *doxa* et répétée sans jamais être soumise à un examen critique. Il est le produit d'une construction réfléchie, qu'il soit scientifique, dans le cas des topographies médicales, littéraire (la littérature comme premier mode de connaissance), religieux (les motifs hagiographiques médiévaux) ou politique (création d'identités nationales ou ethniques). Le stéréotype est élaboré, réfléchi et motivé. Il n'est jamais innocent ou gratuit. Il nourrit une pensée, un discours, une idéologie, une représentation. C'est à ce titre seulement que le stéréotype devient une croyance collective et prend directement part aux représentations des communautés. Il se remarque dans les sources par son caractère systématique et sériel.

La part que joue le stéréotype dans la construction des identités sociales et politiques est connue. En revanche, les différents développements tentent

31. A. CHAUVOT, *Opinions romaines face aux Barbares au IV<sup>e</sup> siècle ap. J.-C.*, Paris, 1998.

32. G. DAHAN, *La Polémique chrétienne contre le judaïsme au Moyen Âge*, Paris, 1991. On y trouve réunis beaucoup des préjugés et caractéristiques supposés du peuple déicide. Voir aussi C. GAUVARD, « Rumeur et stéréotypes à la fin du Moyen Âge », dans *La Circulation des nouvelles au Moyen-Âge. Actes des congrès de la Société des historiens médiévistes de l'enseignement supérieur public, 24<sup>e</sup> congrès, Avignon, Paris / Rome, 1993*, p. 157-177.

33. H. BHABHA, *The Location of Culture*, 1994. Homi Bhabha a ainsi montré que la domination des colons reposait en partie sur leur capacité à connaître et à identifier « l'autre ».

34. O. KLEIN et L. LICATA, « When group representations serve social change. The speeches of Patrice Lumumba during the congolese decolonization », *British Journal of Social Psychology*, 42-4 (2003), p. 571-594.

précisément de sortir de l'ambivalence qui sous-tend tout stéréotype. Car, s'il permet de construire un modèle identitaire, il peut aussi fonctionner comme un repoussoir. L'une des questions est précisément de comprendre comment le stéréotype acquiert une valeur d'autorité et comment il est reçu comme une vérité par ses contemporains. Lorsque le stéréotype est un « fait vrai », pour reprendre le titre de l'ouvrage de Jean-Noël Jeanneney, c'est précisément parce qu'il n'est pas pensé comme un stéréotype. Le stéréotype tire sa force du fait qu'il n'est ni considéré ni présenté comme tel, mais présenté comme une donnée objective, une analyse juste du réel. Aussitôt débusqué, il perd une partie de son influence. Cette reconnaissance comme une déformation de la réalité le met à bas, puisqu'il n'est rien d'autre qu'une information fautive. Il s'agit donc moins de juger l'écart entre la réalité et le stéréotype que d'étudier la construction par laquelle il a été reçu comme une vérité, c'est-à-dire comme un outil de connaissance du réel. Dans le cas de l'Antiquité ou du Moyen Âge où l'assentiment donné au stéréotype est avant tout idéologique, cette vérité n'est pas nécessairement cognitive mais s'insère dans une représentation schématique de l'autre et du monde. Qu'il s'agisse de l'art dramatique ou des légendes, le stéréotype s'assume comme tel et ne prétend pas être autre chose qu'un code donné au spectateur, ou au lecteur, pour interpréter des réalités transformées par les récits.

Les études que nous proposons suivent deux perspectives. Un premier temps insiste sur la fonction cognitive du stéréotype. Car celui-ci peut être un vecteur de connaissance, comme ce fut le cas pour la Serbie en France au XIX<sup>e</sup> siècle. En effet, avant la construction des savoirs académiques sur le pays qui apparaissent dans la deuxième moitié du siècle, ces stéréotypes, essentiellement transmis par le mouvement romantique, sont le premier mode de connaissance de la Serbie. Les images stéréotypées nous informent ainsi sur une volonté de connaître la population serbe et sur la position française par rapport à la question d'Orient (K. Smolović). Dans le cadre d'un discours scientifique, le stéréotype est une catégorisation commode pour transmettre des savoirs et qui joue à plein régime dans le cas des topographies médicales, en pleine évolution entre la Révolution et l'Empire. Les médecins qui rédigent des topographies médicales à cette époque réinvestissent des stéréotypes régionaux et en fabriquent de nouveaux fondés sur les métiers, les classes sociales et le genre (J. Edrom).

Un deuxième temps met l'accent sur la fonction idéologique du stéréotype. Cet usage est loin d'être exclusivement contemporain, comme le montre l'exemple du théâtre athénien qui, dans le contexte conflictuel de

la guerre du Péloponnèse, utilise des connaissances partagées pour présenter un stéréotype vraisemblable, dans le but de diffuser un message politique. Deux extraits de pièces de la fin du v<sup>e</sup> siècle avant J.-C., l'un d'une comédie et l'autre d'une tragédie, permettent de voir comment les auteurs permettent une concentration des tensions politiques du quotidien, en réduisant les ennemis que sont les Spartiates à un stéréotype, pour engager l'audience à affronter la guerre de façon unie sur le plan idéologique (F. Villard). Mais le discours peut aussi s'affubler d'une certaine scientificité lorsqu'il milite pour une cause politique. Le cas du regard polonais sur les Serbes de Lusace dans le cadre d'une construction du panslavisme de la Pologne dans les années 1940 permet d'approfondir cet aspect. Dans l'Europe d'après-guerre, la représentation stéréotypée des Serbes de Lusace chez les Polonais est avant tout un prétexte pour avancer des revendications politiques (W. Griot). Le stéréotype joue alors le rôle de code dont la valeur idéologique est assumée. Cette fonction se retrouve dans le cas de l'hagiographie médiévale, genre littéraire normatif dont le recours aux motifs stéréotypés est systématique. Ainsi, les hagiographes du xi<sup>e</sup> et xii<sup>e</sup> siècles ont « apostolisé », c'est-à-dire transformé en apôtres, des saints évangélistes de l'Aquitaine, par l'introduction de motifs stéréotypés, comme la naissance en Palestine, la fondation de diocèses, ou encore la lutte contre le paganisme, afin d'augmenter le prestige du saint fondateur de leur institution, qu'il soit un monastère ou un évêché (R. Guérin). Pour conclure, Jean-Charles Geslot reprend et rapproche ces différentes analyses, afin de souligner l'intérêt de l'appréhension du stéréotype en histoire culturelle.