Henri BOYER, dir., *Stéréotypage, stéréotypes :
fonctionnements ordinaires et mises en scène*, Tome 1
Média(tisation)s

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Communication, médias, 2007, 300 p.

Corinne lehl

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/1907>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.1907

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2008

Pagination : 372-374

ISBN : 978-2-86480-952-4

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Corinne lehl, « Henri BOYER, dir., *Stéréotypage, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène*, Tome 1 *Média(tisation)s* », *Questions de communication* [En ligne], 13 | 2008, mis en ligne le 01 juillet 2010, consulté le 08 avril 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/1907> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.1907>

Ce document a été généré automatiquement le 8 avril 2021.

Tous droits réservés

Henri BOYER, dir., *Stéréotypage, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène, Tome 1 Média(tisation)s*

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Communication, médias, 2007, 300 p.

Corinne lehl

RÉFÉRENCE

Henri BOYER, dir., *Stéréotypage, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène, Tome 1 Média(tisation)s*. Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Communication, médias, 2007, 300 p.

- 1 Ce volume est le premier d'une série de cinq consacrée aux processus de stéréotypisation qui travaillent des univers langagiers aussi divers que les discours médiatiques et identitaires, éducatifs ou artistiques. Bienvenue chez les stéréotypologues ! Le tome 1 aborde le stéréotypage à l'œuvre dans la presse française ou étrangère, dans la publicité mass-médiatique ou haut de gamme, dans les discours politiques sur les immigrés et leurs pays d'origine ou la gamme inépuisable des stéréotypes discursifs et visuels sur les femmes ou les pays lointains. Citons à titre d'exemple la contribution d'Éléonore Yasri, « Quand les journaux français mettent en scène la Turquie » (pp. 283-296), ou l'étude de Stéphanie Perrouty-Perret sur les « Stéréotypes culturels associés aux fragrances... » (pp. 263-271), ou encore, sous la plume de Jean-Paul Honoré, « Le Japon de *L'Équipe* » (pp. 151-161).
- 2 Les actes du colloque *Stéréotypages, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène* qui s'est déroulé du 21 au 23 juin 2006 à l'université Paul-Valéry Montpellier 3, proposent une approche pluridisciplinaire où se trouvent confrontés - juxtaposés serait plus exact - divers champs disciplinaires (linguistique, sociologie, science politique,

sciences de l'information et de la communication, didactologie, etc.). Les sciences du langage (sociolinguistique, sémiotique, analyse du discours) sont particulièrement présentes pour la compréhension des modes de production des discours stéréotypés. Ce volume permet de prendre conscience de la prolifération contemporaine des stéréotypes et des multiples enjeux symboliques qu'ils présentent pour le meilleur (cohésion sociale) ou pour le pire (idéologies sectaires), dans la société de communication post-moderne : campagne de lutte contre la discrimination sur le marché du travail, mises en opinion médiatisées de la « crise des banlieues », sida et presse, etc. Dans ce tome consacré aux médias (publicités, sports, discours autorisés, images sexo-typées des femmes, stéréotypage des « minorités »), c'est essentiellement le domaine français ou francophone qui est étudié. Sans viser l'encyclopédisme, on peut regretter toutefois l'absence de contributions sur les classes dominantes, à moins de faire l'hypothèse que précisément les dominants ont le pouvoir médiatique de contrôler les stéréotypes qui pourraient circuler à leur sujet. On s'étonne surtout de la minoration de deux problèmes majeurs, l'un proprement linguistique, l'autre plus ethnologique. Depuis longtemps, les linguistiques de l'énonciation ont mis l'accent sur la polyphonie constitutive des discours dans tous les domaines de la vie verbale courante : « Un énoncé vivant ne peut manquer de toucher à des milliers de fils dialogiques vivants, tissés par la conscience socio-idéologique [...] et de participer activement au dialogue social » (Mikhaïl Bakhtine, *Esthétique et théorie du roman*, trad. du russe par Daria Olivier Paris, Gallimard/Bibliothèque des Idées, 1978). Le travail de stéréotypage gagnerait donc à être pensé plus systématiquement et plus explicitement en termes de tension entre dialogisation et monologisation, y compris dans les compromis ou les concessions socio-discursifs que les stéréotypes peuvent manifester, fût-ce à la marge.

- 3 L'autre angle qui reste mort dans ces études relève d'une sociologie de la réception ou même d'une ethnographie des interactions et des logiques différenciées d'appropriation : « L'élite, émue par le "bas niveau" des canards ou de la télé postule toujours que le public est modelé par les produits qu'on lui impose. C'est là se méprendre sur l'acte de "consommer". On suppose que "assimiler" signifie nécessairement "devenir semblable à" ce qu'on absorbe, et non le "rendre semblable" à ce qu'on est, le faire sien, se l'approprier ou réapproprier » (Michel de Certeau, *L'Invention du quotidien, I, Arts de faire*, Paris, UGE, 1980). Ce déficit de réalisme culturel expose toujours à des clichés misérabilistes qui parasitent l'analyse : « miroir aux alouettes », « dérapages médiatiques », « influence persuasive », etc., comme on lit dans quelques titres de ce recueil. C'est faire peu de cas, par exemple, des travaux des historiens de la réception culturelle (Roger Chartier, *Culture écrite et société*, Paris, A. Michel, 1996) et plus encore des sociologues des usages réels des médias par leurs consommateurs mêmes. En effet, il y a tout lieu de penser avec Richard Hoggart (*La Culture du pauvre*, trad. par Jean-Claude Passeron, Paris, Éd. de Minuit,
- 4 1970) que les classes populaires manifestent aussi, par rapport à l'offre médiatique des stéréotypes, « une attention oblique ou distraite » (ibid., p. 216), une « adhésion à éclipses » (ibid) sur fond de scepticisme narquois ou d'indifférence lassée. C'est également éluder la question anthropologique des fondements, voire des fonctions langagières qui contribuent à la formation des stéréotypes en tant que lieux communs façonnés par les interactions, y compris à l'intérieur des stratifications sociales : langage métaphorique de reconnaissance identitaire (l'entre-soi), expression de différenciation ou de distinction, discours au second degré, ironie, pastiches,

autodérision « critique », etc. Lieux communs qui participent de la construction des sociabilités quotidiennes, culturelles et politiques, bien sûr, mais qui demandent à être interrogés dans leurs usages et non pas seulement dans leur utilisation idéologique duale (sujets/objets). Aussi nous semble-t-il que la stéréotypologie gagnerait en pertinence scientifique à s'intéresser aux usages pratiques et symboliques des stéréotypes, et ne pas trop souvent se cantonner aux descriptions formelles du stéréotypage, fussent-elles riches et animées d'une volonté de désaliénation. Un prochain colloque ?

AUTEURS

CORINNE IEHL

CRAL EHESS Paris, ciehl@club-internet.fr