



« L'autre exposition coloniale : ça, c'est Paris ! », dessin de presse signé A. Vallée, *Fontosio* [France], mai 1931.



RACISME & ANTISÉMITISME EN IMAGES

Cette exposition souhaite identifier les images qui, siècle après siècle, ont construit une culture visuelle produisant le racisme et l'antisémitisme. Les corpus iconographiques sélectionnés donnent à voir les méandres des conceptions racistes, xénophobes, antisémites ou discriminatoires et, surtout, les voies que celles-ci empruntent pour fixer stéréotypes et préjugés. Cette exposition propose de les déconstruire.

La force de ces images provient de leur capacité à ne répondre à aucune autre règle que celle de provoquer une réaction/émotion auprès de ceux qui les voient. Cet appel aux émotions s'articule aux catégorisations dont ces images sont porteuses, pour aboutir à des oppositions binaires, séparant « civilisés » et « sauvages », autochtones et étrangers, les Sarrasins et les chrétiens, les Blancs et les Noirs mais aussi les Blancs et toutes les autres minorités « non blanches » (comprenant, entre autres exemples, les Irlandais et les Italiens aux États-Unis au début du XX^e siècle), les Juifs et les « autres ». En fabriquant « types » et « catégories raciales », les images concrétisent et véhiculent des préjugés, mais aussi, dès le XIX^e siècle, des théories pseudo-scientifiques.

À partir de la fin du XVIII^e siècle, la diffusion des images se massifie, dans la presse, la peinture et le dessin, puis dans l'affiche et la photographie, jusqu'aux prolongements plus récents que sont la carte postale, les magazines, le cinéma, la télévision et, plus proches encore de nous, les réseaux sociaux. Simultanément, les discours politiques comme la publicité utilisent ces images, qui connaissent au XIX^e siècle une croissance sans précédent. L'image n'est pas neutre, ce n'est pas une simple illustration : elle est à la fois source d'histoire et partie constitutive de celle-ci. Les images antisémites, les photographies anthropologiques de femmes dénudées, celles d'exhibitions ethniques (zoos humains) sont des sources de compréhension du passé. Elles doivent être conservées, étudiées et déconstruites. Déconstruire, ce n'est pas détruire mais analyser les présupposés sur lesquels s'appuient ces images pour en comprendre le sens et rendre audibles leurs effets nocifs.

Fruits d'une culture, les images portent des messages qui touchent le plus grand nombre quand leurs auteurs savent manier l'humour, la caricature, le stéréotype, ou simplement parce qu'elles sont le reflet des idées dominantes ou de la propagande du pouvoir en place. Pourtant, à bien y regarder, les images actuelles ont presque toutes une origine. Rien de neuf, que de la répétition : l'expression change, l'imagerie change, mais pas le message.

La première partie de l'exposition s'attache aux notions et éléments d'analyse nécessaires sur le racisme, les stéréotypes, l'antisémitisme ou les préjugés ; la seconde partie aux images associées à chaque population ou groupe spécifique. Le tout permet un décodage précis et historicisé de la construction par les images de ces processus.

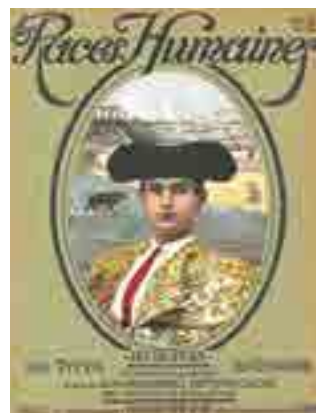
FOCUS

Le racisme en images. Déconstruire ensemble

Dans *Le racisme en images. Déconstruire ensemble* (Éditions de La Martinière, 2021), l'historien Pascal Blanchard et l'anthropobiologiste Gilles Boëtsch décryptent les différentes strates du racisme et de l'antisémitisme dans une perspective à la fois historique et culturelle, à travers l'analyse de 250 images. Car comprendre la construction de ce discours racial sur le temps long, c'est participer à sa déconstruction. Les auteurs donnent aussi la parole à une quinzaine de personnalités, dont Lilian Thuram, Abd al Malik, Leïla Slimani... : chacune livre un éclairage à hauteur de sa propre expérience, de ses connaissances, de ses convictions et de ses engagements. Une saisissante histoire visuelle et mondiale du racisme pour en maîtriser codes et représentations.



Le Racisme en images. Déconstruire ensemble, couverture du livre de Pascal Blanchard et Gilles Boëtsch, Éditions de La Martinière [France], 2021.



« Les Types, Les Mœurs, Les Coutumes », couverture de presse, *Les Races humaines* [France], 1909.

Racisme & antisémitisme

« L'homme blanc est le type qui se caractérise par une peau blanche, des yeux bleus, des cheveux bruns ou noirs, une stature élevée et une intelligence supérieure à celle des autres races. Il est le type idéal de la civilisation et de la culture. »



Le favori des femmes et des enfants. *Lionel l'homme-lion né en Russie* [France], affiche signée Adolph Friedländer, 1911.



« Bons, bons petits Français » [France], chromolithographie publicitaire pour Aux Armes de France. Chaussures, 1895.

Le Chancre qui a rongé la France [France], tract-dépliant, imprimerie spéciale de l'Institut des questions juives, 1942. Ce tract antisémite a été diffusé à l'occasion de l'exposition itinérante « Le Juif et la France ». L'araignée est l'un des animaux utilisés en caricature pour symboliser les Juifs, comme la pieuvre. Elle suggère immédiatement la prédation, la manipulation, l'accaparement.



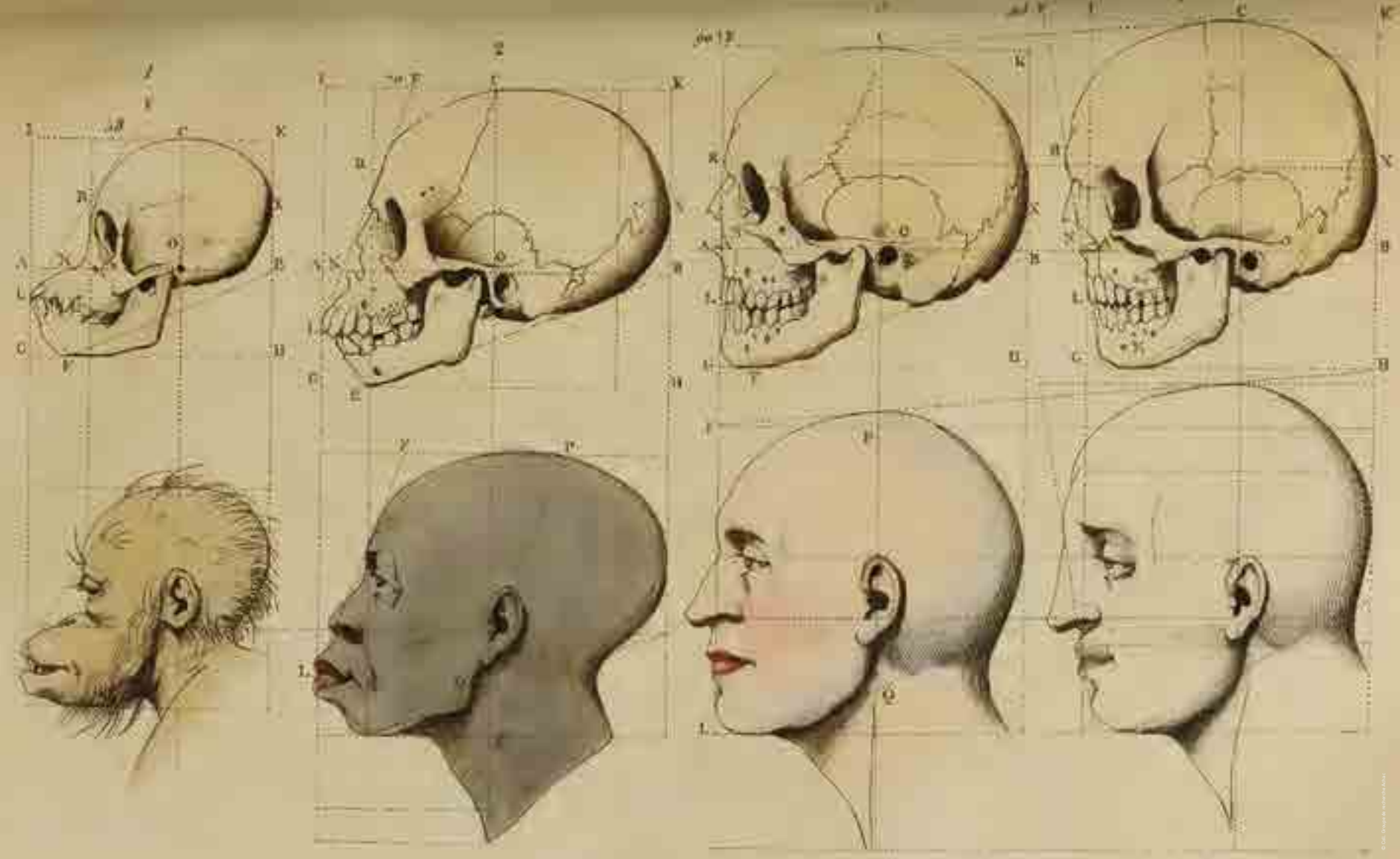
Stéréotype & xénophobie

« Un stéréotype est une représentation simplifiée et généralisée d'un individu ou d'un groupe de personnes. Il est souvent basé sur des préjugés et des idées reçues. Les stéréotypes peuvent être positifs ou négatifs, mais ils ont tendance à être négatifs. Ils sont souvent utilisés pour expliquer ou justifier des comportements ou des attitudes. Les stéréotypes peuvent être très nuisibles, car ils peuvent conduire à la discrimination et à la violence. »



“ [C'est] la valorisation, généralisée et définitive, de différences, réelles ou imaginaires, au profit de l'accusateur et au détriment de sa victime, afin de justifier une agression ou un privilège.”

Albert Memmi, *Le Racisme*, 1982



« Phrénologie. Détermination de l'angle facial de Camper », illustration de Félix-Édouard Guérin-Ménéville, *Dictionnaire pittoresque d'histoire naturelle et des phénomènes de la nature* [France], 1833-1834.

IMAGES DE LA « RACE » & DE LA « HIÉRARCHIE DES RACES »

Sans l'invention de la « race » comme marqueur d'une pseudo entité biologique au dernier tiers du XVIII^e siècle, l'image raciste n'existerait pas. Déjà au cœur des discours savants européens qui émergent à partir du XVI^e siècle, l'idée de « race » est censée désigner, recenser et classer les différences physiologiques et morphologiques observables à travers le monde. Dans la volonté d'élaborer un savoir à prétention scientifique, les diversités corporelles sont déclinées en phénotypes dans le dernier tiers du XIX^e siècle visant à caractériser peu à peu la nature de l'« autre ». Au Moyen Âge, la littérature et l'iconographie commencent à distinguer les peuples européens (Germaines, Saxons, Celtes, Francs, Ibériques, Gaulois...) des populations non européennes (Maures, « Nègres », Ottomans, Chinois...), mais cette dichotomie du monde s'appuie sur des différences culturelles, et la couleur de la peau demeure secondaire.

Ce processus est commun à toutes les sociétés, cultures et civilisations, de toutes les époques, mais il prend une nouvelle dynamique lorsque se structure en Europe à la fin du XVI^e siècle un discours distinguant les « races », sans que celles-ci ne soient encore comprises comme des entités biologiques. La « race » désigne aussi bien des « peuples », des « nations » ou des aires géographiques. Cherchant son identité « unificatrice », l'Europe chrétienne exclut régulièrement les musulmans et les juifs. Mais lorsque les Européens quittent l'Europe, ils exterminent (les Amérindiens) ou réduisent en esclavage (les Africains subsahariens). À partir de la Renaissance, le terme *generatio* (« race ») devient usuel, mais sans caractère discriminant, jusqu'à ce que plusieurs savants établissent un classement en cinq grandes « races » humaines, dans le dernier tiers du XVIII^e siècle.

Au cœur de cette construction, l'iconographie entre dans le jeu du savoir, devenant une « preuve » scientifique de la différence raciale. La majorité des savants établissent leur système de classification sur la représentation de la différence, en particulier sur l'apparence et la couleur de peau des peuples ou leur morphologie, car le modèle de la statuaire grecque représente alors le corps blanc comme modèle de la perfection esthétique. Par la suite, Arthur de Gobineau dans son livre *Essai sur l'inégalité des races humaines* (1853-1855) établit un récit sur une supposée hiérarchie des civilisations reposant sur les « inégalités raciales ». Le monde éducatif s'en empare à son tour : les « races humaines » sont représentées dans des manuels scolaires comme *Le Tour de la France par deux enfants* (1877) de G. Bruno.

Le XX^e siècle poursuivra l'application concrète des théories racistes les plus extrêmes sur des populations infériorisées. La mise en place des empires coloniaux par les Européens s'appuiera sur les « inégalités raciales » entre colons et colonisés, puisant dans les récits et les imaginaires différentiels construits au cours des deux siècles précédents. Le regard n'est pas innocent, il fabrique la différence et fixe l'apparence. Dans cet univers visuel, la référence à la figure antique redevient la référence : le beau est ici, il est blanc, le difforme est ailleurs.



Hiérarchie et typologie

À partir de 1800, les savants ont cherché à classer les races humaines en cinq grandes catégories : les Européens, les Asiatiques, les Américains, les Africains et les Australiens. Cette typologie a été utilisée pour justifier la supériorité des Européens et leur rôle civilisateur dans le monde. Elle a également servi à expliquer les différences culturelles et sociales observées entre les peuples.



« La Toilette du Petit Nègre ! » [Algérie], carte postale d'après un dessin de Chagny, c. 1905.

IMAGE POSITIVE

Anténor Firmin, De l'égalité des races humaines

En 1885, Anténor Firmin publie *De l'égalité des races humaines. Anthropologie positive, en réaction à l'Essai sur l'inégalité des races humaines* du comte de Gobineau, dans le but de porter un autre regard sur l'histoire du peuple noir depuis l'Égypte jusqu'à Haïti. En 1900, il est nommé ambassadeur d'Haïti en France, puis il s'engage pour son pays et contre la tutelle sur celui-ci des États-Unis ou la présence coloniale de l'Espagne dans les Caraïbes. Son livre est un des rares exemples d'ouvrage qui conteste alors la hiérarchie des races.



FOCUS

Farini et les « Sauvages »

Un Européen, coiffé d'un haut-de-forme, domine, avec une apparente bienveillance, quatre enfants et deux adultes en parures ethniques, venus des colonies... La photographie est composée comme un tableau dont la mise en scène ne laisse rien au hasard. Le paternalisme colonial est ici évident. On connaît l'identité de cet Européen : l'imprésario Guillerma Farini. Les figurants africains à ses pieds sont, quant à eux, désignés sous le terme générique d'« Earthmen » (hommes premiers), pour renvoyer à une origine préservée de la civilisation et du progrès apportés par l'Occident.



Guillerma Antonio Farini avec ses Earthmen [Grande-Bretagne], photographie de studio (à l'occasion de l'exhibition de ces hommes et enfants au Royal Aquarium à Londres), 1884.

Classification

Les peuples sont classés en cinq grandes races : les Européens, les Asiatiques, les Américains, les Africains et les Australiens. Cette classification est basée sur des critères morphologiques et physiologiques.

« Tous les hommes sont dotés des mêmes qualités et des mêmes défauts, sans distinction de couleur ni de forme anatomique. Les races sont égales. »

Anténor Firmin, *De l'égalité des races humaines*, 1885



« Bonne année » [Guinée française [actuelle République de Guinée]], carte postale, Éditions du Comptoir parisien, 1903.



« Les transporteurs aux colonies. Maroc : Le chameau » [France], carte postale, éditée par les Grands magasins de la Samaritaine, 1932.

IMAGES, STÉRÉOTYPES & TYPOLOGIES

Le stéréotype est une construction structurée qui s'affirme comme une croyance collective et favorise l'identification sociale/identitaire à un groupe. Jamais neutre, il peut être mobilisé par une idéologie. En fixant une identité essentialisée pour qualifier un groupe (Arabes, Juifs, Noirs...) il contribue à la stigmatisation. Le stéréotype plonge souvent ses racines dans les profondeurs de la culture, comme c'est le cas de l'antijudaïsme chrétien ou de la focalisation sur l'« ennemi musulman » depuis les croisades. Le stéréotype devient une « vérité » difficilement interrogeable, mais il peut être altéré, disparaître (ou être remplacé par un autre stéréotype) puis réapparaître, en fonction des situations historiques. Ainsi, les crises xénophobes reviennent régulièrement dans l'histoire du XX^e siècle en France, aux moments de crises sociales et économiques, favorisant la réactivation d'un « bouc émissaire », qui peut être l'étranger ou l'« étranger de l'intérieur » (le Juif, le franc-maçon...). De nos jours, en Europe, les stéréotypes régionaux s'effacent avec le temps et l'unification des identités nationales, les stéréotypes nationaux se folklorisent, tandis que les stéréotypes de genre et de couleur de peau n'ont jamais été aussi présents.

Si certains stéréotypes peuvent sembler « positifs », ils sont généralement utilisés pour marquer la distance : par exemple, une « femme exotique » apparaît naturellement comme « inférieure » parce qu'appartenant à la « nature » donc à la « sauvagerie » ; mais en même temps, elle peut être une femme exotisée et érotisée et devenir un objet de consommation sexuelle. Le stéréotype se fixe dans des consciences collectives, s'appuyant sur des fantasmes et idées reçues.

Les stéréotypes « raciaux » constituent une forme particulière du stéréotype, qui insiste sur la corporalité, les traits physiques et les morphotypes, légitimant *in fine* une domination « naturelle » de la « race supérieure » sur les « races inférieures ». Ces stéréotypes se retrouvent dans les discours savants sur la « race » depuis la fin du XVIII^e siècle, contribuant à fabriquer un monde catégorisé, où chacun doit être à sa place.

La croyance dans la réalité des « races » sera déconstruite par les généticiens et les anthropologues dans la seconde moitié du XX^e siècle. Néanmoins, au-delà de ces débats alimentés surtout par les scientifiques, les stéréotypes ne disparaissent pas, car ils ont été nourris par des discours idéologiques d'extrême droite, ont pénétré peu à peu les inconscients et perdurent bien au-delà de leur diffusion initiale. Le dessin en est le vecteur par excellence, car il permet de déformer les traits humains. Le stéréotype réduit l'« autre » à sa « race », à son « folklore », à une catégorie. La loi condamnera très tardivement les dessins et propos racistes. En France notamment, il faudra attendre 1939 pour qu'un décret-loi pénalise ce racisme explicite dans la presse.



En route vers Zanzibar [États-Unis], affiche du film de Victor Schertzinger, 1941.

FOCUS



« Arrêtez ! Le grand chef prendra son petit déjeuner au lit ! » [France], carte postale, éditée par M. D., 1957.

Civilisés/Sauvages

Le stéréotype fonctionne avec des codes et des référents précis qui se répètent pour devenir des symboles immédiatement lisibles : les yeux en boule de loto pour symboliser le « caractère enfantin » et la « faible intelligence » des Africains ; la nudité des corps pour souligner la proximité avec le « monde animal » ; le collier d'os ou de perles pour rappeler que ce sont des « Sauvages » ; une sexualité débridée ; les bouches démesurées et de grosses lèvres pour rappeler qu'ils sont cannibales avec l'inévitable marmite... Tous ces éléments fabriquent un personnage « noir » correspondant à un type, alors que le personnage féminin blanc est, lui, sans signe distinctif, aux proportions avantageuses et dont la nudité souligne au contraire la vulnérabilité... et la beauté.



« Les Juifs par Raymond A. Dior », couverture de presse, Le Crapouillot [France], septembre 1936.



« Nos Marins [Fescale à Bizerte]. Chez la belle Fatma. La danse du ventre » [France], carte postale d'après un dessin de A. P. Jarry, 1914.



Difendila! Potrebbe essere tua madre, tua moglie, tua sorella, tua figlia [Défends-la ! (Ça pourrait être ta mère, ta femme, ta sœur, ta fille)] [Italie], affiche de propagande signée Gino Boccasile, 1943.



Le cannibale

Le cannibale est un être, mais ce n'est pas un être humain. C'est un être animal, un être sauvage, un être primitif, un être inférieur à l'homme. C'est un être qui mange de la chair humaine. C'est un être qui est capable de tuer et de manger ses semblables. C'est un être qui est capable de commettre des crimes horribles. C'est un être qui est capable de devenir un monstre. C'est un être qui est capable de devenir un démon. C'est un être qui est capable de devenir un diable. C'est un être qui est capable de devenir un ange. C'est un être qui est capable de devenir un saint. C'est un être qui est capable de devenir un roi. C'est un être qui est capable de devenir un pape. C'est un être qui est capable de devenir un empereur. C'est un être qui est capable de devenir un dieu. C'est un être qui est capable de devenir un homme.



8 mars, Journée internationale des femmes [URSS/France], affiche signée Vladimir V. Stalinsky, 1962.

Universalisme

Dans cette carte postale en l'honneur de la Journée internationale des droits de la femme, les stéréotypes raciaux, la Caucasienne blonde aux yeux bleus portant un châle, la femme noire avec des bijoux en or imposants, la femme asiatique au teint hâlé et avec les yeux bridés portant un chapeau traditionnel et un col Mao, sont convoqués sur un même plan dans l'image, non pas pour afficher des singularités et discriminer, mais pour réunir. Toutes les femmes sont célébrées. C'est l'universalisme qui prime contre le sectarisme.

La mesure et la «race»

La mesure et la «race» sont des concepts qui ont été utilisés pour classer les humains en fonction de leur apparence physique. Ces concepts ont été utilisés pour justifier le racisme et la ségrégation. Ils ont été utilisés pour créer une hiérarchie sociale et pour justifier l'oppression de certains groupes. Ces concepts ont été utilisés pour créer une identité collective et pour justifier la violence contre les autres groupes. Ces concepts ont été utilisés pour créer une peur et une haine contre les autres groupes. Ces concepts ont été utilisés pour créer une division et une fracture sociale. Ces concepts ont été utilisés pour créer une injustice et une inégalité. Ces concepts ont été utilisés pour créer une souffrance et une douleur. Ces concepts ont été utilisés pour créer une mort et une destruction. Ces concepts ont été utilisés pour créer un monde meilleur et plus juste.



“ Tous les jugements généraux sur les qualités intrinsèques, innées d'un peuple ont pour moi une odeur de racisme.”

Primo Levi, entretien, 1986



« Que veulent-elles ? OXO » [France], dépliant publicitaire (deux volets) pour le cube de bouillon OXO, 1913. Marque créée en 1899 en Angleterre par la Liebig's Extract of Meat Company.

IMAGES, CARICATURES & FACIÈS

La caricature, en déformant les corps et les visages et en accentuant des détails physiques ridicules ou déplaisants, vise à critiquer et rabaisser l'« autre ». Son histoire, ancienne, remonte à l'Antiquité. S'attachant prioritairement au morphotype et au faciès, la caricature fabrique une typologie des autres qui les réduit à un ensemble de signes visuels.

À partir de la Renaissance, la caricature stigmatise prioritairement la religion (elle est alors antipapiste ou antisémite), puis s'affirme dans le domaine politique. À la fin du XVIII^e siècle (avec la Révolution française) et au début du XIX^e siècle, la caricature devient progressivement un instrument de propagande. La caricature, en déformant et en exagérant l'aspect physique – mais aussi les pratiques culturelles, réelles ou imaginées –, fixe dans l'imaginaire populaire un morphotype attribué à chaque groupe humain. En introduisant des éléments renvoyant à l'animalité, la caricature conforte un imaginaire présent dès le Moyen Âge, celui des « peuples-monstres » fréquemment déclinés dans les gargouilles des églises et dans les miniatures. Cette tradition va perdurer, notamment envers les populations colonisées ou minoritaires, qui sont régulièrement animalisées, tout comme les Juifs.

Dans sa démarche visuelle, la caricature cherche à inférioriser l'« autre » par la moquerie et à le rendre immédiatement identifiable. Des dessins explicitement xénophobes, antisémites ou racistes vont même jusqu'à traduire un sentiment de haine : anti-Asiatiques (notamment à l'encontre des Japonais), anti-Arabes ou anti-Ottomans, anti-immigrés, anti-Gitans/Tsiganes, anti-musulmans, anti-Noirs ou antisémites, mais également misogynes, anti-ecclésiastiques, anti-protestants, homophobes ou grossophobes.

Toutes les populations coloniales, non occidentales, mais aussi les minorités, sont passées au crible de la caricature : les Maghrébins et les Orientaux en Europe, les Africains-Américains, les Amérindiens et les Japonais aux États-Unis, les Aïnous au Japon, les « Pakis » (Pakistanaï) au Royaume-Uni, ou les Chinois des deux côtés de l'Atlantique. Sur une publicité-jeu en carton dépliant pour OXO, datant de 1913, la bouche ouverte de l'Antillaise porte un double message reposant sur l'ambiguïté, qu'explique le texte – « Que veulent-elles ? » : dévorer le « Blanc » (reste de cannibalisme) ou utiliser le bouillon cube OXO pour cuisiner ? Les lèvres (rouge vif) et la peau noire constituent ici les éléments percutants du jeu graphique.

FOCUS



« Les aventures des Pieds-Nickelés » [France], dessin de Louis Forton, couverture de presse, L'Épatant, 7 juillet 1932.

L'invention du « Sauvage »

Cette couverture de l'hebdomadaire L'Épatant s'inscrit dans la grande tradition de caricatures racistes, de dimension universelle, présentes à toutes les époques et se voulant « comiques ». En France, durant l'entre-deux-guerres, les Auvergnats, les Bretons, les Juifs ou les peuples colonisés font régulièrement les frais de cet humour. Dans cette image, produite peu après l'Exposition coloniale internationale de 1931, les ressorts sont doubles puisque au regard colonial se superpose le regard genré : trois hommes, vêtus à la mode coloniale, jouissent du spectacle de trois femmes à leur service. Le ton est condescendant, comme le constate l'historien Pascal Ory dans l'ouvrage *Le racisme en images*, et en créant un parallèle bouffon entre les « négresses à plateaux » et celui d'un café chic parisien, son auteur Louis Forton ramène ces femmes noires à des figures caricaturales.

Le burlesque



Le burlesque est un genre artistique qui se caractérise par l'exagération et la déformation des traits physiques et des comportements. Il est souvent associé à la comédie et à la satire. Dans l'image ci-dessus, on voit des représentations de personnages burlesques, dont un joueur de baseball et un personnage en costume sombre.



Chocolat Félix Potin. Battu et content, affiche signée Joë Bridge [France], 1922. Cette publicité représenterait l'oncle Tom des États-Unis, personnage fictif du roman *La Case de l'oncle Tom*. Le slogan « Battu et content » joue l'ambiguïté et se veut humoristique. Les références à l'esclavage sont nombreuses.



Go ahead, please. Take day off! [N'hésitez surtout pas. Prenez un jour de congé !] [États-Unis], affiche de propagande anti-japonaise de la compagnie Texaco, 1943. Alors que les ouvriers souhaitent des jours de congés, le gouvernement et les entreprises demandent à ceux-ci de produire au maximum pour la guerre et cette affiche démontre que ce sont les ennemis japonais qui veulent, par trahison, inciter les ouvriers à demander des congés. Assimilant ainsi les ouvriers demandeurs à des traîtres et des fourbes, comme les Japonais le sont selon la propagande.



Portrait de Chocolat [France], photographie de Du Guy, c. 1916.

Chocolat
Né à Cuba de parents esclaves, Chocolat (Raphaël de Lejos ou Raphaël Padilla) est devenu un clown. Il fait ses débuts à Paris sur la piste du Nouveau Cirque en 1888, avec une pantomime nautique enflammée, *La Noce de Chocolat*. C'est alors la mode des « négresses burlesques » venus d'Amérique et ce jeune Cubain à la « bouille chocolat » enflamme le Tout-Paris. En 1894, il forme, avec le clown anglais Footitt, un tandem noir et blanc célèbre qui marquera à jamais l'histoire du cirque. Appelé désormais « Chocolat », il devient une vedette nationale jusqu'à la Première Guerre mondiale, s'imposant également dans l'univers publicitaire, avant de disparaître dans le dénuement le plus total. Il est le premier grand acteur noir français.



« Par li jor d'aujourd'hui, qui est premier de l'anni, si ti en as prospiré, joie, bonheur et félicité et di cossos plein ton gourbi, por moi li plaisir mon z'am ! » [Algérie], carte postale d'après un dessin de Lobry et Ballerou, éditée par P. Satragno, 1910.



Chocolat Félix Potin. Battu et content, affiche signée Joë Bridge [France], 1922. Cette publicité représenterait l'oncle Tom des États-Unis, personnage fictif du roman *La Case de l'oncle Tom*. Le slogan « Battu et content » joue l'ambiguïté et se veut humoristique. Les références à l'esclavage sont nombreuses.

Catégories



La caricature est un genre artistique qui se caractérise par l'exagération et la déformation des traits physiques et des comportements. Elle est souvent associée à la comédie et à la satire. Dans l'image ci-dessus, on voit des représentations de personnages caricaturés, dont une femme et un homme en costume sombre.

“ C'est juste une blague ! Vraiment ? Quand l'humour alimente les stéréotypes culturels et religieux.”
Emmanuel Choquette, *Revue canadienne de science politique*, 2022



Conguitos [Petits garçons congolais], dessin de Juan Tudela Fárez, carte à jouer publicitaire pour le chocolat Conguitos [Espagne], 1962.

Nous ne fumons que le PAPIER



ABADIE

Nous ne fumons que le papier Abadie [France], affiche signée Eugène Ogé pour le papier à cigarettes Abadie, éditée par Bouquet & Barry, 1905.

IMAGES PUBLICITAIRES, HUMOUR & CULTURE POPULAIRE

La publicité Abadie créée par Eugène Ogé incarne le principe de « caricaturer pour représenter » les « races » qui peuplent l'humanité, avec un message simple : tous consomment du papier à cigarettes Abadie. Rire de l'« autre », c'est le mépriser sans le dire, c'est l'humilier sans l'avouer, c'est enfin fixer une stigmatisation dans l'ordre de la normalité des choses... puisque l'on peut en rire. Le comique des légendes d'images publicitaires, des situations, des déformations morphologiques ne peut fonctionner que si les récepteurs possèdent les clés de décodage.

Rarement mue par un sens moral, la publicité est un parfait reflet des idées reçues de son temps. Lorsqu'il y a caricature, c'est pour proposer un message porteur, afin que chacun puisse immédiatement identifier la personne représentée. Mais ce qui était accepté il y a encore deux ou trois décennies dans le monde de la publicité est devenu quasi impossible aujourd'hui.

Avec, désormais, ses interdits aussi : les Tsiganes, les Juifs et les homosexuels étaient peu « vendeurs » (hormis pour des cibles précises de consommateurs), tandis que la ménagère, la pin-up, l'obèse, une nationalité associée à un produit spécifique (le cow-boy américain de Marlboro) ou encore les personnages ethniques (un Amérindien pour des corn flakes ou un jeune enfant pour la marque Le Petit Nègre) faisaient sens pour les acheteurs. Le Noir fait vendre (hommes et femmes), comme l'Asiatique et le « Peau-Rouge » pour quelques produits spécifiques. La « Mauresque » est un genre à part entière, alors que l'Arabe, l'Aborigène, l'« Ottoman » ou l'Hindou font une apparition furtive dans quelques réclames.

Un message publicitaire joue sur la culture populaire, sur les idées reçues, sur une reconnaissance « évidente » de l'image projetée. La caricature publicitaire reconfigure les formes les plus diverses de l'image de l'« autre » avec la force de frappe de la mécanique publicitaire, qui se doit d'être efficace pour vendre. L'image la plus prégnante, en France, est assurément celle créée par Giacomo de Andreis pour la marque Banania.

La rhétorique de l'image a toutefois changé : nous sommes entrés dans l'ère post-Benetton, qui valorise la « diversité ». La législation en France (2000) comme en Europe prohibe désormais toute discrimination dans les publicités. Lorsque H&M, en 2018, fait poser un garçon « noir » vêtu d'un sweat-shirt sur lequel est inscrit « Coolest Monkey in the Jungle » (« Le singe le plus cool de la forêt »), alors qu'une seconde publicité montre un garçon « blanc » qui porte le slogan « Mangrove Jungle. Survival Expert » (« Expert en survie »), le scandale est immédiat.

FOCUS

Blanco, lave plus blanc

L'imaginaire lié à la couleur de peau est présent dans de nombreuses publicités qui s'emparent du corps (et de sa couleur) pour vendre des produits exotiques tels du café, du cirage, du rhum, du chocolat, ou, a contrario, de la lessive ou de la farine, comme ici dans cette publicité pour une lessive Blanco : le Noir s'oppose à l'ultra blancheur du Blanco. En témoignage aussi l'affiche de Joë Bridge pour le chocolat Félix Potin (1922) ou le célèbre personnage Banania, ce tirailleur-enfant tout sourire qui scande « Ya bon » (dans un langage qualifié de « petit nègre »).



« If these aren't the coolest graphics, my name isn't Yawiga Kanawi » [Si ce ne sont pas les graphiques les plus cools, je ne m'appelle pas Yawiga Kanawi] [États-Unis], publicité presse pour la Game Boy et le jeu Donkey Kong Land, 1995.



« Yo' next range should be a General Electric! » [Votre prochaine cuisinière devrait être une General Electric!] [États-Unis], publicité presse pour les cuisinières General Electric, 1935.



Lave... Blanchit... Détache... Blanco [France], affiche signée Edmond Maurus, imprimée par J. E. Goossens, 1947-1952.

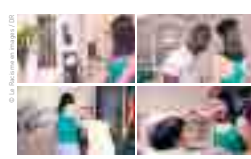


Panneau publicitaire pour la société Novoselge avec un personnage juif ultra-orthodoxe [Russie], photographie de presse [Jeps.Ru], août 2019. L'image antisémite est désormais quasi absente en Europe de l'Ouest ou aux États-Unis dans l'espace publicitaire, mais elle se retrouve encore à l'est de l'Europe ou en Russie, et de manière plus ponctuelle dans l'espace publicitaire en Asie ou en Amérique du Sud.



Marocaine Vautier [France], affiche signée André Simon pour la cigarette Marocaine, 1945.

« Couleur associée »



Mépris

Les images publicitaires véhiculent souvent des messages racistes, sexistes, homophobes, antisémites, etc. Elles sont donc à lire avec attention et à décrypter. Elles peuvent être utilisées pour vendre un produit, mais elles peuvent aussi servir à véhiculer des messages négatifs. C'est pourquoi il est important de les analyser et de les remettre en question.



Kellogg's Corn Flakes [France], affiche signée pour la marque Kellogg's, 1911.



United colors of Benetton [Italie], photographie d'Oliviero Toscani, campagne publicitaire, 1995.

« Toutes les couleurs du monde »

Sur le modèle de la première campagne publicitaire d'Oliviero Toscani pour la marque Benetton, ce portrait de groupe, sur fond entièrement blanc, présente des jeunes gens de toutes les couleurs, souriants, chacun vêtu d'un pantalon de couleurs différentes. Des couples se distinguent : une femme blanche et un homme métis, une femme noire et un homme asiatique et un couple de femmes. La marque opte pour un marketing axé sur la diversité, et ce depuis le début des années 1980. Déjà réalisée par le photographe italien, la campagne de 1984 clamait le slogan « Toutes les couleurs du monde », qui devient le nouveau nom de la marque : United Colors of Benetton.



Banania. Ya bon [France], affiche signée Giacomo de Andreis, imprimée par Bedos & Cie, 1917.

5 RACISME & ANTISÉMITISME EN IMAGES

« Mais je déchirerai les rires Banania sur tous les murs de France. »

Léopold Sédar Senghor, *Hosties noires*, 1948





« The Celluloid Corset Clasps. Side & dress steels, warranted not to rust » [Les fermoirs de corset en celluloid. Accessoires en acier, garantis antirouille] [États-Unis], publicité presse de Doener and Gunther's, 1895-1900.



« Au temps de Courbet. XIX^e siècle », série « Nos marins », carte postale d'après un dessin de Jack, éditée par M. Barré & J. Dayez, 1945.

IMAGES, ASIATIQUES & PÉRIL JAUNE

En 1909, sous le pseudonyme de capitaine Danrit, Émile Driant réédite *L'Invasion jaune*, un hallucinant récit de fiction où il imagine les « armées jaunes » déferlant dans Paris : « Derrière eux pendant qu'ils montaient vers l'Arc, l'avenue soudain se teinta d'une rosée sanglante. » Quelques années auparavant, en 1905, le magazine *Je sais tout* reprenait un passage du livre : « La Seine charrie des cadavres dans ses flots de boue et de sang... Les deux empereurs de Chine et du Japon viennent de pénétrer dans Paris... » La France découvre le « péril jaune » au tournant du siècle. En 1900, les images du siège de Pékin et de tortures raffinées attribuées aux Asiatiques font le tour du monde, jusqu'à devenir un fantasme de l'invasion possible de l'Occident par les « masses asiatiques ». Puis, en 1905, c'est la défaite inattendue infligée par le Japon à la Russie pour le contrôle de Port Arthur qui confirme la crainte du « péril jaune ». Ces Asiatiques, qu'on présentait jusqu'alors comme craintifs et soumis, se révèlent « cruels », « méprisant la mort » et, surtout, constituent une « masse déferlante ». Aux États-Unis, où l'immigration chinoise servait les intérêts économiques à la recherche d'une main-d'œuvre peu chère et docile, des émeutes anti-Chinois font des dizaines de victimes à Los Angeles en 1871 et à Rock Springs en 1885 mais aussi au Mexique (308 morts à Torreón en 1911). Ce racisme est alimenté par de nouveaux stéréotypes : les Asiatiques sont des briseurs de grève, pauvres, malchanceux, pleutres, sales. Apparaissent ainsi les quartiers chinois, comme en France dans le 13^e arrondissement de Paris, qui fabriquent l'image d'une population « secrète », « refermée sur elle-même », « inassimilable », « sournoise » et « criminelle ». Dans les visuels utilisés aujourd'hui, la communauté asiatique est la plupart du temps représentée au travail. Les Asiatiques ont en effet six fois plus de chance d'être montrés dans des scènes de travail que dans des activités de loisirs ou en famille. Et ils sont dix fois plus représentés avec un ordinateur ou un smartphone qu'en compagnie d'un membre de la famille ou un ami. Pourtant les expressions racistes les désignant ne manquent pas : « les bridés », « les niacs », « les jaunes », « les chinetoques », « les rouleaux de printemps » ou « canards laqués », « un Bruce Lee », et plus près de nous « les Pokémons ». Avec la crise du Covid, en 2020, les Asiatiques ont été désignés comme dangereux car porteurs du virus. Toujours un danger !

Femmes asiatiques et océaniques

Les femmes asiatiques et océaniques ont été représentées de manière stéréotypée et souvent dégradante dans les médias occidentaux. Elles ont été associées à des traits physiques exotiques et à des comportements jugés primitifs. Ces représentations ont contribué à renforcer les préjugés racistes et à justifier des politiques d'immigration restrictives.



FOCUS



« Place aux Jaunes » [France], carte postale d'après un dessin de A. Mille, 1905.

Place aux Jaunes
Les personnifications de la Russie, de l'Angleterre, de la France et de l'Allemagne s'enfuient à l'arrivée d'une femme japonaise (un stéréotype classique qui « réduit » l'homme asiatique à une « femme ») sur un pousse-pousse tiré par un coolie, à savoir un travailleur, un porteur. Cette carte postale véhicule le mythe du « péril jaune », selon lequel des « élites » japonaises mobiliseraient les « foules » chinoises contre l'Occident. Cette focalisation sur ce « péri » joue sur l'imaginaire d'un combat entre l'Orient et l'Occident.



L'invasion jaune par le Capitaine Danrit [France], affiche signée Georges Dutrac, Champenois imprimeur, 1905. L'affiche de promotion du livre *L'Invasion jaune* (1905) annonce la fin de l'hégémonie européenne, la montée en puissance de la Chine et du Japon. L'affiche montre ainsi une armée chinoise (la révolte des Boxers n'est pas loin) défilant sur les Champs-Élysées comme les Prussiens en 1871, de l'Arc de triomphe au Grand Palais (détruit), sur les cadavres sanglants de civils, hommes, femmes et enfants, et d'un militaire.



Keep this horror from your home [États-Unis], affiche de la War Production Board, 1942. Afin de mobiliser les Américains pendant la Seconde Guerre mondiale, la campagne du Service de la production de guerre aux États-Unis désigne explicitement l'ennemi japonais, clairement identifié, après l'attaque, en 1941, de la flotte américaine par les Japonais à Pearl Harbor : « Gardez cette horreur loin de chez vous. »



« Liberté, Égalité, Fraternité, Sécurité ! »
Le racisme anti-asiatique était jusqu'alors invisible. Il devient un véritable débat de société lorsque la première manifestation massive de la communauté chinoise sillonne la ville de Paris, en août 2016. À la suite de la mort du couturier chinois Chaolin Zhang, à Aubervilliers, des milliers de personnes scandent le slogan « Liberté, Égalité, Fraternité, Sécurité ! » et réclament une meilleure protection contre les agressions à caractère raciste. Cette dernière décennie, ce racisme qualifié d'« anti-asiatique » fait désormais l'objet d'analyses spécifiques.



Les Chinois à Paris, affiche du film de Jean Yanne signée Liz Biji, imprimerie Saint-Martin, 1974.



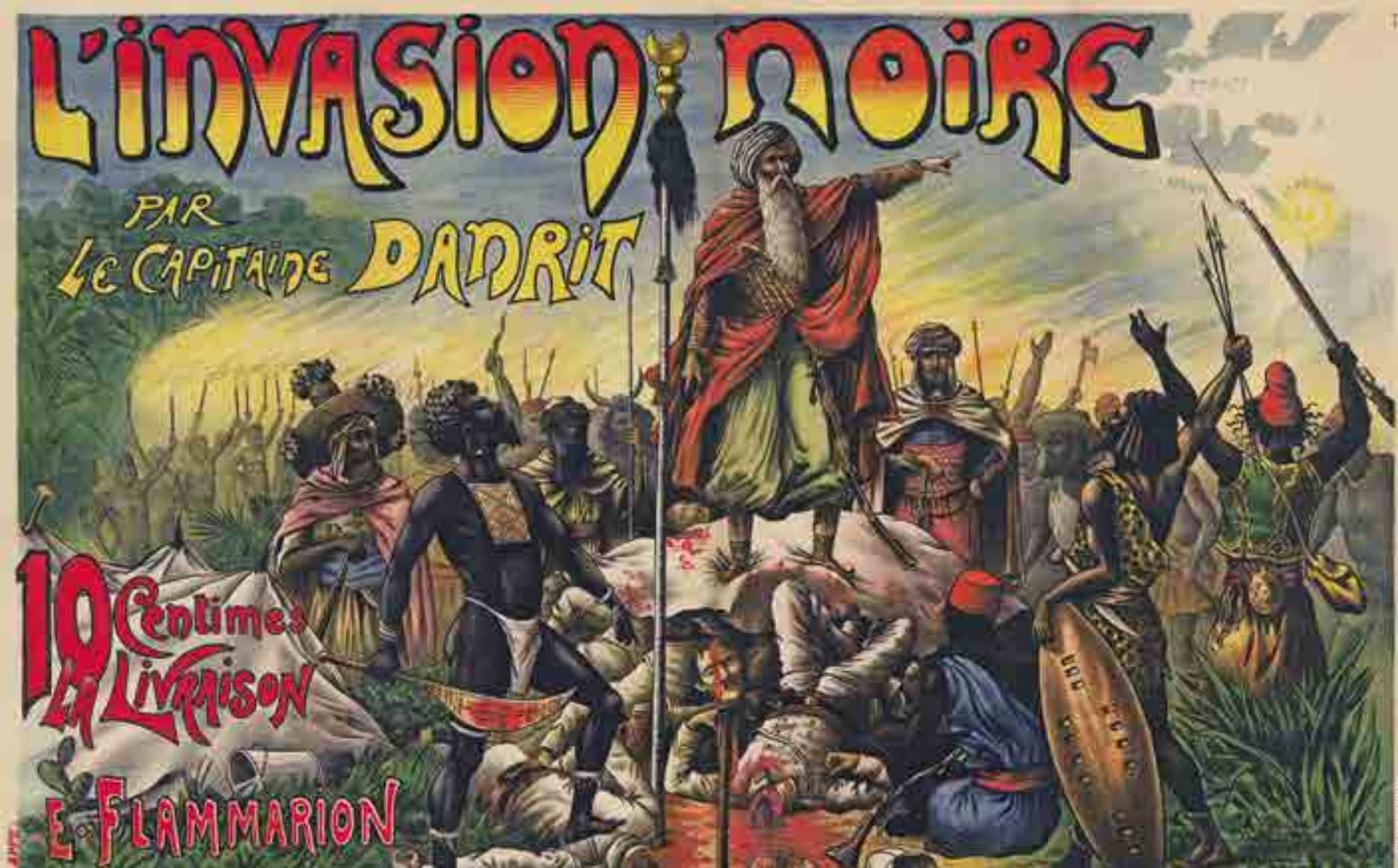
Historique des colonies françaises. L'Indochine [France], album publicitaire, édité par le chocolat Cémoi, 1933.



L'Asiatique, un autre animal



« [La population] s'approche [...] avec une certaine antipathie, du Jaune et du Jaunâtre... »
Onésime Reclus, *Lâchons l'Asie, prenons l'Afrique*, 1904



L'Invasion noire par le capitaine Dadrif [France], affiche signée Paul de Sémant pour l'ouvrage L'Invasion noire, 1894.

IMAGES, AFRICAINS/NOIRS & NÉGROPHOBIE

Durant le Moyen Âge, la figure du Noir est multiple, laudative ou dépréciative, avant que la traite esclavagiste, au XVI^e siècle, ne favorise l'animalisation et la démonisation du Noir. L'exotisme s'incarne aussi dans le corps noir féminin, à l'image des représentations de la reine de Saba. Considérés à tort comme descendants de Cham (porteurs de la malédiction de Noé), pratiquant l'animisme, les hommes et les femmes noirs sont omniprésents dans l'imaginaire occidental. L'Africain est considéré à la fois comme un « sauvage » et un « cannibale », il sera tour à tour féroce ou clown, corps mis au travail et révolté, dangereux ou stupide. Ses caractéristiques morphologiques sont les lèvres lippues, le nez épaté, les yeux en boules de loto – paraissant toujours chercher vainement une idée –, des dents énormes et toutes dehors – un reste de cannibalisme visible dans la publicité, les gravures et dessins ou les images officielles et de propagande.

Dans les images, le corps noir est un « corps anormal », différent, autre. On peut identifier aussi la transposition stéréotypique avec des éléments liés à la morale, à l'image du peuple-enfant, à la comparaison animale, à la gaité, au goût pour la danse ou à une supposée violence naturelle. La nudité est un reflet précis du rôle attribué à l'Afrique et aux Africains : celui de fournir des bras et des hommes, et plus tard des matières premières, à l'Occident ; l'esclavage étant la concrétisation de cette idée. En France, depuis le Code noir jusqu'à l'abolition de 1848 s'est construite la supériorité du corps blanc sur le corps noir. L'un est fait pour guider, l'autre pour se courber, pour travailler, pour servir. Et ce travail ne peut être accompli que sous la contrainte car le corps noir est un corps endormi, paresseux, passif, soumis aux pulsions immédiates de l'instinct. Dans les Amériques, la ségrégation et la violence interraciale sont à leur paroxysme à l'encontre des esclaves (législation, lynchage...), comme dans les empires coloniaux, où la législation coloniale et les codes indigènes systématisent la domination blanche sur les populations noires. La Première Guerre mondiale est un moment de bascule avec la présence des « troupes noires » en Europe. Après-guerre, Joséphine Baker contribue à faire émerger un nouveau regard. Avec elle, l'exotisme n'est pas seulement une figure menaçante, il est aussi la part irréductible d'une liberté. Après la Seconde Guerre mondiale, les décolonisations et le combat des droits civiques aux États-Unis, les imaginaires changent. Dans la publicité, la figure humoristique s'efface, dans le cinéma et la bande dessinée l'infériorisation est moins systématique, l'imaginaire politique et culturel évolue, même si certains stéréotypes visuels sont encore présents.

Infantilisation

Infantilisation des Noirs. Les Noirs sont représentés comme des enfants, ce qui les rend plus faciles à contrôler et à manipuler. Cette image est une caricature de Paul de Sémant, 1894.

IMAGE POSITIVE

Les sœurs Nardal
En 1931, la Martiniquaise Paulette Nardal crée *La Revue du monde noir* (1931-1932), une publication culturelle bilingue français-anglais qui avait pour ambition de défendre la reconnaissance d'un internationalisme noir. Aux côtés de ses sœurs Jeanne (Jane) et Lucy, elles organisent dans leur salon de la rue Hébert, à Clamart, des clubs de lecture et de dialogue autour de la question noire et du colonialisme, où se retrouvent de grands intellectuels tels Aimé Césaire, Léopold Sédar Senghor, Léon Gontran Damas ou la sculptrice Augusta Savage ainsi que le premier prix Goncourt noir René Maran.



« Chocolate & Dark chocolate » [États-Unis], publicité presse de l'agence LewLara/TBWA Sao Paolo pour les glaces Häagen-Dazs, 2004.



« 4 out of 5 men want Oxford... in these new Van Heusen styles » [4 hommes sur 5 veulent des chemises Oxford... dans ces nouveaux styles Van Heusen] [États-Unis], publicité presse, 1952.



« Deux d'un coup !... C'est superbe ! Tu auras la croix ! », dessin de Jossot, *L'Assiette au beurre*, 2 janvier 1904.

FOCUS

Passe-boules
Le passe-boules est l'un des plus anciens jeux de fête foraine, créé vers 1880. Il s'agit de lancer une boule en chiffon dans une bouche béante et grotesque, souvent une « tête de Turc » ou une « tête de Nègre ». Une représentation reprise en 1930 en couverture de l'ouvrage d'André Hellé, *La Famille Bobichon* à l'Exposition coloniale, sur laquelle une énorme passe-boules « tête de Nègre » fait office d'entrée dans l'Exposition. Jouer avec les difformités du visage, de la bouche ou du corps a aussi pour fonction de tourner en dérision les Noirs en insistant sur l'étrangeté de leurs corps.



Jeu de passe-boules, bois peint, 1900-1905.

Tuer l'autre

En 1918, pendant la Première Guerre mondiale, les soldats noirs américains sont envoyés en France. Ils sont considérés comme des « autres » et sont souvent victimes de violence. Cette image est une caricature de Paul de Sémant, 1894.



« Ce que les Blancs doivent faire, c'est essayer de trouver au fond d'eux-mêmes pourquoi, tout d'abord, il leur a été nécessaire d'avoir un « nègre », parce que je ne suis pas un « nègre ». Je ne suis pas un nègre, je suis un homme. »
James Baldwin, 1963

BUFFALO BILL'S WILD WEST AND CONGRESS OF ROUGH RIDERS OF THE WORLD.



Buffalo Bill's Wild West and Congress of Rough Riders of the World [Le Far West de Buffalo Bill et le Congrès des Rough Riders du monde] [États-Unis], affiche non signée, imprimée par Courier Litho. Co, 1899.

IMAGES, AMÉRICAINS & SAUVAGERIE

Aux États-Unis, dès le deuxième quart du XIX^e siècle, le spectacle de l'Autre est incarné par les cirques qui poursuivent la tradition européenne de l'exhibition d'animaux dans les foires, mais sans toutefois en conserver les finalités scientifiques ou pédagogiques. Dans ces spectacles grandioses de la culture américaine va être mise en scène l'image des populations indiennes d'Amérique. La référence en la matière reste Barnum, avant que ne s'impose la *Wild West Show* de Buffalo Bill. Nés en Amérique, ces « professionnels de l'étrange » organisent des tournées à travers le monde. Leur démarche consiste à exhiber les êtres les plus « sauvages » (notamment les Indiens) ou les plus « étranges », hybrides d'humanité et d'animalité, pour fasciner le public.

En 1844, George Henry monte, sous le nom de Maungwudaus, la « première troupe nationale » qui se produit en Grande-Bretagne et en France entre 1845 et 1848, organisant des présentations et des danses aborigènes. Par la suite, plusieurs des premiers films de cinéma montrent des spectacles d'« indigènes ». En 1894, dans les studios de la Compagnie Edison (l'inventeur du kinoscope), W.K.L. Dickson tourne deux documents consacrés à des Amérindiens : *Indian War Council* et *Sioux Ghosts Dance*, de 30 secondes chacun, qui sont en fait tirés du spectacle du fameux William F. Cody, alias Buffalo Bill.

À travers ces imaginaires, les Amérindiens sont qualifiés de sauvages, puis de barbares. L'Indien (le « Peau-Rouge ») est un « non civilisé » : le western l'érige en archétype, Walt Disney réinvente Pocahontas, la culture populaire le met en spectacle, un bouchon de réservoir de voiture l'esthétise. Le discours populaire fait ainsi progressivement de l'Indien un être non intégrable, même si certains artistes sont fascinés par ces populations. La littérature, la peinture, la photographie et le cinéma fixent ce stéréotype, qui légitime auprès de l'opinion publique les guerres contre les Indiens et les discriminations dans la société états-unienne ou canadienne (ou met en place des politiques d'adoptions forcées des enfants pour les « occidentaliser »).

Le cinéma fixe cette image des populations indiennes, du « noble sauvage » à l'irréductible tueur sanguinaire en passant par le personnage grotesque, c'est une véritable propagande politique que met en scène le 7^e art. Il faut attendre la fin du XX^e siècle pour que le temps du mépris et du stéréotype s'estompe.

Aujourd'hui, cette image redevient celle du « bon sauvage » victime de l'histoire, qui n'a toujours pas sa place comme acteur de l'histoire. L'image du « sauvage » reste celle de l'Indien à demi nu, avec des plumes, des arcs et des flèches, scalpant ses victimes. Un stéréotype universel qui nous permet d'oublier que les envahisseurs européens ont provoqué la mort de 54 millions d'autochtones américains entre 1492 et 1600.



L'Indien, l'éternel sauvage

Le stéréotype de l'Indien sauvage est un produit de la culture américaine. Il est né au XIX^e siècle, au moment où les États-Unis se développent et cherchent à définir leur identité nationale. L'Indien est alors perçu comme l'« autre », le « sauvage », le « non civilisé ». Cette image est véhiculée par la littérature, la peinture, la photographie et le cinéma. Elle sert à justifier les guerres contre les Indiens et les discriminations à leur égard.



Le stéréotype de l'Indien sauvage est un produit de la culture américaine. Il est né au XIX^e siècle, au moment où les États-Unis se développent et cherchent à définir leur identité nationale. L'Indien est alors perçu comme l'« autre », le « sauvage », le « non civilisé ». Cette image est véhiculée par la littérature, la peinture, la photographie et le cinéma. Elle sert à justifier les guerres contre les Indiens et les discriminations à leur égard.



FOCUS

La fabrique du « sauvage »

Dès les XVIII^e et XIX^e siècles, de nombreux tableaux représentent les Indiens – parfois bien fantaisistes –, mais surtout leur typologie, les différents groupes et peuples. Ils sont essentiellement présentés dans leurs activités culturelles et guerrières. Cette passion devient populaire avec les images d'Épinal qui dressent des séries illustrées des différents peuples et préfigurent ainsi le cinéma et la bande dessinée. Dans ces typologies, dans l'esprit des représentations ethnographiques du temps, on retrouve tous les stéréotypes avec une constante : les armes et les tenues. Avec ces armes et ces danses se fabrique une image effrayante de l'Indien qui est probablement un des stéréotypes les plus largement utilisés dans l'histoire visuelle de l'Amérique. Dans cette posture du guerrier, il incarne la quintessence d'une sauvagerie bouillonnante de rage, le symbole des obstacles que les « civilisateurs blancs » de l'Ouest « sauvage » doivent surmonter. Aujourd'hui encore, l'utilisation de noms de chefs ou de tribus pour des logos d'équipes sportives aux États-Unis joue sur ce stéréotype de masculinité du « sauvage », d'une force et d'une puissance brute. Comme le précise le journaliste canadien issu des Premières Nations et président du Conseil des arts du Canada, Jesse Wente : « Les Autochtones sont les seuls humains à être présentés comme des mascottes et des noms d'équipe. Ils sont généralement nommés d'après des animaux. »



Jardin zoologique d'acclimatation de Paris, Peaux Rouges [France], affiche signée Charles Tichon, impression Pichot, 1883.



Indiens d'Amérique. Troupe Hagenbeck [Hambourg, Allemagne], photographie, 1910.



« Indiens peaux-rouges » [France], estampe, imagerie d'Épinal, imprimeur-éditeur Pellerin & Cie, 1891.

IMAGE POSITIVE

Jeunes de la nation Cree lors d'une marche jusqu'au parlement [Ottawa, Canada], photographie de Paul McKinnon, 25 mars 2013.

Le voyage de Nishiyuu

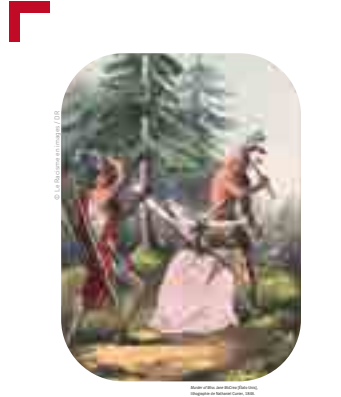
En mars 2013, six adolescents de Whapmagoostui, la communauté Cree la plus nordique du Québec, ont parcouru 1 600 kilomètres pour se rendre à Ottawa. Ce périple a été surnommé « le voyage de Nishiyuu ». Par cette aventure, les jeunes voulaient démontrer la force et la solidarité des Premières Nations. Depuis, des groupes ont parcouru des centaines de kilomètres pour protester contre l'exploitation de l'uranium, recueillir des fonds et attirer l'attention sur leurs diverses causes.



Sarrasani Wild-West-Schau [Spectacle Sarrasani du Far-West] [Allemagne], affiche non signée, imprimée par Dinse & Co, 1922.



« Indien » [France], carte publicitaire pour la maison E. Fouquet, éditée par Mazerand, c. 1900.



L'Indien voleur de femmes blanches

Le stéréotype de l'Indien voleur de femmes blanches est un produit de la culture américaine. Il est né au XIX^e siècle, au moment où les États-Unis se développent et cherchent à définir leur identité nationale. L'Indien est alors perçu comme l'« autre », le « sauvage », le « non civilisé ». Cette image est véhiculée par la littérature, la peinture, la photographie et le cinéma. Elle sert à justifier les guerres contre les Indiens et les discriminations à leur égard.



« [...] l'homme blanc, dans son indifférence pour la signification de la nature, a profané la face de notre mère terre... le pouvoir l'a aveuglé sur le mal qu'il a causé à notre mère terre dans sa recherche de ce qu'il appelle les ressources naturelles. »

Lettre d'un groupe de Hopis au président des États-Unis Richard Nixon, 1970



Aux colonies, les communistes travaillent à poignarder la France [France], affiche signée André Galland, éditée par le Centre de propagande des républicains nationaux, 1928.

IMAGES, ARABES/ORIENTAUX/AMAZIGHS & HAINE DE L'ISLAM

En ce qui concerne les Arabes (terme ici générique qui intègre dans les imaginaires les Orientaux, les Turcs et les Kabyles), les croisades sont au fondement des premiers imaginaires les dépréciant. Contrairement aux discours hiérarchisants du début du XIX^e siècle, le Moyen Âge voyait dans les Orientaux/Arabes des êtres aux identités multiples qui, sur certains points, pouvaient être égaux, mais qui devaient, pour des motifs avant tout religieux, être combattus. Une vision que résumait à sa manière le pape Urbain II dans l'appel à la première croisade (1095) : « *Quelle honte ne serait-ce pas pour nous si cette race infidèle [...] l'emportait sur le peuple élu du Dieu tout-puissant [...].* »

La bascule « raciale » devient évidente en Espagne aux XIII^e et XIV^e siècles, quand sont promulgués des interdits de métissage. Désormais, l'Oriental est un « fanatique ». La laideur de l'apparence de ces Orientaux doit être le signe caractéristique des païens. À l'époque coloniale, le musulman et « l'Arabe » sont représentés comme fourbes, voleurs, destructeurs, sexuellement pervers car polygames.

Dans les années 1930, les Arabes sont désignés en France comme des « Sidis » – terme qui fait référence à la ville de Sidi Bel Abbès, une ville construite par les Français en Algérie – et, jusqu'à la guerre d'Algérie, on retrouve des archétypes, véhiculés par la presse populaire mais aussi par la littérature et, plus tard, la télévision. L'imaginaire du couteau, apparenté spécifiquement à l'« Arabe » et à ses pulsions supposées sanguinaires, est un leitmotiv. Le stéréotype de l'immigré africain ou nord-africain violeur a ainsi été véhiculé tout au long de la colonisation et de la période postcoloniale, sous des formes contextualisées.

Les caricatures mettent en avant le « nez sémite » et le visage luisant des Orientaux/Maghrébins, leur tempérament de voleur, leur obscurantisme religieux, mais aussi leur simplicité d'esprit et leur saleté. Le danger qu'ils incarneraient perdue lors des immigrations en France, à travers l'emploi récurrent d'un vocabulaire dépréciatif : « bicot », « boucaque », « crouille », « melon » et « raton » rejoignent le « youpin » et autre « bamboula ».

Après un antisémitisme omniprésent dans les images, les mots et les actes dans la première moitié du XX^e siècle, la stigmatisation opère un transfert à la fin du XX^e siècle vers un nouvel ennemi irréductible : « l'Arabe-musulman. » Ce rejet s'actualise dans les imaginaires français avec la guerre d'Algérie et son indépendance (1962). Il devient omniprésent et mondialisé après le 11 septembre 2001 avec l'assimilation du musulman au terroriste.

Dans le cadre de l'immigration de l'après-guerre, l'image du travailleur immigré s'affirme : marteau-piqueur, casque de chantier, bleu de travail sur les chaînes de montage. Ces images, assez répétitives, prennent place dans un imaginaire qui fait des immigrés un sous-prolétariat. Elles laissent place à une iconographie négative signifiant « l'invasion » des immigrés venus du Maghreb : scènes de horde ou de franchissement clandestin de la frontière, jeunes dans les quartiers, violeurs et voleurs... Et bientôt, une nouvelle figure de l'Arabe émerge, celle des jeunes femmes en tchador qui viennent défier la laïcité, et de l'intégriste qui veut détruire l'Occident.

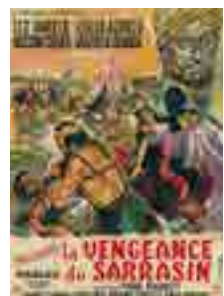


N'êtes-vous donc pas jolie ? Dévoilez-vous ! [France], affiche de propagande du 5^e bureau de la 10^e région militaire, c. 1957.

FOCUS



« Érotique », couverture de presse, *Plaisir* [France], octobre 1987.



La Vengeance du Sarrasin [Italie], affiche du film de Pietro Pierotti signée Carantonio Longi, 1959.



PLM. Visitez la Tunisie [France], affiche signée Pierre et Jacques Bellenger, 1935.

La femme lascive et voilée

Après avoir alimenté les récits des voyageurs aux XVI^e et XVII^e siècles – dont le recueil *Les Mille et une nuits* marque un tournant majeur en 1703 –, la figure de la femme orientale fait son entrée en littérature et dans les arts au XVIII^e siècle, aux côtés du despote turc et des eunuques du harem. La nudité des femmes maghrébines, arabes ou turques devient alors un sujet de prédilection de l'orientalisme artistique au XIX^e siècle. Ainsi, Jean-Auguste-Dominique Ingres ou Jean-Léon Gérôme peignent un harem de fiction où l'Orientale apparaît en femme lascive, soumise et impudique. D'abord pensée en tant que figure politique, l'odalisque (femme d'un harem) est finalement perçue comme une femme oisive, ayant pour seule préoccupation la satisfaction des désirs de son maître, sa servilité étant le symbole, pour les philosophes des Lumières, de la société tyrannique à laquelle elle appartient. À la fin du XIX^e siècle, l'image « sulfureuse » des femmes orientales est perpétuée dans les cartes postales et les photographies érotiques de « Mauresques » dénudées résidant dans le « quartier réservé » de Casablanca, dans les rues des villes arabes ou dans les bordels militaires de campagne en Afrique du Nord, au regard et au sourire provocants, ou encore par les *Ouled Nail*, courtisanes d'Algérie célébrées pour leurs danses, puis considérées à la fin du XIX^e siècle comme des « prostituées ordinaires ». Quant aux hommes orientaux, ils sont soit perçus comme des individus cruels, fourbes, à la virilité exacerbée et tyrannique, soit comme des êtres efféminés, incapables de satisfaire leur femme.

IMAGE POSITIVE

« Zizou on t'aime ». Projection du portrait de Zinédine Zidane sur l'Arc de triomphe [Paris, France], photographie d'Abaca Press, 9 juillet 2006.

La France « black-blanc-beur »

Malgré la défaite de l'équipe de France lors de la finale de la Coupe du monde de football en 2006, l'image de Zinédine Zidane reste immaculée. Adidas, sponsor principal de l'équipe française, a organisé une illumination spéciale de l'Arc de triomphe avec des images de joueurs français et des slogans. Sur cette image, on reconnaît Zinédine Zidane, né à Marseille de parents algériens, idole de toute la France unie derrière une équipe « black-blanc-beur », slogan imaginé en 1998 lors de la première victoire de la France en coupe du monde de football.



« Danseuse égyptienne » [Égypte], carte postale éditée par Ephantimos Frères, 1900-1905.



Dangereux

Le musulman en France... (Text describing the image and its context, mentioning the 'Dangereux' label and the 'Troisième voie' slogan.)



Fourbe et violeur

« Les Arabes sont des voleurs, des fourbes, des lâches, des assassins... » (Text describing the image and its context, mentioning the 'Fourbe et violeur' label.)



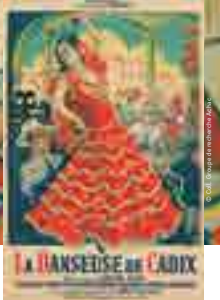
Bon voyage mon pote. Troisième voie, affiche du MNR, PFN et Jeune Garde, 1986.

“ Le but n'est pas de courir après les Arabes [...] Allez tous les ans leur brûler leurs récoltes, ou bien exterminatez-les jusqu'au dernier.”

Thomas Robert Bugeaud (conquête de l'Algérie), janvier 1843



La danseuse de Cadix [France], affiche du film de Ladislav Vajda signée Roger Rojac, 1952.



IMAGES, GITANS/BOHÉMIENS/TSIGANES & STIGMATISATION

À la fin du Moyen Âge, on voit apparaître des groupes se disant « Égyptiens » dans des régions aussi diverses que la Pologne, les pays baltes, la Hongrie, l'Allemagne ou la Suisse. Après la disparition de l'accueil de ces populations ambulantes dans les châteaux en tant qu'artistes, la situation des Tsiganes se dégrade rapidement en Europe. Ils furent associés aux « errants et vagabonds » et pourchassés à ce titre dans toute l'Europe. En France, l'ordonnance de juillet 1682 marqua le point de bascule de cette répression.

S'affirment alors dans l'opinion publique deux figures contradictoires. D'un côté, l'image romantique de la Gitane sulfureuse et séductrice et du Bohémien adepte d'une liberté totale, de l'« autre », le danger et la violence qui leur sont liés. On impute également aux Bohémiens toutes sortes de méfaits ignominieux : vols d'enfants, bagarres et même « cannibalisme ». La littérature enfantine et la presse populaire exploitaient à l'envi le thème imaginaire du vol d'enfant (qui était de surcroît menacé d'être dévoré par l'ours).

En Europe, un rejet s'installe à l'encontre des bohémiens, aussi appelés Sinti, Manouches, Tsiganes, « romanichels » et Gitans (et aujourd'hui Roms). On disait de ces hommes vus comme exotiques – bien que chrétiens et Européens –, qu'ils étaient dangereux car « vagabonds ».

Au XIX^e siècle, les Tsiganes « ambulants », contraints de s'adapter à la vie rurale, adoptent les métiers itinérants et circulent désormais en roulettes. Ils font l'objet d'un contrôle policier qui aboutit à un ensemble de lois discriminatoires dans une période où s'institutionnalisent les identités nationales en Europe. Au cours des XVIII^e et XIX^e siècles, les Tsiganes sont progressivement considérés comme des étrangers ou des « nomades d'origine étrangère ». L'anthropologie raciale, au long du XIX^e siècle, dénonce les « vices » et la nocivité sociale et culturelle de ces populations « nomades » pour conclure à l'existence d'une « race dangereuse ». D'autres préjugés concernent le travail, car « *les Gitans ne travaillent pas et ils n'ont pas de vrais métiers...* ». Les stéréotypes construits, surtout au XIX^e siècle, les présentent généralement comme des voleurs, des errants et diseuses de bonne aventure. En réalité, la majorité des Gitans en France ne sont pas ou plus des nomades dès le début du XX^e siècle.

En France, à partir de la déclaration de guerre en septembre 1939, les Tsiganes (comme les autres populations nomades) sont progressivement mis en marge de la société française. Après la défaite de juin 1940, ils sont internés sur ordre des autorités allemandes d'occupation, avec la complicité des autorités françaises. En Allemagne, ils apparaissaient comme les derniers vestiges de l'« aryanité perdue » (en lien avec l'Inde). Toutefois, les thèses pseudo-scientifiques sur la nature « biologique » supposée des Tsiganes, dépeints comme criminels par essence, va justifier la politique des nazis qui, à partir des lois de Nuremberg de 1935, entreprennent la marginalisation puis, au cours de la Seconde Guerre mondiale, l'extermination des Tsiganes du Reich et de l'Europe occupée.

FOCUS

La Gitane

Une figure féminine se distingue : celle de la diseuse de bonne aventure, étroitement associée à l'escroquerie en usant de ses charmes, et qui fait l'objet de nombreuses représentations picturales. Georges de La Tour peint un jeune homme se faisant prédire l'avenir par une Bohémienne tandis que trois autres femmes profitent de son inattention pour le voler. L'affiche publicitaire des cigarettes Gitanes, en 1931, figure une transgression, une femme fumant une cigarette. Elle est alors associée à une femme libérée, une prostituée ou une « femme de mauvaise vie ». La Gitane devient le symbole de cette liberté transgressive, de celle qui ne respecte pas les règles, qui est libre mais utilise ses charmes pour abuser des « hommes honnêtes ».



Jeu de passe-boules, bois peint, 1900-1905.

Peuple voleur et errant

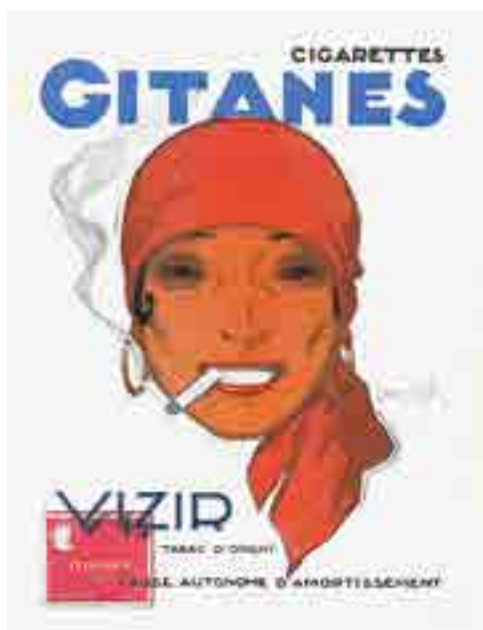
Les Gitans ont toujours été considérés comme des voleurs et des errants. Cette image a été renforcée par la littérature et la presse populaire. Les Gitans sont souvent représentés comme des voleurs et des errants, ce qui a contribué à leur stigmatisation. Cette image a été renforcée par la littérature et la presse populaire. Les Gitans sont souvent représentés comme des voleurs et des errants, ce qui a contribué à leur stigmatisation.



« À bras ouverts » [film de Philippe de Chauveron], couverture de presse, Le Mensuel [France], avril 2017.



« Petite-Rose se trouvait au milieu de gens forts laids et bruns de figure » [des Gitans dans le texte], estampe, extrait du livre Histoire de Petite-Rose, imagerie d'Épinal [France], imprimeur-éditeur Pellerin & Cie, 1880.



Cigarettes Gitanes Vizir [France], affiche non signée, éditée par la Régie française des tabacs, 1948.



Festival Printemps Tsigane [France], affiche signée Alexandra Deswarte, 2024.

Printemps Tsigane
Le festival Printemps Tsigane est l'occasion de découvrir des talents puisant leurs inspirations dans le répertoire des musiques tsiganes et des Balkans. Ce projet a pour but de bouleverser les idées préconçues et les clichés attribués aux Tsiganes et à leurs cultures. Cette grande fête présente chaque année les acteurs principaux de ce mouvement musical qui se renouvelle et s'exile sans cesse vers de nouveaux métissages culturels.



“ Il n'y a pas moins voyageur qu'un gitan ou un forain puisqu'il emmène sa coquille partout avec lui. ”

Bartabas, *Bartabas*, roman, 2004



« La bonne petite Céline » [France], estampe, imagerie d'Épinal, Imprimeur-éditeur Pellerin & Cie, 1888.



IMAGES, MÉPRIS DES FEMMES & ANTIFÉMINISME

La misogynie fonctionne selon des codes et un imaginaire spécifiques : repousser à la marge et fabriquer de la différence pour déjouer la remise en cause de l'ordre établi. L'imagerie relative aux femmes, qui a abondamment nourri la culture populaire, est aujourd'hui largement contestée. Mais dans tous les systèmes culturels où la domination masculine est une forme hégémonique, la dévalorisation des femmes a été la norme pendant des siècles. La domination masculine s'accompagne en effet d'injonctions à suivre les modèles de féminité et les codes de la beauté socialement acceptés.

Depuis l'époque antique, ce mépris vis-à-vis des femmes mis en images, reflet du regard masculin, demeure profondément ancré dans les mentalités. La femme serait un être de *passion*, contrairement à l'homme qui serait un être de *raison*. À l'époque contemporaine, après la peinture, puis la photographie, la misogynie connaît un âge d'or dans le cinéma et la publicité. Deux mythes s'entrechoquent qui seront récurrents : la ménagère et la maîtresse, la « vierge » et la « putain ». Par ailleurs, de nombreux produits culturels et images s'attachent à démontrer que les femmes sont incapables d'exercer certaines professions, de diriger un État ou une entreprise, d'avoir une conscience politique leur permettant de voter ou de vivre sans la « protection » d'un homme. Les femmes sont tenues d'adopter les comportements que la société leur prescrit afin que perdure le système de domination masculine, empêchant l'émergence de modèles relationnels alternatifs, de même qu'un rapport d'équité dans le monde du travail et l'exercice du pouvoir. Le processus d'hypersexualisation est l'un des mécanismes décisifs de la subordination des femmes aux hommes. De la figure de la pin-up à celle désormais célèbre des stars de la télé-réalité, en passant par l'explosion sur les réseaux sociaux d'une hypersexualisation de la femme, le corps des femmes est scrupuleusement réduit à un objet sexuel, au service des désirs et fantasmes masculins. Lors des luttes féministes, qui s'amorcent en Europe occidentale à la fin du XIX^e siècle pour se poursuivre tout au long du XX^e siècle, les militantes sont considérées comme des déviantes, de même que les rares femmes dans des positions de pouvoir ou encore les lesbiennes, car toutes défient l'ordre hétérosexuel dominant. Si le féminisme a pu déconstruire moult stéréotypes et discriminations, il a aussi donné naissance à un mouvement antiféministe et produit encore aujourd'hui de nouvelles images. Le processus de déconstruction de ces discours, images et pratiques misogynes entre cependant désormais dans une nouvelle dynamique, dont le mouvement #MeToo est l'une des facettes.

Femme objet

C'est l'homme qui a le plus souffert. Il n'y a pas de femme objet, il y a des femmes qui sont traitées comme des objets. Elles sont réduites à leur corps, à leur apparence, à leur jeunesse, à leur beauté. Elles sont considérées comme des jouets, des objets de désir, des objets de consommation. Elles sont traitées comme des choses, pas comme des personnes.



FOCUS

La femme soumise dans la publicité

Les traits spécifiques des femmes dans la publicité sont répétitifs : tendre, soumise, séduisante, coquine, dépendante, inintelligente, dévouée, responsable des tâches domestiques ou prostituée. Les représentations érotiques de la femme dans la publicité sont très vendeuses. La femme-objet prend parfois la posture d'une prostituée. Érotisée, la femme dans la publicité est aussi sensorielle : les femmes, plus souvent que les hommes, effleurent du doigt ou de la main les contours d'un objet, le serrent contre elles ou en caressent la surface. Elles servent également de « produit d'appel » pour attirer le regard des hommes sur l'objet à vendre à travers une séduction souvent combinée à leur dénudement plus ou moins suggéré. Enfin, il y a la femme-objet au service de l'homme, ici poussée à son paroxysme dans la « peau » d'un animal que l'homme vient de chasser : « C'est bien d'avoir une fille à la maison. »

IMAGE POSITIVE

Union française pour le suffrage des femmes

En reprenant les codes des affiches politiques de l'entre-deux-guerres, cette affiche de l'Union française pour le suffrage des femmes (UFSF) démontre l'anachronisme de l'interdiction du vote des femmes assimilées à des criminels, des défectifs mentaux ou des délinquants.

Ceux qui n'ont pas le droit de voter : les assassins, les voleurs, les fous, les femmes ! [France], affiche signée A. Barrère pour l'Union française pour le suffrage des femmes, 1927.

A WOMAN'S MIND MAGNIFIED

« A Woman's Mind Magnified » [L'esprit d'une femme magnifié] [Grande-Bretagne], carte postale, c. 1905.

You mean a woman can open it?

Alcoa Aluminum

« You mean a woman can open it ? » [Vous voulez dire qu'une femme peut ouvrir ?] [États-Unis], publicité pour la compagnie Alcoa Aluminium, 1952.

Femmes incompétentes

Le mot « femme » est souvent associé à l'idée de faiblesse, d'incapacité, de dépendance. Cette image illustre le stéréotype de la femme incompétente, souvent utilisée pour discréditer les femmes dans des positions de pouvoir ou de responsabilité.



« Personne n'est plus arrogant envers les femmes, plus agressif ou méprisant, qu'un homme inquiet pour sa virilité. »

Simone de Beauvoir, *Le deuxième sexe* (tome 1), 1949



« L'Arrivée de Christophe Colomb en Amérique » [Allemagne], gravure de Jean Théodore de Bry, *America*, vol. VI, 1594.

IMAGES DU BLANC/MÉTIS & DE LA BLANCHEUR

Que nous raconte ce mot de « blanc » ? Est-ce une couleur, une origine géographique et culturelle, une identité, un statut ou une « race » ? L'« autre » peut aussi être blanc, comme le Corse, le Breton ou le Flamand, qui se voient piégés par des stéréotypes. De la série des *Bécassine* aux paroles des chansons de Théodore Botrel, des exhibitions de villages bretons aux peintures bretonnantes ou basques, se fabriquent des archétypes figurant des minorités régionales discréditées et présentées comme naïses ou attardées.

Pendant des siècles, de nombreux courants idéologiques, théories scientifiques et représentations artistiques se sont accumulés et superposés, jusqu'à construire une *couleur blanche* symbole de l'Occident et signe de sa supériorité. 15 % des humains sur la terre sont considérés comme blancs (il existe même une page Wikipédia qui compte par pays le nombre de Blancs) et l'imaginaire dans l'art ou la publicité fabrique une image de « l'idéal blanc ».

En Europe, en Amérique, dans les empires coloniaux, affirmer la supériorité raciale blanche implique de désigner qui est blanc et qui ne l'est pas. La mythologie de la « race pure » s'appuie aussi sur une hiérarchisation « raciale » : la « race aryenne » en Europe ou « caucasienne » outre-Atlantique. L'« autre », qu'il soit juif, noir ou tsigane, doit disparaître, le métissage doit être prohibé et combattu (eugénisme) et devient aussi un thème dans les imaginaires. La « beauté blanche », qui prend une pose langoureuse au centre de l'allégorie *L'Épave* de Jules Arsène Garnier, est également admirée par les femmes amérindiennes et africaines, y compris dans la publicité, qui symbolise le Blanc comme l'essence du savoir ou qui joue avec la notion de « sauvages », comme sur cette carte postale représentant des Allemands devenus barbares. Déjà, Buffon au milieu du XVIII^e siècle écrivait que l'homme avait dû être créé dans le Caucase, car c'est l'endroit sur terre où se trouvaient « les plus belles femmes ».

Dès la fin du XIX^e siècle, de nombreuses publicités pour les lessives déclinent le thème du blanchiment des Noirs. À chaque fois est mise en avant l'idée selon laquelle la « couleur », en s'effaçant, rendrait propre, pur et (presque) « blanc ». *A contrario*, la noirceur de la peau symbolise une « saleté » qu'il convient d'éliminer, la blancheur étant la seule référence.

Dans l'opinion se fixent ainsi le sentiment de déclin de l'Occident et la nécessité de se « défendre » contre les immigrés et les colonisés. La notion de « suprématie blanche » s'enracine alors dans un désir d'hégémonie qui va conduire à des violences et à des crimes de masse pour exterminer la « vermine » non blanche. C'est sur ces croyances que reposent les colonisations, la ségrégation et l'apartheid.



L'Épave [France], huile sur toile de Jules Arsène Garnier, 1873.



Un jaune = un noir = un blanc = un homme [France], affiche du MRAP signée Paul Curt, c. 1972.

Mouvement contre le racisme, l'antisémitisme et pour la paix (MRAP)

En 1949, quelques années après la fin de la Seconde Guerre mondiale, d'anciens résistants et déportés créent le Mouvement contre le racisme, l'antisémitisme et pour la paix (MRAP) qui deviendra le Mouvement contre le racisme, l'antisémitisme et pour l'amitié entre les peuples en 1977. Cette association, toujours en activité, milite dans toute la France pour l'égalité des droits entre tous les citoyens, quelles que soient leurs origines ou leur religion. Dans cette affiche au style schématique, tous les hommes sont unis dans la même figure, celle de l'humain, abolissant ainsi les couleurs bien que les traits permettent néanmoins d'identifier les « types ».

FOCUS



« Les Apaches s'amuse » [France], dessin non signé, couverture de presse, *Le Petit Journal*, supplément illustré, 28 juillet 1907.

Blanchir un Noir !

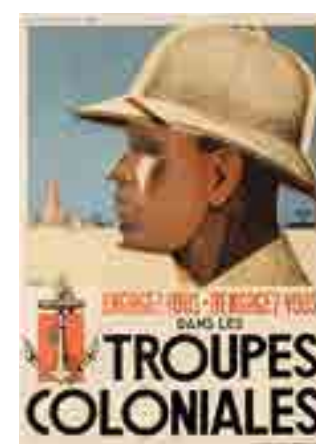
Le réalisateur Lucien Jean-Baptiste écrit, dans *Le racisme en images* (2021), « Lorsque je regarde cette couverture de presse, ma première réaction est de penser qu'il n'y a rien à commenter, que ce dessin parle de lui-même. Je me dis qu'en 2021, nous avons toujours les mêmes images. Puis, j'ai pris le temps et je suis entré dans cette image... ou plutôt dans cet imaginaire, façon Monsieur Glissant. Chaque détail fait sens, en soulignant la réalité d'une époque. Ils rigolent, pas moi. Aucun humour ou alors, c'est de l'humour noir. Et, soudain, ma pensée s'éclaircit, ce nègre-prétexte de 1907, c'est moi. C'est la vie. Ainsi, quand je regarde cette couverture du *Petit Journal*, je ne peux m'empêcher de rêver – comme Martin Luther King – qu'un jour, toutes ces injustices auront cessé. » Le mythe du « noir blanchi » est inscrit au plus profond des imaginaires en Occident. Le contraste est ici explicite, sur le ton de l'humour : un Noir, pour être « normal », doit être blanc ! Donc les Apaches (voyous de l'époque) s'amuse à blanchir ce « nègre » au « rpolin » (peinture) pour rappeler la publicité de la lessive de la ménagère dont le slogan affirmait qu'elle « blanchit un nègre » en 1895.



« Les Apaches s'amuse » [France], dessin non signé, couverture de presse, *Le Petit Journal*, supplément illustré, 28 juillet 1907.

Métissage

Le métissage est un processus de mélange de deux ou plusieurs races ou cultures. Il se traduit par la création d'une nouvelle identité, qui est le résultat de la fusion de deux ou plusieurs cultures. Le métissage est un processus de mélange de deux ou plusieurs races ou cultures. Il se traduit par la création d'une nouvelle identité, qui est le résultat de la fusion de deux ou plusieurs cultures.

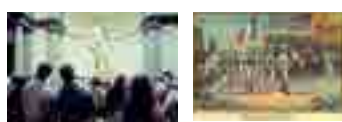


Engagez-vous-rengagez-vous dans les troupes coloniales françaises [France], affiche signée Sogno pour le secrétariat d'État à la Guerre, 1942.



Jeunes Gens qui hésitez sur le choix d'une situation, allez aux colonies [France], affiche de propagande signée Charles Yray, 1920.

Plus blanc que blanc



« Les Apaches s'amuse » [France], dessin non signé, couverture de presse, *Le Petit Journal*, supplément illustré, 28 juillet 1907.



“ Nous ne cesserons d'être noir ou blanc que si nous apprenons à devenir humain, d'abord humain, et rien qu'humain. ”

Achille Mbembe, 2020



Faculté de médecine « Contre l'invasion métèque, faites grève » [Paris, France], photographie, 1^{er} février 1935. Manifestation devant la faculté de médecine de Paris, les étudiants dénoncent l'invasion de « métèques » dans le monde médical, qu'ils accusent de « voler » les places à l'université, les diplômes et les clients aux « Français de souche ».

IMAGES, XÉNOPHOBIE & REJET DE L'ÉTRANGER

Alors que le racisme sous-entend une hiérarchie des « races », que la discrimination signifie le rejet par la mise à l'écart, la xénophobie est une haine de l'étranger. La peur de celui qui arrive, qui n'est pas d'ici et qui va rompre l'équilibre de la nation ou d'un peuple. Il y a dans la xénophobie l'idée d'une pureté installée que l'« autre » souillerait ou perturberait.

Par leur prétendue singularité physique, leur moralité présumée douteuse, leurs comportements et leurs coutumes supposément anachroniques, les immigrés sont dénoncés dans les discours populistes comme des spoliateurs et des fauteurs de troubles, mais aussi comme des perturbateurs de l'équilibre social et démographique. Ils seraient antipathiques, arrogants, non intégrables, à la fois sûrs d'eux-mêmes et sournois, voire voleurs, violeurs et porteurs de maladies. La thématique de « l'invasion » est une constante, qu'attestent les campagnes politiques dans de nombreux pays européens, mais aussi les images récurrentes contre les « Latins » aux États-Unis depuis les années 1950. Chaque époque met en exergue des thématiques spécifiques, rémanentes, à l'image de ce qui se passe dans la société française : le facteur religieux, depuis les Italiens et Polonais jugés « trop catholiques » jusqu'aux Algériens ou Subsahariens, « trop musulmans ». En outre, la thématique peut être aussi économique, comme dans le cas des Italiens à la fin du XIX^e siècle (massacre d'Aigues-Mortes en 1893) ou dans les années 1980-1990 face à l'immigration postcoloniale. Enfin, la question de l'assimilation est majeure, à l'encontre des Juifs, des Tsiganes ou des Roms notamment, comme le thème de l'ennemi naturel, qui concerne les Anglais, des guerres napoléoniennes à Fachoda, les Asiatiques, toujours dangereux, les Soviétiques, dans le cadre des campagnes anticomunistes et, surtout, les Allemands lors des différents conflits avec la France.

La xénophobie peut aussi concerner les « migrants de l'intérieur », comme les Bretons, les Corses ou les Auvergnats (mal assimilés et parlant mal le français). Plusieurs catégories d'« étrangers » peuvent donc être l'objet d'un rejet. L'étranger, source de crainte, représente un danger, dont il faut se préserver, soit par rapport à ce qu'il peut « faire » (la guerre), soit en réaction à ce que « nous lui avons fait » (conquête coloniale, discrimination, marginalisation régionale...). L'imaginaire du « danger » rejoint ici la « pensée primitive », qui assimile l'immigré (souvent décrit comme un « sauvage ») à un criminel. Le « migrant » au XXI^e siècle possède une image de demandeur d'asile (politique et écologique) ou de migrant hors-la-loi, arrivant par vagues successives en Occident, présenté comme un parasite. Il volerait le travail des populations en place, y compris celles qui se sont récemment « intégrées » au pays.

FOCUS



« La chasse aux indésirables dans un bal musette » [France], dessin non signé, couverture de presse, Le Petit Journal illustré, 11 avril 1926.

Les indésirables

La couverture du *Petit Journal illustré* montre bien qui sont ces « indésirables » (évoqués par la légende de l'image) : des fauteurs de trouble et des marginaux, bouleversant l'ordre établi. La notion d'indésirable traverse les époques. La xénophobie se transforme en discrimination à l'encontre des descendants de migrants, comme si le stigmate pouvait se transmettre de père en fils, de mère en fille. Au milieu des années 1920, les « indésirables » en France sont les Juifs, les populations coloniales et ceux que l'on appelle les « métèques » (des étrangers marqués par leurs cultures ou leur engagement politique). Ils sont présentés comme inassimilables à la France, ne travaillant pas et dangereux. La presse explique, par les textes et les images, qu'ils sont responsables des désordres dans la société. Un siècle plus tard, le rejet des étrangers fonctionne selon les mêmes images et représentations (à la télévision désormais ou sur les réseaux sociaux).



Rejet de l'autre

En France, la loi de son état et au début du 20^e siècle, l'immigration massive de travailleurs étrangers, d'origine italienne, polonaise, portugaise, grecque, espagnole, etc., a entraîné une véritable chasse à l'indésirable. Les immigrants ont été considérés comme des parasites, des voleurs de travail, des fauteurs de troubles. Cette image négative a été renforcée par la presse et les médias de l'époque, qui les ont présentés comme des « indésirables ». Cette image a été utilisée pour justifier des politiques de restriction de l'immigration et de discrimination à l'encontre des immigrants.



IMAGE POSITIVE

Missak Manouchian entre au Panthéon, accompagné de son épouse [Paris, France], photographie de François Loock, 21 février 2024.

Missak Manouchian au Panthéon

Missak Manouchian, figure emblématique de la résistance contre l'occupation nazie en France, a été panthéonisé pour son courage le 21 février 2024. Arménien d'origine, il a dirigé le groupe des Francs-tireurs et partisans – Main-d'œuvre immigrée (FTP-MOI), menant des actions contre l'occupant. Capturé en 1943, il fut exécuté avec ses compagnons en 1944 et son sacrifice est resté gravé dans l'histoire. La panthéonisation de Manouchian et de son épouse est un hommage solennel à tous les résistants et un rappel de l'importance de la lutte pour la liberté. En l'honneur ainsi, la France reconnaît la diversité de ceux, au sein des immigrations, qui ont combattu pour sa libération.



« Au retour de l'exposition coloniale. Nouché pour se mettre à la page renouvelle son personnel » [France], dessin de presse de F. Fabiano, Fantasia, 15 mai 1931.



« Dans le métro. L'explorateur » [France], dessin de presse de Maurice Cuvillier, Almanach Vermot, 15 mai 1939.

Stigmatisation

Immigrants poussés dans la mer par des nationalistes français, 1931.

Immigrants poussés dans la mer par des nationalistes français, 1931.



“ J’ai un ami qui est xénophobe. Il déteste à tel point les étrangers que lorsqu’il va dans leur pays, il ne peut pas se supporter ! ”

Raymond Devos, sketch *Xénophobie*, 1978





« Chassez le naturel, il revient au galop », chromolithographie publicitaire, 1887. L'image suscite une double lecture : si le maître ne contraint pas l'esclave (avec sa chicotte), jamais celui-ci ne travaillera, le terme « naturel » renvoie également à l'esclave, et lorsqu'il s'enfuit des plantations, bien incapable de se nourrir, il va revenir « au galop » au sein de la plantation.



« Quel est le premier homme du monde ? » [France], chromolithographie publicitaire pour le Chocolat Express Grandard, 1895.

IMAGES, ESCLAVAGE & COLONISATION

L'image peut tuer, briser, dominer, mais elle peut aussi libérer, émanciper et, en fin de compte, répondre à d'autres images. En ce qui concerne l'esclavage, elle alimente les propagandes esclavagiste et antiesclavagiste. Depuis l'Égypte, la Grèce et la Rome antiques, l'esclavage est un élément structurant des sociétés et des économies, par exemple avec la « traite arabe » qui puise dans le continent africain, mais aussi en Europe et ailleurs, des esclaves pour alimenter son économie et son organisation sociale. La traite atlantique est ensuite devenue la pierre angulaire de l'histoire coloniale européenne. Entre 1514 et 1866, plus de douze millions d'Africains ont été déportés et mis en esclavage dans les Amériques, sans compter le nombre de morts en Afrique ou pendant la traversée, ce qui dépeupla l'Afrique. À travers cette guerre des images, il s'agissait pour certains de faire de l'esclave un « sauvage » à l'instar de quelques anthropologistes américains du XIX^e siècle et, pour d'autres, d'en démontrer l'humanité. Dans les discours occidentaux, les esclaves étaient qualifiés de « bois d'ébène », c'est-à-dire réduits à l'état de simple marchandise. L'imaginaire évolue quand, à la suite du Congrès de Vienne, en 1815, la traite est interdite. Le discours abolitionniste est dès lors plus prégnant en dénonçant la société esclavagiste et sa brutalité. Cette histoire a produit une multitude d'images, certaines légitimant l'esclavage, tandis que d'autres l'ont combattu et ont soutenu l'abolition.

La colonisation débute durant la période de l'esclavage. C'est un processus caractérisé par le vol de territoire et les tueries de masse des populations. Celle-ci a toujours eu besoin de justification, et les images ont été l'un des meilleurs vecteurs pour légitimer cette entreprise afin de mettre en avant l'aspect positif de son action à l'égard des « indigènes », considérés comme des « races inférieures ». L'imaginaire « colonial » a fabriqué une idéologie qui s'est fixée dans les mentalités à la fois des Européens et des colonisés. Le discours anticolonial postérieur n'aura pas totalement aboli cette culture dominante, dont les héritages se prolongent au-delà de la fin des empires et continuent de façonner l'imaginaire des Occidentaux.

Pour les grands empires coloniaux (comme le Royaume-Uni et la France), cet imaginaire se déploie en plusieurs vagues visuelles : un premier temps préfigurant la colonisation moderne (1760-1830), un deuxième temps où s'organise la légitimation de la colonisation (1830-1880), un troisième temps qui correspond à une abondante production iconographique (1880-1920), un quatrième temps d'apogée des empires (1920-1945) et un cinquième temps qui est celui des décolonisations (1945-1975). Les images diffusent massivement, à chaque époque, un message de propagande capable de séduire un large public, car les empires faisaient rêver les populations blanches.

Le tableau « Mission civilisatrice » de Paul Gauguin illustre la vision coloniale de la mission civilisatrice. Le tableau dépeint un missionnaire blanc et un indigène noir dans une scène de plantation. Le missionnaire est représenté comme un héros civilisateur, tandis que l'indigène est dépeint comme un sauvage. Le tableau est une œuvre majeure de l'art colonial français.



« Mission civilisatrice », Paul Gauguin, 1882.



Y'a bon... Banania, le petit déjeuner familial [France], affiche signée Hervé Morvan, 1955.

FOCUS

Émancipation

Le tableau de François Auguste Biard représente une scène d'émancipation des esclaves dans les colonies, au moment de la proclamation de l'abolition de l'esclavage à La Réunion. Au centre, deux esclaves noirs manifestent leur joie, bras levés et chaînes déliées. D'autres, agenouillés, semblent remercier le député chargé de l'annonce de l'abolition, dominant sur son estrade, représentant la République (qui vient d'adopter le décret dont il tient une copie dans la main droite). Sur la droite du tableau, c'est la société coloniale qui apparaît, toute de blanc vêtue, recevant dignement les remerciements d'une ancienne esclave. Le tableau rend compte de l'utopie du temps, forte de l'universalité de ses principes et encline à faire participer les colonies à la grande messe républicaine. Mais dans cette image, seuls les Blancs sont mis en valeur comme les acteurs de l'histoire. Le tableau de François Auguste Biard affirme le siècle des puissances impériales triomphantes, sûres de leur légitimité et de leur bienveillance à l'égard des peuples colonisés alors que ce sont les esclaves eux-mêmes qui se sont libérés.



L'abolition de l'esclavage dans les colonies françaises (27 avril 1848), huile sur toile de François-Auguste Biard, 1849.

IMAGE POSITIVE

Jean-Baptiste Belley

« Je n'ai qu'un mot à vous dire : c'est le pavillon tricolore qui nous a appelés à la liberté. » [Jean-Baptiste Belley, discours, 11 février 1794]. [Jean-Baptiste Belley, né sur l'île de Gorée au Sénégal en 1750, Jean-Baptiste Belley (dit « Timbazé ») est vendu très jeune comme esclave à Saint-Domingue. Il parvient à racheter sa liberté grâce à son travail. Fervent républicain, il est élu, durant la Révolution française, représentant de Saint-Domingue à la Convention et siège à Paris comme député, jouant un rôle clé dans le vote du décret d'abolition de l'esclavage en 1794. Jean-Baptiste Belley a été le premier député noir dans l'histoire des Assemblées françaises.]

Portrait de Jean-Baptiste Belley [France], huile sur toile d'Anne-Louis Girodet de Roussy-Trianon, 1797.



« Un sauveur » [France], chromolithographie publicitaire pour le chocolat Poulain, 1892.

Esclavage et violence

Le tableau « Esclavage et violence » de Paul Gauguin illustre la violence de l'esclavage. Le tableau dépeint un esclave noir et un maître blanc dans une scène de plantation. Le maître est représenté comme un tyran, tandis que l'esclave est dépeint comme un opprimé. Le tableau est une œuvre majeure de l'art colonial français.



« Esclavage et violence », Paul Gauguin, 1882.



“ Les colonisés savent désormais qu'ils ont sur les colonialistes un avantage, ils savent que leurs “maîtres” provisoires mentent. Donc que leurs maîtres sont faibles.”

Aimé Césaire, *Discours sur le colonialisme*, 1950



« Paris. Jardin d'acclimatation. Femmes Achantis » [France], carte postale, vues stéréoscopiques de Julien Damoy, 1903.



L'INVENTION DU « SAUVAGE » & DU « MONSTRE »

L'exhibition d'êtres humains « exotiques » – désignée ici sous le vocable de « zoos humains » (*ethnics shows*) ou de « monstres » (*freaks shows*) a une très longue histoire, liée à celle de la diffusion du racisme et du suprématisme blanc. Entre univers du spectacle, monde savant et exposition institutionnelle, les zoos humains mettent en scène la hiérarchisation raciale et légitiment la colonisation. Le zoo humain est conçu pour distraire et « éduquer », au carrefour de la science vulgarisée et des spectacles de music-hall.

C'est au début du XIX^e siècle que les premiers exhibés sont mis en scène devant le grand public. C'est le cas de la Vénus hottentote (Saartjie Baartman, jeune femme khoïsan de la région du Cap en Afrique du Sud), exhibée entre 1810 et 1815 à Londres et à Paris. Londres s'impose comme la capitale européenne des « spectacles exotiques ». Puis les exhibitions se développent aux États-Unis, en Allemagne et en France. En voulant montrer une « identité » supposée, une « race » ou une « anomalie » – qui peut être belle ou laide, selon les critères subjectifs de l'époque –, ces exhibitions participent à la diffusion des hiérarchies raciales, dans un dispositif qui associe intimement le spectaculaire et le ludique.

La notion de *freak shows* est aussi ancienne. Outre l'exhibition de « monstres » dans les foires au Moyen Âge, on en trouve les premières traces documentées vers 1630 avec l'exhibition de Tognina Gonsalvus, au corps recouvert de poils, à la cour du roi Henri II au milieu du XVI^e siècle et, par la suite, celle des frères siamois Colloredo, Lazarus et Joannes Baptista, dans toute l'Europe. C'est aux États-Unis, en 1841, avec Phineas Taylor Barnum et son *American Museum Hall of Human Curiosities* installé à Manhattan, que se popularise ce type de spectacles grâce à des prix attractifs. Plus de trente millions de visiteurs y découvrent le « sauvage de Bornéo » et le « prince de Fidji », mais également toute une galerie de « monstres » dont des femmes obèses, des sœurs siamoises et des femmes à barbe.

Les zoos humains donnent à voir au public un « sauvage » inventé. Entre la fin du XIX^e siècle et la fin de l'entre-deux-guerres, ces exhibitions se comptent par centaines dans toute l'Europe, aux États-Unis et au Japon. Cartes postales et photos-cartes sont vendues par millions, les affiches tapissent les murs des grandes villes... pour présenter deux humanités, divisant le monde entre « sauvages » et « civilisés », entre visiteurs et visités. À partir des années 1930, les zoos humains déclinent. Les empires coloniaux sont à leur apogée et les zoos humains contredisent la « mission civilisatrice » légitimant la colonisation, laquelle devait faire disparaître la « sauvagerie ». Ces exhibitions seront peu à peu aussi concurrencées par le cinéma dont la diffusion explose. Les « peuples sauvages », devenus désormais familiers sur les écrans, ne font plus recette dans les foires.

Hierarchiser

La hiérarchisation raciale est au cœur de l'exposition de 1930. Elle vise à montrer au public que les « sauvages » sont inférieurs à la civilisation occidentale. Les visiteurs sont encouragés à regarder les « sauvages » comme des objets d'étude et de curiosité, plutôt que comme des êtres humains. Cette hiérarchisation est renforcée par la mise en scène des « sauvages » dans des environnements qui les isolent et les rendent plus faciles à observer. Les visiteurs sont encouragés à regarder les « sauvages » comme des objets d'étude et de curiosité, plutôt que comme des êtres humains. Cette hiérarchisation est renforcée par la mise en scène des « sauvages » dans des environnements qui les isolent et les rendent plus faciles à observer.

FOCUS

Phineas Taylor Barnum

En 1860, Phineas Taylor Barnum montre pour la première fois sur scène un *freak* à la peau noire, sous le titre *What Is It?* (Qu'est-ce donc ?) ou « l'homme-singe ». Il marqua plusieurs générations de spectateurs avides de curiosités et fut un des plus célèbres *freaks* exhibés sur scène. À l'âge de 4 ans, William Henry Johnson a été vendu par ses parents à Barnum, qui reconnaît en lui le « parfait sauvage » dont il a besoin pour son show et lui fabrique une nouvelle identité pour rendre le « monstre » plus attrayant, afin de mieux vendre le spectacle. Johnson jouera jusqu'à 84 ans et mourra en 1926. La légende précise que, sur son lit de mort, il aurait dit à sa sœur : « Eh bien, on les a eus pendant longtemps ! »



William Henry Johnson [États-Unis], photographie de Mathew Brady, c. 1895.



In der Tierbude [Dans le marché aux animaux] [Allemagne], huile sur toile de Paul Friedrich Meyerheim, 1894.



Distraire

Le spectacle « distrait » le « sauvage » et le « monstre » de la réalité. Il vise à divertir le public et à le faire oublier les questions de race et de colonialisme. Les « sauvages » et « monstres » sont présentés comme des objets de curiosité et de divertissement, plutôt que comme des êtres humains. Cette distraction est renforcée par la mise en scène des « sauvages » dans des environnements qui les isolent et les rendent plus faciles à observer.

IMAGE POSITIVE

Faux sauvages, regards stéréotypés

Coco Fusco est une artiste interdisciplinaire originaire de New York. En 1992, dans le cadre du projet *White Bear*, elle réalise avec Guillermo Gómez-Peña une performance intitulée *Deux Américains non découverts visitent l'Ouest*. Les deux artistes effectuent des actions censées être « primitives » afin de renforcer l'aspect d'« authenticité des origines » du projet. Ils manipulent des poupées vaudou et se laissent nourrir par le public qui leur tend des bananes à travers les barreaux de leur cage. Coco Fusco explique : « Comme nous avons assumé le rôle stéréotypé du sauvage domestiqué, de nombreux membres du public se sont sentis en droit d'assumer le rôle du colonisateur. » Ils montrent ainsi que les mécanismes coloniaux et les modes de pensées anciens sont encore des réflexes dans le présent.



The Couple in the Cage [Le couple dans une cage]. Performance de Coco Fusco, photographie de Nancy Lytle, 1993.



« Exposition de Nancy. Village sénégalais » [France], carte postale, 1909.

« L'exhibition au Jardin d'Acclimatation des femmes à plateaux nous paraît être une initiative [...] malheureuse. Le métropolitain n'a [plus] besoin qu'on lui fournisse de nouvelles raisons d'accumuler des idées fausses sur les indigènes des colonies. »

Paulette Nardal, *Le Soir*, 1930



Segregated Water Fountain [Fontaine à eau séparée] [Caroline du Nord, États-Unis], photographie, c. 1952.

IMAGES, SÉGRÉGATION & SÉPARATION

Les discriminations diffèrent de la ségrégation, même si les deux processus fonctionnent selon des mécanismes comparables : les premières sont des actes individuels, des comportements et des procédures d'exclusion ; la seconde opère selon un fonctionnement institutionnalisé de la séparation, impliquant des lois et des codes. La religion, la « race », la couleur de peau, le statut politique (citoyen/étranger) ou social peuvent fonder un système de ségrégation. La ségrégation peut être civique (comme aux États-Unis après la guerre de Sécession), structurelle (en Australie, au Canada, en Afrique du Sud ou en Rhodésie), spatiale (à l'encontre des populations immigrées), coloniale (différenciant les statuts des « indigènes » et des colons).

Dans cette configuration, les discriminations peuvent précéder un processus de ségrégation, l'accompagner ou en être les héritières, mais aussi structurer les politiques migratoires. Ainsi, en Australie, jusqu'aux années 1970, les « immigrations blanches » ont été privilégiées, et les Aborigènes subissaient une ségrégation à l'intérieur même de leur pays, les enfants étant élevés dans les missions afin qu'ils se fondent dans la société « blanche » (comme au Canada pour les Amérindiens ou en Nouvelle-Calédonie pour les Kanaks).

Après le choc de la Grande Guerre et le renouveau du Ku Klux Klan aux États-Unis, les lois raciales et la ségrégation n'ont cessé de s'amplifier. Une abondante culture visuelle légitime cette législation, à l'aune de la crise économique qui va en permanence réduire l'« autre » à une animalité (y compris dans ce type d'allégorie faisant des « enfants noirs » des êtres nés dans des œufs). La mise en place d'une législation ségrégationniste a été un processus progressif aux États-Unis, après la guerre de Sécession et dans le dernier tiers du XIX^e siècle. Peu à peu, la société américaine acte des dispositifs séparés dans les lieux publics, comme les toilettes, les lavabos et les fontaines à eau, mais également dans les écoles ou moyens de transport. La division « raciale » concerne également les Asiatiques (Japonais et Chinois surtout) et les Amérindiens (notamment entérinée par l'*Indian Citizenship Act* en 1924).

Les images dénonçant la ségrégation accompagnent le combat qui s'engage en faveur des droits civiques. Cette lutte aboutit à une abolition progressive du système de ségrégation légale. La longue histoire de la ségrégation aux États-Unis aura cependant causé la mort, notamment, de près de 4 000 Africains-Américains aux États-Unis, lynchés et tués... sans qu'aucun Blanc n'ait jamais été condamné pour ces crimes.



Vivien Leigh et Hattie McDaniel dans *Gone With the Wind* (*Autant en emporte le vent*) [États-Unis], photogramme du film de Victor Fleming, 1939.

IMAGE POSITIVE

The Problem We All Live With

Le 14 novembre 1960, aux États-Unis, Ruby Bridges, 6 ans, devient la première petite fille noire à intégrer une école blanche en Louisiane (William Frantz Elementary School). Le pays est alors au début d'un processus de déségrégation des États ségrégués du Sud qui ne fait pas l'unanimité au sein de la population américaine, notamment dans ces États. Ruby doit être escortée par des agents fédéraux pour assurer sa sécurité et, en dépit de son jeune âge, des projectiles sont lancés en sa direction. Le peintre Norman Rockwell immortalise cet événement clé de la lutte pour les droits civiques aux États-Unis dans sa toile *The Problem We All Live In* [Le problème avec lequel nous vivons tous]. Publiée à la une du magazine *Look* le 14 janvier 1964, cette peinture a eu un impact profond et a participé à la sensibilisation du public aux réalités brutales de la ségrégation. Ruby Bridges demeure une icône puissante de la résilience et du courage face à l'injustice.

Le tableau *The Problem We All Live With* [Le problème avec lequel nous vivons tous] de Norman Rockwell exposé au Norman Rockwell Museum [Stockbridge, États-Unis], photographie, 2021.



« Black Chicks » [Poussins noirs] [Afrique du Sud], carte postale, 1915.



« Sa mère l'a acheté au "marché noir" » [France], carte postale, 1945.

FOCUS



Jeux Olympiques de Mexico 1968. Les athlètes étasuniens Tommie Smith [médaillé d'or] et John Carlos [médaillé de bronze], le poing levé, et l'Australien Peter Norman [médaillé d'argent] sur le podium du 200 mètres [Mexique], photographie d'Angelo Cozzi, 17 octobre 1968.

La contre-image de Mexico 1968

Le 17 octobre 1968, comme l'écrit Alain Mabanckou dans *Le Racisme en image* (2021), « en levant leur poing ganté de noir (symboles de la lutte contre la ségrégation des Black Panthers), en baissant la tête devant le drapeau américain, en portant un foulard ou un collier autour du cou (qui rappelle les lynchages d'esclaves) et en déposant leurs chaussures au pied du podium en signe de pauvreté des Africains-Américains, les coureurs de 200 mètres Tommie Smith et John Carlos – arrivés premier et troisième de la finale – sont entrés dans l'Histoire ». Les deux champions de l'université de San José (surnommée « Speed City » pour ses sprinters) réclament l'égalité interraciale dans le sport et dans le reste de la société états-unienne mais luttent également contre les discriminations dans le monde. Inspiré par le boxeur Mohamed Ali comme par le combat des Black Panthers, leur engagement s'inscrit dans le contexte du mouvement pour les droits civiques et des révoltes étudiantes de l'année 1968. Sur le podium, l'athlète australien Peter Norman porte lui aussi, par solidarité, le badge de l'*Olympic Project for Human Rights* (OPHR). S'ils sont passés à la postérité et ont permis à la cause des Africains-Américains d'être reconnue internationalement, Tommie Smith et John Carlos ont néanmoins payé cher leur engagement, tout comme d'ailleurs Peter Norman. Exclut de l'équipe américaine, bannis du stade olympique, ils n'ont jamais réussi à se faire employer à la hauteur de leurs compétences en athlétisme.



Violences

En 1955, Rosa Parks refuse de céder sa place à un Blanc sur un bus à Montgomery (Alabama). Cette action déclenche le mouvement pour les droits civiques mené par Martin Luther King. En 1957, l'école Little Rock est intégrée par neuf élèves noirs, provoquant l'assaut de l'armée américaine. En 1964, le mouvement des droits civiques est réprimé par la loi sur les droits de vote, qui rend plus difficile voter pour les personnes de couleur. En 1968, le mouvement pour les droits civiques est réprimé par la loi sur les droits de vote, qui rend plus difficile voter pour les personnes de couleur.



“ Nous ne serons jamais satisfaits tant que les Noirs seront les victimes de l'horreur indicible de la brutalité policière.”

Martin Luther King, 28 août 1963



Parade du Ku Klux Klan à Washington D.C. [États-Unis], photographie, 13 septembre 1926.

PROPAGANDE POLITIQUE, HAINE & EXTREMISME

Sous le III^e Reich comme chez les suprémacistes américains ou les partis d'extrême droite, le « White Power » construit un imaginaire tout au long du XX^e siècle, qui perdure dans l'activisme militant d'extrême droite au XXI^e siècle. Les codes, les images et les slogans revendiquent la suprématie de la « race blanche » et la nécessité de la protéger des autres « races », le refus de tout métissage et l'idée d'une guerre universelle entre les « races ». Les responsables nazis développent cette idéologie raciste jusqu'à élaborer la « solution finale » contre les Juifs, les Tsiganes, les homosexuels et les handicapés. Ces thèses structurent également le discours du Ku Klux Klan, à la fois ségrégationniste, raciste, anti-Noirs, antisémite et xénophobe.

Le « White Power » a une longue histoire. Celle-ci est emplie de symboles, d'imaginaires, de « pères fondateurs », de fantasmes, de mouvements politiques, mais aussi de pratiques juridiques et étatiques – en Europe, aux États-Unis et au Canada, reprises sous de multiples formes dans le reste du monde, notamment en Afrique du Sud, en Rhodésie, au Japon, en Inde et en Amérique du Sud. Le « White Power » est aussi le produit d'une double réaction : la prise de conscience que l'on est blanc et la peur de perdre les « avantages » de ce « statut ». Cette pensée politique arrive tardivement dans l'histoire, au milieu du XIX^e siècle, en lien avec l'entreprise coloniale, les enjeux autour des « minorités raciales » et la hantise du déclin de l'Occident.

Le mythe antique de la « pureté », la valorisation du corps « parfait » sont associés dans une mise en scène visuelle hégémonique pour mobiliser l'opinion. De l'autre côté de l'Atlantique, les défilés du Ku Klux Klan (comme à Washington en 1926), leurs affiches et leur propagande, leurs tenues et symboles, mais aussi leur influence sur le cinéma (le film *Naissance d'une nation* de D.W. Griffith) ou sur les politiques ségrégationnistes, ainsi que les images de lynchages, largement diffusées à l'époque, alimentent une pensée suprémaciste qui fonctionne sur les mêmes codes que l'idéologie nazie. En Afrique du Sud, l'apartheid fixe dans la loi la séparation des « races ». Cette culture raciste, ayant intégré la séparation des « races » au sein du système colonial (déclinant de l'après-Seconde Guerre mondiale), fabrique le mythe d'un « peuple blanc élu » légitime sur cette terre sud-africaine que lui a donnée Dieu.

Cette symbolique est aussi désormais reprise par des activistes terroristes suprémacistes, comme Brenton Tarrant, responsable du massacre dans les mosquées de Christchurch (Nouvelle-Zélande) en mars 2019, après avoir été un axe central de la propagande d'extrême droite.



L'organisation sud-africaine Afrikaner Weerstandsbeweging [AWB], lors d'un rassemblement autour du Voortrekker Monument à Pretoria [Afrique du Sud], photographie d'Adil Bradlow, 23 septembre 1989. Le 6 septembre 1989, les élections générales sud-africaines, les dernières de l'ère de l'apartheid, ont eu lieu, marquant un tournant majeur dans le paysage politique du pays. Juste après ces élections, le 14 septembre 1989, Frederik de Klerk, dernier président blanc de l'Afrique du Sud, sera élu à l'unanimité du collège électoral. En réponse à aux évolutions politiques du pays de l'Apartheid, le 23 septembre 1989, le Mouvement de résistance afrikaner (un groupe radical s'opposant à la fin de l'apartheid), a organisé un rassemblement autour du Voortrekker Monument à Pretoria. Ce monument, symbole de l'héritage afrikaner et inauguré en décembre 1949 comme symbole du « pouvoir blanc », devient le symbole historique de leur opposition aux réformes politiques et à la fin du système de ségrégation. En 1949, lors du « Jour du vœu » et en présence du gouvernement sud-africain au complet, plus de 250 000 personnes assistées à l'événement.



Nouveaux croisés

Le rassemblement de la fin de l'apartheid, le 23 septembre 1989, est un événement historique. Il marque la fin d'un régime de ségrégation raciale qui a duré pendant plus de quatre décennies. Ce rassemblement a été organisé par le mouvement de résistance afrikaner, un groupe radical s'opposant à la fin de l'apartheid. Le rassemblement a eu lieu au Voortrekker Monument à Pretoria, un lieu chargé de symboles pour les Afrikaners. Le monument a été inauguré en décembre 1949 et est devenu un symbole de l'héritage afrikaner. Le rassemblement de 1989 a été un événement majeur dans l'histoire de l'Afrique du Sud, marquant un tournant décisif dans le processus de transition démocratique.



IMAGE POSITIVE

Nelson Mandela
Éminent homme d'état sud-africain, leader historique de la lutte contre l'apartheid, Nelson Rolihlahla Mandela, surnommé « Madiba », rejoint le Congrès national africain (ANC) en 1943 pour combattre la domination politique blanche et la ségrégation raciale. Avocat, il s'engage d'abord dans la lutte non violente contre l'apartheid, mis en place à partir de 1948, avant de fonder la branche militaire de l'ANC, *Umkhonto we Sizwe* (Avant-garde de la nation), en 1961. Arrêté en 1962, il est condamné à perpétuité lors du procès de Rivonia, devenant un symbole mondial de la lutte pour l'égalité raciale. Après 27 ans d'emprisonnement, Mandela est libéré en 1990. Il prône la réconciliation et négocie avec le président Frederik de Klerk. Ils reçoivent ensemble le prix Nobel de la paix en 1993. Élu président en 1994, il devient le premier président noir d'Afrique du Sud, après les premières élections démocratiques non ségrégues. Après son mandat, en 1999, Nelson Mandela se retire de la politique active tout en soutenant l'ANC. Il s'implique dans des associations de lutte contre la pauvreté et le sida, restant une figure emblématique des droits de l'homme. Décédé en 2013, il est célébré comme le père de la « nation arc-en-ciel » sud-africaine.

Statue de Nelson Mandela au centre de détention Drakenstein [Afrique du Sud], photographie de A.Shropshire-Lad, 2014.

“ Le raciste est celui qui pense que tout ce qui est trop différent de lui le menace dans sa tranquillité.”

Tahar Ben Jelloun, *Le racisme expliqué à ma fille*, 1998



Fascistes en Europe

Le fascisme est un mouvement politique et idéologique qui a émergé en Italie au début du XX^e siècle. Il est caractérisé par une idéologie raciste, une vision autoritaire de la société et un soutien à la violence. Le mouvement fasciste a été influencé par le nationalisme et le militarisme. En Europe, le fascisme a été adopté par plusieurs pays, notamment l'Italie, l'Allemagne nazie et le Japon. Le fascisme a conduit à la Seconde Guerre mondiale et à des crimes contre l'humanité.



FOCUS

Allégorie extrémiste

La Ligue française d'épuration, d'entraide sociale et de collaboration européenne, appelée couramment Ligue française, est un mouvement politique collaborationniste français fondé par Pierre Costantini en septembre 1940, avec le soutien de l'Allemagne, alors que la France est occupée. Elle dispose d'un organe, *L'Appel*, dont le premier numéro paraît le 6 mars 1941. Cette affiche éditée à partir de 1942 désigne les ennemis de la France : les Juifs à droite et les francs-maçons à gauche. Pour symboliser leurs crimes contre la France, c'est le soldat inconnu qui sort de la flamme sous l'Arc de triomphe et annonce « Assez ». Les visages des deux « ennemis » sont stéréotypés à outrance, avec des symboles de l'anti-France (les Juifs et les francs-maçons), et, derrière, les militants de la Ligue sont en ligne, prêts à défendre la nation. Cette propagande politique joue avec un slogan simple (« Assez ») et des images immédiatement identifiables pour le public pour désigner les groupes qui n'ont rien à faire dans le pays et doivent être éliminés.



Assez ! [France], affiche signée Venabert pour la Ligue française, imprimerie Bedos & Cie, 1941.





« Heures de loisirs aux colonies » [France], carte postale, 1908.

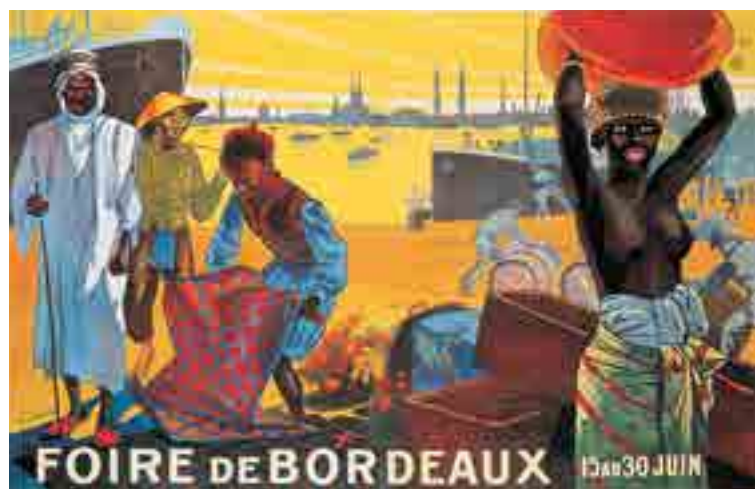
SEXUALISATION, DOMINATION & EXOTISME

S iècle après siècle, les « femmes exotiques » ont été à la fois des objets de désir et de répulsion pour les Occidentaux, car l'altérité de ces femmes est à la fois attractive et amoral. Dans la période de formation des espaces coloniaux, le manque de femmes européennes favorise les liaisons entre hommes colons et femmes colonisées, dans un contexte où les premiers sont dans une position dominante vis-à-vis des secondes.

Le Nouveau Monde est bientôt considéré comme une sorte de « paradis sexuel » peuplé de « sauvages » qui vivent dans la débauche. Aux siècles suivants, les descriptions fantasmées des grandes découvertes en Asie, en Océanie et, surtout, en Afrique et en Amérique participent activement à la construction d'un imaginaire occidental où le corps exotique semble s'offrir aux colonisateurs. Dès le début du XVIII^e siècle, les traductions des *Mille et une nuits* connaissent un grand succès et enflamment les imaginaires. Les orientalistes, peintres comme écrivains, reprennent le flambeau pour décrire un univers de « femmes soumises », vivant recluses dans des harems fantasmés. Cet imaginaire sera prolongé par la photographie.

Dans cette perspective, les représentations des prostituées jouent un rôle central dans les fantasmes que véhiculent la littérature et l'iconographie coloniales. Dans tous les empires coloniaux, se déploient les images de la Congaï indo-chinoise, de la Mauresque nord-africaine, de la Bayadère indienne, de la Vahiné accueillante, tandis qu'émerge la figure de la « ménagère » en Afrique subsaharienne, qui caractérise alors la domination « institutionnalisée ». L'envers du décor de cet imaginaire orientaliste est la crainte permanente que la femme blanche soit attirée par l'homme « indigène » : un véritable tabou. Après la fin des empires coloniaux et de la ségrégation officielle aux États-Unis, le fantasme de la femme exotique demeure toutefois, de même que la peur que l'ex-indigène (désormais immigré) s'approprie la femme occidentale. La « Beurette », l'« Asiatique soumise » et la « femme noire exotique » continuent à faire fantasmer et sont utilisées notamment dans l'univers pornographique du XXI^e siècle.

À l'ère de la réalité virtuelle, l'IA fabrique de nouveaux stéréotypes. Le profil Barbie devient la règle imposant un « modèle de beauté » en référence aux sculpteurs antiques. Dès 2019, dans le livre *L'Intelligence artificielle, pas sans elles !*, Aude Bernheim et Flora Vincent dénonçaient les biais de programmation aboutissant à des stéréotypes sexistes générés par l'IA. En cherchant avec les mots « femme normale », vous obtenez 90 % de visages à la peau claire ; quasiment 100 % si vous tapez « femme belle ».



Foire de Bordeaux [France], affiche signée René Lataste, 1923. Sur cette affiche, René Lataste fabrique de toutes pièces l'image fantasmée d'une travailleuse aux seins nus sur les docks de Bordeaux afin d'attirer le visiteur dans l'exposition et obtenir son soutien dans l'action coloniale.



Possession Jean-Louis Forêt, 1919. Les deux femmes à gauche sont des femmes de couleur, à droite une femme blanche. Le tableau illustre le thème de la possession sexuelle, un motif récurrent dans l'imaginaire colonial.



« Possession », 1919, Jean-Louis Forêt. Le tableau illustre le thème de la possession sexuelle, un motif récurrent dans l'imaginaire colonial.

IMAGE POSITIVE

Un corps politique

Par le collage, Delphine Diallo accumule diverses références, construit une nouvelle histoire et présente une image de la femme a contrario des clichés. À la manière d'un cadre autour d'un portrait – ici l'autoportrait de l'artiste –, ces images, empruntées à l'histoire politique et à la culture visuelle populaire et artistique, invitent l'observateur à réfléchir sur le poids du passé dans la formation des identités et sur le choc visuel des images dans nos mémoires collectives.



« Libreville. Pahouine » [Gabon], photographie de F. Guillois, carte postale, éditée par P. & G., 1913. Cette mise en scène pour une carte postale commercialisée est assez rare. Le message est explicite, comme la photographie ou la posture de la jeune femme. La scène est suffisamment pornographique pour que l'expéditeur ou le service des postes au Gabon ait décidé de placer un timbre sur l'entrejambe pour cacher le sexe de la jeune femme. Cette réaction, qui n'est pas exceptionnelle, montre que nombre de cartes postales étaient jugées à la limite des « bonnes mœurs » au regard des sujets traités, comme ici la prostitution de maison des colons.

“ Le harem ! À ce seul mot, l'Européen monogame entrevoit un paradis sensuel, une luxure à jet continu [...] ”

André-D. Rebreyend, *Les Amours marocaines*, 1919

Fantasmes

Les fantasmes orientalistes ont été à la fois des objets de désir et de répulsion pour les Occidentaux, car l'altérité de ces femmes est à la fois attractive et amoral. Dans la période de formation des espaces coloniaux, le manque de femmes européennes favorise les liaisons entre hommes colons et femmes colonisées, dans un contexte où les premiers sont dans une position dominante vis-à-vis des secondes.



FOCUS

Black is beautiful

« Brune is Beautiful », proclamait, en 1988, une « jeune fille noire » dans une publicité pour la bière Pelforth. Souvent dénudées, les jeunes femmes sont « offertes », apparemment sans résistance aucune, à la consommation de masse (alors que les corps masculins jouent, au contraire, le registre d'une hypervirilité). Omniprésents, les « corps exotiques » se voient constamment (ré)assignés à leur statut d'objet de désir. La publicité joue même de la transformation du slogan des Africains-Américains : de « Black is Beautiful » on passe à « Brune is Beautiful », variante des publicités *United Colors of Benetton* d'Oliviero Toscani ou renvoyant à la féminité/féminité d'une Grace Jones mise en scène par Jean-Paul Goude. Une érotisation des corps « exotiques » toujours présente aujourd'hui, comme le montrent les campagnes publicitaires des glaces Häagen-Dazs, du papier à cigarette OCB ou bien des confiseries Hershey's, réduisant la femme noire à une partie de son corps, les plis de son dos étant assimilés à des couches de chocolat liquide.



« Brune is beautiful » [France], affiche de l'agence Alice pour Pelforth, 1988. Cette publicité s'inspire du slogan historique « Black is beautiful » utilisé dans la lutte pour les droits civiques aux États-Unis par les Black Panthers.