

Stéréotype et cliché, de la banalité à la production des sens : un essai d'exposé

Stereotype and cliché, from banality to the production of the senses: an expository essay

Bini Kouamé PRAO*
Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire
biniprao@gmail.com

Received: 11./11/2023

Accepted: 07/12/2023

Published: 31./01/2024

Résumé

Le présent article s'est intéressé au stéréotype et au cliché en tant que phénomènes de langage contribuant à la construction du ou des sens des textes et cela, en dépit de la connotation péjorative qui leur est constitutive. Sans prétendre reconstituer le parcours de leur évolution respective, il en donne une présentation qui expose comment, de la périphérie des faits argumentatifs, le discours préconstruit qu'ils concentrent en est devenu un élément central, de nos jours. Ainsi, notre analyse s'inscrit dans une démarche inventaire opérant en trois étapes différentes mais solidaires.

Mots clés : Stéréotype, cliché, préjugé, idée reçue, préconstruit.

Stereotype and cliché, from banality to the production of the senses: an expository essay

Abstract

This article has focused on stereotypes and cliché as language phenomena contributing to the construction of the meaning(s) of the texts and this, despite the pejorative connotation which constitutes them. Without claiming reconstruct the course of their respective evolution, it gives a presentation which exposes how, from the periphery of the argumentative facts, the rebuilt discourse they focus has become a central element these days. Thus, our analysis is part of an inventory approach operating in three different but united stages.

Keywords: Stereotypes, cliché, bias, received ideas, prebuilt.

* **Corresponding author**

INTRODUCTION

En tant qu'éléments de langage, le stéréotype et le cliché témoignent globalement de tout ce qui a trait au déjà-proféré. Pour cela, ils sont non seulement considérés comme équivalents, dans bien des cas, mais tendent aussi et surtout à concentrer et même à se substituer à la plupart des autres concepts qui rendent compte de certains aspects du déjà-dit, à savoir le préjugé, le lieu commun, l'idée reçue, etc.

Cette situation rend difficile toute tentative d'appréciation véritable de chacun d'eux, indépendamment de sa valeur notionnelle. Cela signifie que si chacune de ces notions existe en tant que terme signifiant, c'est qu'il a une ou des caractéristique(s) qui permet(tent) de le situer dans sa particularité en l'éloignant de sa valeur conceptuelle, où il peut faire l'objet de plusieurs manipulations en raison de la diversité des champs qui s'y intéressent. Ce qui devrait permettre de comprendre leurs contributions à la dynamique argumentative.

L'article-ci vise à souligner aussi bien certains aspects qui amènent à confondre ces concepts qu'à situer ce qui particularise leur emploi. Ainsi, nous examinerons les caractéristiques communes au stéréotype et au cliché, puis nous relèverons, dans une démarche qui précise leur spécificité, les relations que ces concepts entretiennent respectivement avec le préjugé et l'idée reçue, avant de nous attarder sur leur apport à la construction du ou des sens dans le discours.

1. De la synonymie entre le stéréotype et le cliché

Sous cette rubrique, nous présentons certains traits des concepts susvisés, notamment leur origine et leur référent linguistique, qui justifient leur rapport à caractère égalitaire ou identitaire.

1.1. Une communauté d'origine

Le substantif «stéréotype» vient du grec «*stere(o)*» et «type ou typie» signifiant, tour à tour, «solide» et «impression». Littéralement, il peut se traduire par «impression de formes solides». Concrètement, le stéréotype renvoie, en imprimerie d'où il tire son origine, à un procédé de reproduction à l'identique des formes par moulage comme l'atteste le dictionnaire Le Petit Larousse. Celui-ci l'appréhende en effet comme un «*cliché typographique obtenu par coulage qui permet la reproduction de formes imprimantes au moyen de flancs*». Cette méthode implique, aux termes du dictionnaire susmentionné, la répétition des mêmes gestes pour obtenir des figures aux contours définis, donc fixes.

Considéré comme fait de langue, le sens qu'il revêt aujourd'hui se rapporte de manière symbolique à ce mode de production littéraire qui se pose comme une référence culturelle. C'est pourquoi, citant Ruth Amossy, (Mosbah Saïd, 2 : 2011) soutient que «*de la standardisation industrielle, [le stéréotype] passe à la mécanisation de la production culturelle*». A ce niveau, le cadre de référence varie. Alors que le dictionnaire Le Petit Robert en fait une idée ou une «*opinion toute faite, réduisant les singularités*», Le Petit Larousse le considère, lui, comme un fait de langue ou une «*formule banale*».

Pour ce qui est du «cliché», il partage avec le stéréotype son origine typographique. Il correspond au nominal provenant du verbe «clicher» qui, dans le langage de l'imprimerie, signifie «préparer un cliché». Quant au nom «cliché», lui-même, il désigne, dans le même domaine et d'après Le petit Larousse illustré, «un nouveau procédé de reproduction en masse d'un modèle fixe : c'est le procédé du clichage ou de la stéréotypie, qui remplace la composition par caractères mobiles.» Ainsi, l'acte induit par le verbe «clicher» se caractérise par une reproduction d'un objet aux pourtours préconstruits.

Lorsque le mot trouve usage en photographie, où il sera intégré, sa définition ne se démarquera pas profondément de la précédente; là, il se rapporte, selon les termes du dictionnaire précité, au «*néгатif à partir duquel on peut tirer un nombre infini d'exemplaires*» d'images. Comme on l'aura remarqué, il est également question d'un acte reproductif, consistant à dégager d'une forme plusieurs modèles identiques. D'où la fixité et la reproduction apparaissent comme des traits distinctifs du cliché qui, pour cette raison, se rapproche et se confond même avec le stéréotype. Cela signifie que pris comme fait de langue, le cliché va se rapporter à une formule toute faite, à caractère répétitif.

Le «stéréotype» et le «cliché» entretiennent alors, par leur origine typographique commune, une communauté de sens, selon laquelle ils se rapportent à des idées ou formules itératives. Mais, cette communauté originelle n'est pas le seul point de partage entre ces concepts; ils ont également la particularité de renvoyer, en tant que fait de langue, à une même réalité.

1.2. Une similitude référentielle

Récupérés dans l'étude de la langue et du langage, le stéréotype et le cliché vont être utilisés pour traduire une réalité unique : celle de concentrer la plupart des formes du déjà-pensé ou, plus précisément, du déjà-dit.

Le déjà-proféré dont il s'agit est saisi plus exactement sous l'appellation de «préconstruit», notion introduite en Analyse du Discours par (Michel Pêcheux, 88-89 :1975) qui la définit comme «*ce qui renvoie à une construction antérieure, extérieure, en tout cas indépendante par opposition à ce qui est «construit» par l'énoncé*». Autrement dit, ce concept équivaut à une manière d'insérer subtilement des formules dans la structure d'une phrase où elles perdent leur statut d'éléments intégrés pour paraître comme s'y trouvant au départ.

Toutefois, il importe de préciser que longtemps avant Pêcheux, le phénomène de langage qui consiste en la reprise, dans un discours, d'idées ou de tournures pré-employées et que la conscience collective de notre époque nomme stéréotypes ou clichés, a fait l'objet d'une réflexion dans l'Antiquité grecque, dans le cadre de la Rhétorique ou art de persuader et/ou convaincre par la parole. Aristote, qui en est un des artisans majeurs, est parti de la notion de doxa, qu'il appréhende comme un ensemble d'évidences partagées ou une opinion commune se rapportant à une société, pendant une période donnée ; lesquelles évidences sont charriées de manière consciente ou non par le discours. En termes différents, la doxa renvoie, selon (Amossy, 94 :2000a), à un «*savoir partagé des membres d'une communauté à une époque donnée*». Ce qui suppose que les sujets engagés dans une interaction verbale sont

«tributaires des représentations collectives ou des évidences qui sous-tendent leur discours. C'est voir leur parole comme modelée par ce qui se dit et se pense autour d'eux, parce qu'ils observent

souvent à leur insu, parce qu'ils prennent pour évident sans pouvoir en rendre compte, (Amossy, 94 :2000b)). »

Cela veut dire que la doxa a une particularité qui est qu'elle revêt un contenu de vraisemblance qui fonde le discours. Elle fournit alors des points d'accord susceptibles de se créer à propos d'une question réunissant des hommes de bon sens. C'est qu'en tant que pratique oratoire, la rhétorique admet que des choses peuvent être considérées comme correctes ou acceptables par un groupe de personnes raisonnables bien que ces choses ne puissent se présenter comme des vérités ou se prêter à une démonstration quelconque.

Aristote établit, comme le souligne (Amossy, 90 : 2000c) « dans cet horizon de pensée la notion d'endoxon comme ce sur quoi peuvent s'accorder tous les hommes, ou tout au moins la plupart d'entre eux, ou encore les sages ». Reprenant à son compte et synthétisant l'acception aristotélicienne de l'endoxon, (Von Moos, 7 : 1990) fait remarquer que les « endoxa sont donc des opinions suffisamment acceptables (le contraire positif des adoxa et paradoxa, opinions honteuses ou problématiques) et ils reposent sur un consensus général ou du moins représentatif ». Von Moos résume par ce propos le postulat de l'approche de l'endoxon, proposé par Aristote, et qui est que le vraisemblable ou l'acceptable qui le caractérise tire sa légitimité de l'autorité; elle-même provenant de la tradition (ou ce qui est admis par la coutume) et, alternativement, l'avis ou le jugement de la majorité et celui d'un ensemble de personnes considérées comme compétentes, donc habilitées à parler au nom et la place de tous.

Ainsi, l'Antiquité se donne, aux dires d' (Amossy, 99 : 2000d)), une « culture civique et rhétorique qui fait confiance au consensus, au « discours collectif » » qui, de nos jours, est indifféremment désigné par les vocables stéréotype ou cliché, considérés alors comme des synonymes. Mais, cette considération ne prévaut pas toujours entre le stéréotype et le cliché, l'un étant préféré à l'autre selon certains domaines de connaissance.

2. Du fondement de l'identité épistémologique propre au stéréotype et au cliché

Notre préoccupation, dans cette rubrique, est de présenter des situations où l'usage du stéréotype est préféré à celui de cliché et vice versa, chacun d'eux faisant office de notion dynamique et transversal.

2.1. Les sciences sociales et la préséance du stéréotype

En tant que discours collectif, le préconstruit intègre le champ des sciences sociales, au XX^e siècle et par les soins de Walter Lippmann. Sous l'appellation de « stéréotype », terme forgé au siècle d'avant et qu'il emprunte au langage ordinaire, ce publiciste américain désigne, selon (Amossy et Herschberg, 29 : 2011a)), « les images dans notre tête qui médient notre rapport au réel ». Il s'agit plus précisément de représentations toutes faites préexistantes qui permettent de faire face au réel en le filtrant pour en retenir ou conserver ce qui paraît indispensable dans une situation d'échange verbal donnée.

Or le réel est indissociable des différentes relations dans lesquelles sont engagés les humains, d'où l'importance du stéréotype dans les rapports interhumains. N'ayant en effet « ni le temps ni la possibilité de se connaître intimement, chacun note à propos de l'autre un trait qui caractérise un type bien connu et remplit le reste au moyen des stéréotypes qu'il a en tête : l'ouvrier, le propriétaire, l'institutrice, le Noir », (Amossy et Herschberg, 29 : 2011b)). Plus clairement, les auteurs du propos ci-dessus soulignent le

caractère aussi bien inévitable qu'indispensable du stéréotypage ou de l'acte consistant à stéréotyper. Dès lors, Lippmann théorise, le concept de stéréotype qui se donne comme un fondement empirique du phénomène du préconstruit.

La voie ouverte par le publiciste va être explorée, tout de suite, par des psychologues d'inspiration nord-américaine, notamment de son courant dit social. Se donnant en effet comme «*la science de l'interaction et des relations dans toutes leurs acceptions*», (Maisonneuve, 11 : 1996) ou bien saisie comme «*l'étude des relations et processus de la vie sociale*», à en croire (Fischer, 14 : 1996a)), la psychologie sociale va appréhender scientifiquement le concept de stéréotypes sous certains aspects dont ses caractères réducteur et nocif.

Se fondant en effet sur l'idée de schématisation et de catégorisation (Tajfel, 1972) qu'autorise le stéréotype chez l'individu dans l'appréciation qu'il a de lui-même et de l'autre, ses contestataires estiment qu'il simplifie la réalité. Le stéréotype amputerait, de ce fait, au réel certains de ses aspects qui pourraient se révéler indispensables pour une appréciation plus objective de ce réel. Par conséquent, il se présente, dans les rapports à autrui, comme un moyen favorisant une perception schématique et déformée de l'autre; il peut conduire à des préjugés également et devient, dans ce cas, source de tensions et de conflits. C'est pourquoi ces théoriciens essaient de cerner le concept dans une perspective qui en souligne le caractère nuisible.

2.1.1. De la mutation du stéréotype en préjugé

Des stéréotypes, (Jahoda, 694 : 1964) retient ce qui suit :

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

Quant à (Fischer, 133: 1996b)), il les appréhende comme des «manières de penser par clichés, qui désigne les catégories descriptives simplifiées basées sur des croyances et des images réductrices par lesquelles nous qualifions d'autres personnes ou d'autres groupes sociaux, objets de préjugés.»

Comme on peut s'en rendre compte, la dernière des citations, ci-dessus, renferme, dans sa formulation, le vocable «cliché» dont la prise en compte pourrait conduire à un amalgame. Aussi, (Amossy et Herschberg, 30 : 2011c)) relèvent-elles à ce sujet : «*On notera en passant que le terme de cliché, qui apparaît dans certaines définitions comme synonyme du stéréotype, n'est pas retenu dans la pratique*». Outre cela, cette citation (l'avant dernière) a ceci de caractéristique qu'elle confond le stéréotype au préjugé. Cela veut dire que du champ de la pensée, le concept s'étend au domaine des attitudes et comportements.

De fait, les sciences sociales voient entre stéréotype et préjugé un lien si intime qu'elles concluent à leur identité. Ainsi, le Lexique des sciences sociales note-t-il, à propos de la rubrique «stéréotype», ce qui suit : «*Préjugé est plus courant, mais péjoratif et chargé affectivement*», (Amossy et Herschberg, 37 : 2011d)). Notons que ces auteurs reprennent une caractérisation du stéréotype que renferme le Lexique des sciences sociales de 1983). C'est dire que le stéréotype apparaît comme le synonyme du préjugé, saisi, lui, comme une attitude antagonique, manifestée envers autrui et que l'on ne saurait justifier car provenant de jugements d'a priori, «*c'est-à-dire des jugements*

[qu'un sujet porte] ou des opinions qu'il adopte avant d'avoir examiné», selon (D'Holbach, 7: 2007).

Toutefois, en dépit de la similitude entre le stéréotype et le préjugé, les psychologues intéressés par la question sont unanimes pour saisir le dernier concept dans sa trop grande accentuation sur l'émotionnel tandis que le précédent est circonscrit dans son aspect classificatoire. D'où (Amossy et Herschberg, 37 : 2011e)) peuvent soutenir que «le stéréotype apparaît comme une croyance, une opinion, une représentation concernant un groupe et ses membres, alors que le préjugé désigne l'attitude adoptée envers les membres du groupe en question.» Autrement dit, le préjugé se révèle comme une conduite nocive ou préjudiciable induite par l'image ou la représentation que l'on se fait d'un individu ou de son groupe. Plus exactement, le stéréotype tient lieu de cause d'une action défavorable (préjugé) à l'égard d'autrui; laquelle action en apparaissant comme l'effet ou le corolaire

2.1.2. De la conception tripartite du stéréotype

L'analogie entre le stéréotype et le préjugé donne lieu, dans les années 80, à une approche tripartite de la notion de stéréotype, c'est-à-dire qu'il est désormais abordé à travers ses composantes cognitive, affective et comportementale. La première se rapporte à l'ensemble des traits particuliers que l'on attribue à un groupe ou encore la représentation collective qui en circule. La suivante, qui correspond au préjugé, en réalité, représenterait la propension à évaluer défavorablement le groupe en question ou certains de ses membres. Quant à la dernière, elle serait la discrimination dont ce groupe ou quelques-uns de ses membres ferai(en)t l'objet de la part de celui qui évalue à partir du stéréotype.

A titre illustratif, considérons les entreprises de commerce transsaharien et de colonisation, mises sur pied par certains Occidentaux et dont des Africains noirs, en particulier, ont souffert durant des siècles. Ces pratiques, à caractère raciste et dégradant, commises à l'endroit du Noir, correspondent à la troisième dimension de stéréotype, à savoir celle dite comportementale. Le cognitif ou premier volet, trouverait sa justification dans le fait que les Noirs sont considérés comme des êtres formant une catégorie à part entière d'humains. Le second constituant, en rapport avec l'affectif, résiderait dans l'idée que le Noir représente un type inachevé d'hommes, il serait donc de rang inférieur dont ceux se jugeant de rang supérieur ou achevés, en l'occurrence les colons occidentaux blancs, sont en droit de disposer selon leur bon-vouloir.

C'est le lieu de relever, par ailleurs, la complexité de la tripartition du stéréotype, car s'il existe un rapport évident entre la perception, l'attitude et le comportement d'une personne, ces différents aspects ne sont pas toujours liés de manière inséparable, ainsi qu'on pourrait le croire.

On peut en effet estimer, sur la base des critères définis, que quelqu'un ou les individus d'un groupe soient différents et mêmes inférieurs à d'autres et ne pas leur opposer une antipathie ou une hostilité quelconque.

Revenant sur l'exemple qui précède, il est possible de soutenir sans se tromper qu'il a existé et qu'il existe toujours des Occidentaux pour lesquels le Noir constitue effectivement un être à part et même de valeur largement inférieure à celle du Blanc, mais qui n'ont jamais nourri et qui ne nourrissent pas l'idée de le soumettre à un esclavage ni à une colonisation. L'histoire témoigne d'ailleurs que certains citoyens du monde occidental ne se sont pas montrés indifférents face à ces pratiques abjectes et

déshumanisantes et qu'ils ont pris une part active dans les différentes mobilisations qui ont conduit à leur cessation. De même, on peut en rencontrer qui manifestent à l'égard de l'Africain noir une certaine méfiance sans pour autant le rejeter de leur milieu de vie et/ou de travail. «Ainsi Gordon Allport, dans *La Nature* (1954), estime que le stéréotype légitime souvent une antipathie préexistante plutôt qu'il n'en est la cause», notent (Amossy et Herschberg, 38 : 2011f)). En termes clairs, le stéréotype peut être évoqué comme une raison apparente d'une attitude de rejet donnée afin d'en masquer ou d'en occulter le motif réel.

Voilà exposé succinctement un cadre singulier d'usage du stéréotype où celui-ci se mue en préjugé et devient nocif alors qu'il lui était simplement reproché une propension à réduire la réalité à laquelle il s'appliquerait. Voyons ce qu'il en est du cliché.

2.2. La prédominance du cliché avec la Littérature

Le regard que porte la littérature sur le pré-asserté se traduit par l'intérêt qu'elle manifeste pour la notion de cliché que le dictionnaire Larousse considère comme une «*phrase toute faite que l'on répète dans les livres ou dans la conversation*» ou encore comme «*une pensée devenue banale.* »

Appréhendé comme procédé de langage consistant à reprendre, dans les mêmes mots, des phrases ou des propos déjà tenus, le cliché traduit des faits de style, c'est-à-dire l'aspect de l'expression qui, chez un orateur, relève de la mise en œuvre de moyens d'expression dont le choix, réfléchi ou non, découle de la réaction personnelle du locuteur en situation. Autrement dit, le style traduit la singularité, donc l'originalité du dire devant une situation donnée. C'est pourquoi le cliché qui y est lié intéresse de près le domaine de connaissance dit littéraire, en ce que celui-ci se caractérise, à travers des disciplines comme la stylistique et la poétique, par la création, au moyen du langage que l'on véhicule, sous des formes esthétiques.

De fait, la stylistique s'entend comme l'étude scientifique du style, aussi bien dans ses procédés que dans ses effets; elle s'inscrit dans le cadre global de la poétique qui, bien que se rapportant étymologiquement à la poésie, n'est pas moins une théorie générale de création littéraire. La littérature devient ainsi le domaine privilégié d'étude du cliché car elle aura désormais pour objet d'étude le style.

Cette situation va perdurer en France entre le moyen-âge et le début du siècle romantique. Elle fait d'ailleurs accorder, dans l'enseignement, une attention particulière à l'apprentissage de modèles de discours et entretient une hiérarchie entre les styles. C'est ainsi qu'au cours du siècle classique et celui des Lumières, le style dit noble conduit à la répétition de tournures ou de formules, considérées comme des formes convenables du bien-dire. La tendance est alors à l'élaboration de formulaires au sujet de traités de figures, de recueils de conseils, puis d'exemples du bien-écrire et qui sont édités ou réédités au même titre que des dictionnaires. (Amossy et Herschberg, 14 : 2011g)) relèvent cette idée en ces termes : «L'enseignement favorise toujours l'apprentissage des modèles de discours et maintient la hiérarchie des styles : le caractère sélectif du style noble ou sublime contraint le choix des tournures possibles et se prête à la répétition des mêmes formules». Ce qui inscrit le cliché comme une référence normative.

Mais le traitement et l'orientation à caractère normatif du cliché va susciter des réactions vives à son encontre car certains esprits s'accommodent mal de ce qui apparaît comme un déterminisme qui régirait l'exercice de la parole, engendrant un mimétisme au niveau des manières de parler ou d'écrire.

2.2.1. L'assimilation du concept à l'idée reçue

Forgé au siècle des Lumières, le syntagme nominal «idée reçue», qui n'avait pas de caractère figé, drainait à la fois la valeur neutre d'«*idées acceptées*» ou d'«*idées consacrées*» et celle de «*préjugés*», dans un contexte antireligieux, à en croire Herschberg. C'est ce qu'elle souligne (Herschberg, 14 : 1997a)) en affirmant que l'«expression, au XVIII^e siècle, n'est pas totalement figée : «les idées reçues» sont les idées admises, acceptées par la tradition, et dans cette perspectives, elles ne sont pas toujours critiquées. Mais elles le sont le plus souvent».

C'est au siècle suivant qu'elle (l'expression) acquiert le caractère dépréciatif et la péjoration qui lui sont rattachés, lorsqu'elle paraît, pour la première fois, dans un ouvrage, en l'occurrence Le Dictionnaire des idées reçues, de Gustave Flaubert. Sans proposer une définition de ce qu'il entend par ce syntagme, Flaubert en donne des traits distinctifs, dans une correspondance, (A Louise Colet, 16 décembre 1852), en rapport avec son dictionnaire, comme l'atteste (Herschberg, 15:1997b)) à travers ceci :

« Ce serait la glorification historique de tout ce qu'on approuve. J'y démontrerais que les majorités ont toujours eu raison, les minorités toujours tort. [...] On y trouverait donc, par ordre alphabétique, sur tous les sujets possibles, tout ce qu'il faut dire en société pour être convenable et aimable. [...] On pourrait d'ailleurs, en quelques lignes, faire des types et montrer non seulement ce qu'il faut dire, mais ce qu'il faut paraître. »

Au-delà du sens de banalité et de redite qu'elles représentent, c'est le caractère péremptoire ou injonctif des idées reçues que souligne l'auteur du propos ci-dessus. De fait, au travers de l'impératif «il faut», elles charrient l'idée d'obéissance ou de soumission à un ordre supérieur, c'est-à-dire «*l'autorité politique et sociale qui les conforte*», (Herschberg, 15:1997c)). C'est donc le conventionnalisme à caractère impératif de l'idée reçue que partage le cliché qui lui confère le statut d'un fait de style usé et pauvre, tranchant par ailleurs avec les codes esthétiques et littéraires du siècle romantique. Ce qui en rajoute par conséquent à sa dévalorisation dans la mesure où il conforte la péjoration qui lui est constitutive.

Il faut noter toutefois qu'avant le XIX^e siècle, la dénonciation du cliché avait cours. On estimait en effet que la façon de cloisonner l'expression faisait courir le risque d'une simplification de la lecture des textes à partir de constructions antérieures. En conséquence, des critiques vont être portées contre ce que François Fénelon appelle le «*style froid*», qui se traduit en poésie par le caractère conventionnel de certaines épithètes ou «*épithètes cousues*» pour la rime. Dans la même perspective, Crevier manifeste, dans «Rhétorique française», à travers le propos ci-dessous que reprennent (Amossy et Herschberg, 14 : 2011h)), sa préférence pour les épithètes qui bonifient le sens de l'énoncé : «Les épithètes vraiment estimables sont celles qui ajoutent au sens, en sorte qu'on ne peut les supprimer sans faire perdre à la phrase une partie de son mérite. [...] Nous voulons, même en vers, que les épithètes disent quelque chose».

De son côté, Nicolas Gibert met l'accent sur le mérite qu'il y a à inventer des métaphores dans le discours, ce que relève (Perrin-Naffakh, 262-263 : 1985): «Les bonnes Métaphores sont une marque de génie et d'esprit; car proprement, pour qu'elles fassent honneur, il faut que l'Orateur en soit le père et qu'il ne les tienne point d'un autre». Dit autrement, le cliché est décrié en ce sens qu'il représente un élément d'emprunt, surajouté à un discours.

Ainsi, le recours au cliché a suscité des critiques antérieures au siècle romantique, même si c'est à cette époque que se fait jour une conscience réelle du cliché, puis des reproches acerbes à son encontre.

2.2.2. Le XIX^e siècle et l'amplification de la récusation du cliché

Le regain d'intérêt pour le cliché et pour ses effets au XIX^e siècle résulte de ce que l'on pourrait appeler, en ce qui concerne les œuvres de l'esprit, la marque distinctive du romantisme. De fait, l'Europe en général et la France en particulier, étai(en)t à une ère où les mouvements artistiques et intellectuels prônaient la prévalence de la sensibilité individuelle sur la raison et les créations imaginaires sur la représentation de la nature, y compris celle de l'homme.

C'est dans ce cadre que la stylistique, discipline qui inscrit l'étude scientifique du style comme son objet et qui remplace la rhétorique dans les programmes d'enseignement, en France, s'ouvre une voie nouvelle avec Charles Bally. Celui-ci se fonde sur plusieurs faits dont deux retiennent notre attention, ici. Il s'approprie d'une part l'expression de Buffon selon laquelle le style est « *l'homme même* ». Cela signifie que toute œuvre porte l'empreinte psychique de son auteur. Il s'appuie d'autre part sur les acquis de la linguistique, à la Chaire de laquelle il succède à Saussure, à l'Université de Genève. Ainsi, se fondant sur les acquis de la linguistique saussurienne, Bally se propose de promouvoir une stylistique de l'expression, c'est-à-dire présenter une étude (par voie descriptive) des rapports unissant le langage et la pensée. Son postulat est que le langage comporte un élément expressif qui perturbe la traduction notionnelle du message, c'est-à-dire qu'une expression quelconque influence, par le timbre, la transmission d'une information donnée.

En définitive, le siècle romantique français, en plaçant l'homme au cœur de l'expression de la sensibilité, se libère de tout rationalisme, de même que des conventions normatives et prescriptives héritées de la rhétorique. (Amossy et Herschberg, 15 : 2011i)) soulignent de manière pertinente cette idée lorsqu'elles affirment:

« [...] la conscience d'une usure des mots traverse le siècle, en tout cas celui des écrivains. De Stendhal à Flaubert, la question de la singularité du dire, en vers comme en prose, accompagne la conscience d'être écrivain face à la trivialité du commun, à la bêtise du nombre, à la force envahissante de l'opinion. »

Dès lors, la critique localisée de l'expression toute faite ou du cliché prend de l'ampleur, se généralise et en retient un caractère péjoratif, en ce que celui-ci tombe sous le coup de la généralité et apparaît comme un style non original. Toutefois, des théoriciens voient dans son fonctionnement, tout comme dans celui du stéréotype, une propriété qui contribue, dans les discours, à la construction et à l'interprétation des sens.

3. Le stéréotype et le cliché au service de la production des sens

Cette section vise à présenter comment le stéréotype et le cliché, quoique relevant d'un discours préconstruit et que pour cette raison il leur est partiellement rattaché une connotation dévalorisante, ne sont pas sans intérêt. De fait, la réalité du phénomène qu'ils traduisent s'étend à des aspects du langage qui participent à la construction du ou des sens.

3.1. La relativisation de l'attitude de rejet du cliché

Dans sa critique du cliché, (Bally, 85 : 1951) admet qu'il est possible d'avoir plusieurs modes de réception de celui-ci et qu'en conséquence, il y a lieu de relativiser le jugement que l'on y porte:

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

Par cette assertion, Bally renforçait une position défendue antérieurement. Son prédécesseur sur cette voie est (Jean Paulhan, 1967a)). S'opposant au rejet du cliché, ce dernier estime que sa condamnation ne se justifie pas et que «*La Terreur dans les Lettres*», ou la posture d'incrimination systématique du discours pré-asserté en général, du cliché en particulier, se caractérise par la peur du pouvoir des mots. Cela veut dire que l'on aurait peur de ce que le langage ne soit pas apte à traduire toutes les subtilités de la pensée.

Or pour (Paulhan, 55 : 1967b)), une telle remarque «se trouve également fautive pour deux raisons opposées : soit que le cliché se trouve réinventé - d'où vient que l'auteur s'attache à sa vérité, bien plus qu'à ses mots. Soit qu'il se trouve simplement répété, habituel - et cette habitude fait que les mots y passent inaperçus». Il ressort de cette citation qu'il est impossible d'établir, dans un texte, une démarcation nette entre la parole originale et le cliché, l'écrit ou le discours étant un ensemble plus ou moins cohérent et disposant d'une logique interne.

Peut alors se comprendre la perspective de Michael Riffaterre qui s'intéresse au cliché comme à un objet d'étude. Cela signifie qu'il se propose de l'aborder indépendamment des jugements de valeur ou, plus exactement, en considération de ces jugements qui paraissent comme le témoignage d'un effet esthétique. Sa démarche vise donc à étudier l'effet du cliché qui peut certes être banal, «*rebattu mais non pas inefficace. Il ne faut pas confondre banalité et usure*», (Riffaterre, 163 : 1970). Autrement dit, le caractère répétitif du cliché ne lui enlève en rien sa force contributive dans la construction des textes, c'est-à-dire qu'il participe à une production du sens d'un texte, dans lequel le lecteur peut trouver différents repères d'interprétation.

Ainsi, tout en demeurant dans le champ de l'esthétique littéraire, Riffaterre introduit en stylistique une approche non normative du cliché en passant sous silence la dimension évaluative au profit d'un critère fonctionnel. D'où l'intérêt que portent les théories de la lecture et de la réception pour ledit concept.

3.2. Les théories de la lecture et de la réception pour un repositionnement du discours préconstruit

Pour (Amossy et Herschberg, 73 : 2011j)), le

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

Cette observation, subordonnant l'existence du cliché au sens et au calcul interprétatifs du lecteur, témoigne de la place de ce phénomène dans la production du ou des sens. Dit autrement, au lieu d'examiner un texte dans sa clôture, il apparaît efficace de l'aborder dans ses relations avec le lecteur, les modalités à partir desquelles celui-ci accepte ou dénonce les marques de banalités. La réflexion sur le cliché conduit, comme

on peut s'en être aperçu, à partir de l'examen ci-dessus, à une analyse de la réception, c'est-à-dire de la relation ou de l'interaction du texte et du lecteur.

D'ailleurs, Amossy et Herschberg estiment que l'implication du lecteur dans l'interprétation d'un texte est plus capitale encore si l'on laisse de côté la dimension littérale, où se situe le cliché pour s'intéresser au stéréotype qui est, lui, généralement disséminé dans le texte dont il contribue à la dimension de profondeur. D'où leur propos-ci : «Le cliché, en effet, affleure à la surface du discours sous la forme d'une expression toute faite immédiatement repérable: «une douceur angélique», «un teint de lait», «blonde comme les blés». Le stéréotype, au contraire, ne se laisse pas toujours saisir à la surface du texte», (Amossy et Herschberg, 73 : (2011k)). C'est dire que l'image véhiculée dans un texte, à propos d'une réalité donnée et que le lecteur est appelé à saisir ne se coule pas forcément dans des formules figées; son décryptage nécessite la prise en compte de plusieurs paramètres rendant plus complexe le travail du lecteur.

Corrélativement au lecteur par ailleurs, les théories de la lecture mettent l'accent sur la centralité des expressions toutes faites pour la lecture des textes littéraires. Ce sujet est d'une importance capitale aux yeux des spécialistes pour lesquels le texte n'existe pas en dehors du récepteur dont l'intervention est, selon eux, à même de produire les sens d'une œuvre et la poser comme un élément esthétique. Ainsi, cherchant à ébaucher les principes qui permettraient d'examiner l'interaction texte/lecteur, les théoriciens de la réception recourent à la stéréotypie. De fait, aux dires d'(Amossy et Herschberg, 77-78 : (2011)), la

« stéréotypie est ici envisagée dans le sens le plus général du terme et étendue aux macrostructures. C'est que l'objectif consiste à expliquer comment, à partir d'éléments d'ores et déjà familiers, le texte se laisse appréhender, interpréter et goûter. A ce niveau, les notions spécifiques de cliché et de stéréotype perdent leur autonomie et s'intègrent [...] dans une stéréotypie généralisée au sein de laquelle tous les niveaux contribuent à l'interaction du texte et du lecteur. »

La stéréotypie n'est donc pas le stéréotype, en dépit de leur identité étymologique. Mais elle représente un concept générique concentrant tous les phénomènes de langage qui ont partie liée avec le déjà-dit ou le pré-asserté et dont l'influence sur la production du sens est indéniable.

Pour opérer efficacement, la stéréotypie requiert du lecteur certaines aptitudes. Il doit en effet avoir aussi bien une bonne maîtrise du lexique de la langue de communication qu'une compétence encyclopédique, c'est-à-dire qu'il doit disposer du savoir nécessaire pour repérer les schèmes textuels, en les rapportant à des modèles existants déjà.

On peut alors comprendre (Dufays, 153 : (1994) pour lequel *«apprendre à lire, c'est d'abord apprendre à maîtriser des stéréotypies [ou] la «richesse» d'une lecture dépend de la quantité de stéréotypies qu'on y mobilise»*.

CONCLUSION

La préoccupation qui sous-tendait la présente étude était de relever que quoique drainant une péjoration dans leur dénotation respective, le stéréotype et le cliché restent des concepts productifs en ce qui concerne la construction et l'interprétation des sens des textes. Pour y parvenir, il était nécessaire de présenter ces concepts.

Ainsi, nous avons précisé que non seulement ils sont de même origine mais aussi et surtout ils ont, en tant que faits de langue et de langage, un référent commun, à savoir le

propos préconstruit, même si dans leurs spécificités le stéréotype ressortit aux sciences sociales alors que le cliché intéresse plus les littéraires.

En dernier ressort, nous avons souligné, à travers la notion de stéréotypie qui les réunit une fois de plus, que leur caractère rébarbatif ne les use ni les disqualifie quant à la production et au décryptage des sens des textes.

Références bibliographiques

- AMOSSY Ruth, (2000), *L'argumentation dans le discours. Discours politique, littérature d'idées, fiction*, Paris Nathan /HER, « Fac linguistique ».
- AMOSSY Ruth et HERSCHBERG Pierrot Anne, (2011), *Stéréotypes et Clichés. Langue, discours, société*, Paris, Armand Colin.
- BALLY Charles, (1951), *Traité de stylistique française*, 3ème éd., Genève, Georg, Paris, Klincksieck, vol. 1.
- D'HOLBACH Paul-Henri Thiry, (2007), *Essai sur les Préjugés ou De l'Influence des opinions sur les mœurs et sur le bonheur des hommes*, Coda.
- DUFAYS Jean-Louis, (1994), *Stéréotype et lecture*, Liège, Mardaga.
- FISCHER Gustave-Nicolas, (1996), *Les Concepts fondamentaux de la psychologie sociale*, Dunod.
- HERSCHBERG Pierrot Anne, (1997), *Le Dictionnaire des idées reçues de Flaubert*, éd. d'Anne Herschberg Pierrot.
- JAHODA Marie, (1964), « Stereotype », *A Dictionary of the Social Sciences*, London, Tavistock Publications.
- MAISONNEUVE Jean, (1996), *Introduction à la psychosociologie*, PUF.
- PAULHAN Jean, (1967), *Les Fleurs de Tarbes (1941)*, dans Œuvres complètes, t. III, Cercle du livre précieux.
- PECHEUX Michel, (1975), *Les Vérités de la Palice*, Maspero.
- PERRIN-NAFFAKH Anne-Marie, (1985), *Le Cliché de style en français moderne*, Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux.
- RIFFATERRE Michel, (1970), « Fonction du cliché dans la prose littéraire », dans *Essais de stylistique structurale*, Flammarion.
- SAÏD Mosbah, (2011), *Le stéréotype, du mot au concept : saisi à travers des concepts*, Paris, éd. Les archives contemporaines.
- TAJFEL Henri, (1972), « La catégorisation sociale », *Introduction à la psychologie sociale*, vol. 1, S. MOSCOVICI (éd.), Larousse.