



EXPOSITION

RACISME & ANTISÉMITISME EN IMAGES

Discriminations, préjugés & stéréotypes

- 1 | RACISME & ANTISÉMITISME EN IMAGES**
Discriminations, préjugés & stéréotypes
- 2 | IMAGES DE LA « RACE »**
& DE LA « HIÉRARCHIE DES RACES »
- 3 | IMAGES, STÉRÉOTYPES**
& TYPOLOGIES
- 4 | IMAGES, CARICATURES**
& FACIÈS
- 5 | IMAGES PUBLICITAIRES, HUMOUR**
& CULTURE POPULAIRE
- 6 | IMAGES, ASIATIQUES**
& PÉRIL JAUNE
- 7 | IMAGES, JUIFS**
& ANTISÉMITISME
- 8 | IMAGES, ARABES/ORIENTAUX/AMAZIGHS**
& HAINE DE L'ISLAM
- 9 | IMAGES, AMÉRICAINS**
& SAUVAGERIE
- 10 | IMAGES, GITANS/BOHÉMIENS/TSIGANES**
& STIGMATISATION
- 11 | IMAGES, AFRICAINS/NOIRS**
& NÉGROPHOBIE
- 12 | IMAGES, ESCLAVAGE**
& COLONISATION
- 13 | L'INVENTION DU « SAUVAGE »**
& DU « MONSTRE »
- 14 | IMAGES DU BLANC/MÉTIS**
& DE LA BLANCHEUR
- 15 | IMAGES, MÉPRIS DES FEMMES**
& ANTIFÉMINISME
- 16 | SEXUALISATION, DOMINATION**
& EXOTISME
- 17 | IMAGES, HOMOPHOBIES**
& ORIENTATIONS SEXUELLES
- 18 | PROPAGANDE POLITIQUE, HAINE**
& EXTRÉMISME
- 19 | IMAGES, XÉNOPHOBIE**
& REJET DE L'ÉTRANGER
- 20 | IMAGES, SÉGRÉGATION**
& SÉPARATION

RACISME & ANTISÉMITISME EN IMAGES

Discriminations, préjugés & stéréotypes

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.

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 poussera 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 différentialistes 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.

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 anthropobiologistes 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.

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 » (Pakistanais) 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'explicite 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.



IMAGES, CARICATURES & FACIÈS

La caricature, en déformant les traits et les visages et en exagérant des détails physiques, vise à représenter, soit à critiquer ou à louer. Son rôle est, évidemment, souvent éducatif. Il s'agit, principalement, de sensibiliser et de faire réfléchir sur une problématique sociale ou politique.

À partir de la Renaissance, la caricature s'inscrit progressivement le visage d'un être humain, puis s'affirme dans le domaine politique. À la fin du XVIII^e siècle, elle tend à devenir plus satirique et plus critique. Au cours du XIX^e siècle, elle devient un instrument de propagande. Les caricatures, en déformant et en exagérant l'apparence physique – mais aussi les traits culturels, religieux ou idéologiques –, font ainsi l'objet d'une véritable caricature utilisée à l'usage des hommes. En introduisant des éléments nouveaux et inhabituels, elle vise à susciter une réaction positive chez le public. Elle est, ainsi, un moyen de sensibiliser et de faire réfléchir sur une problématique sociale ou politique.

De la caricature sociale à la caricature politique, elle vise à critiquer l'individu et à le rendre socialement identifiable. Des détails significatifs sont ajoutés, tels que des traits de visage, des vêtements, des accessoires, etc. Elle vise à susciter une réaction positive chez le public. Elle est, ainsi, un moyen de sensibiliser et de faire réfléchir sur une problématique sociale ou politique.

Les traits de personnalité, les attitudes, les comportements, mais aussi les caractéristiques physiques, sont souvent utilisés pour critiquer ou louer. Elle vise à susciter une réaction positive chez le public. Elle est, ainsi, un moyen de sensibiliser et de faire réfléchir sur une problématique sociale ou politique.

Elle vise à susciter une réaction positive chez le public. Elle est, ainsi, un moyen de sensibiliser et de faire réfléchir sur une problématique sociale ou politique.

1848



1848

1848

1848

1848

1848



1848

1848



“ C'est juste une blague ! Vraiment ? Quand l'humour alimente les stéréotypes culturels et religieux.”

Emmanuel Chappette, Revue canadienne de science d'Afrique, 2012



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.

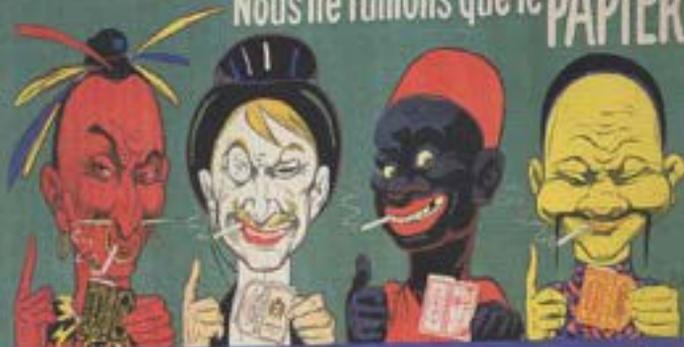
Rarement mue par un sens moral, la publicité est un parfait reflet des idées reçues de son temps. Lorsqu'il y a caricature, c'est pour proposer un message porteur, afin que chacun puisse immédiatement identifier la personne représentée. Mais ce qui était accepté il y a encore deux ou trois décennies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

Nous ne fumons que le PAPIER



ABADIE

IMAGES PUBLICITAIRES, HUMOUR & CULTURE POPULAIRE

La publicité Abadie crée par Eugène Igit inspire le principe de « contextualiser pour représenter » de la carte à qui propose l'humour, avec un message simple. Tout simplement de façon à représenter des idées. Une fois cela fait, il est temps de réfléchir à la manière de le faire, puis d'illustrer par l'image. La création des images publicitaires, des affiches, des communications marketing se peut fonctionner que si les messages passent à travers le filtre de l'humour.

Humour et publicité sont un parfait reflet des idées reçues de son temps. L'humour y a contribué, mais pour proposer un message positif, afin que chaque public puisse immédiatement identifier l'information représentée. Mais ce qui était accepté il y a 50 ans n'est plus accepté dans le monde de la publicité des années 2000 (par exemple).

Ainsi, notamment, les attitudes racistes - les Niggers, les Juifs et les communistes étaient pour « acheter » de bonnes pour des idées positives de consommation, tandis que le mariage, le genre, l'ethnicité, une certaine sexualité, l'homosexualité spécifique de certains individus de l'époque ont été les personnages principaux des publicités pour des cigarettes ou un autre produit pour le mariage La Petit (Benoît) notamment pour les enfants. Le film fait souvent référence à l'humour, comme l'humour de la « Moustache » ou pour certains produits spécifiques. La « Moustache » est un genre à part entière, plus que l'humour, l'humour, l'humour, le « Moustache » est l'humour d'une certaine façon dans quelques années.

Le message publicitaire pour le mariage de Benoît, les films de Benoît, sur une représentation « décente » de l'usage de la cigarette. La création publicitaire encourage les films de la grande époque de l'usage de la cigarette avec la forme de l'usage de la cigarette publicitaire, qui se voit d'être efficace pour vendre. L'usage de la cigarette, en France, est devenu une partie de la culture de la cigarette pour le mariage de Benoît.

La technique de l'usage de la cigarette change - nous sommes entrés dans l'ère post-Benoît, qui refuse le « Moustache ». La création de l'usage de la cigarette de Benoît a été abandonnée dans la publicité. L'usage de la cigarette, en France, est devenu une partie de la culture de la cigarette pour le mariage de Benoît. L'usage de la cigarette, en France, est devenu une partie de la culture de la cigarette pour le mariage de Benoît.



Publicité
 Une publicité pour un produit de consommation courante. Le message est simple et direct, utilisant un personnage reconnaissable pour attirer l'attention.



Publicité
 Une publicité pour un produit de consommation courante. Le message est simple et direct, utilisant un personnage reconnaissable pour attirer l'attention.



Publicité
 Une publicité pour un produit de consommation courante. Le message est simple et direct, utilisant un personnage reconnaissable pour attirer l'attention.



Publicité
 Une publicité pour un produit de consommation courante. Le message est simple et direct, utilisant un personnage reconnaissable pour attirer l'attention.



5 IMAGES D'ARTISTES DE FRANCE



“ Mais je déchirerai les rires Banania sur tous les murs de France.”
 Leopold Sédar Senghor, *Œuvres complètes*, 1948

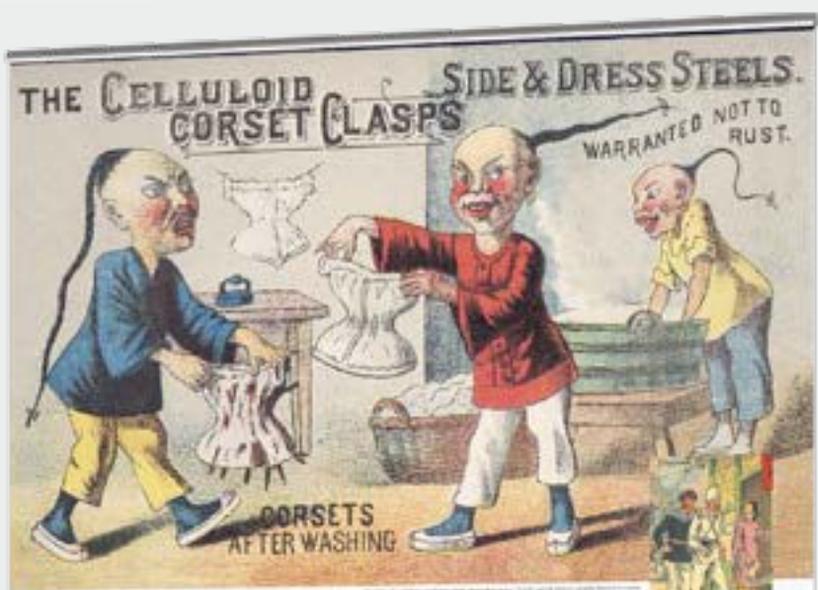
IMAGES, ASIATIQUES & PÉRIL JAUNE

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 !



IMAGES, ASIATIQUES & PÉRIL JAUNE

En 1900, avec le développement de l'opéra Grand, Emile Cressin réalisa l'opéra-journaux en collaboration avec le théâtre de la Comédie-Française. L'opéra-journaux est une forme d'opéra unique, à l'origine créée par Emile Cressin, en 1900, le magazine de son frère représentait un mélange de spectacle et de journalisme. Le théâtre chinois est représenté dans le film de 1900 de Louis Feuillade, « Les deux empereurs de Chine » et de Jacques-Émile Blanche dans « La France découverte » par le journal de la Comédie-Française. En 1900, les images de l'opéra-journaux ont été représentées par le journal de la Comédie-Française. En 1900, les images de l'opéra-journaux ont été représentées par le journal de la Comédie-Française. En 1900, les images de l'opéra-journaux ont été représentées par le journal de la Comédie-Française.



“ [La population] s'approche [...] avec une certaine antipathie, du Jaune et du Jaunâtre... ”
 Océline Bachu, L'Asie en France, 1904



IMAGES, JUIFS & ANTISÉMITISME

L'histoire de l'antisémitisme est ancienne. L'antisémitisme se développe et se fixe dans les images. Au Moyen Âge il provoque des pogroms, des vagues d'expulsion et de discrimination contre les Juifs, vus comme « autres » en Europe. Cette stigmatisation se fixe dans les imaginaires de la chrétienté : le Juif est « reconnaissable » à ses habits et à la couleur jaune qui lui est associée, marqueur codifié par le Concile de 1215. Dans l'imagerie religieuse, le Juif devient un « étranger de l'intérieur ».

Or, la haine antisémite redevient centrale au XIX^e siècle : les Juifs sont qualifiés de « race corrompue », dangereuse et dégénérée. En Allemagne comme en Russie (après la vague de pogroms de 1881-1884), mais aussi aux États-Unis, l'antisémitisme s'accompagne d'une violence extrême, sous forme de pogroms et de lynchages. La propagande atteint son apogée avec *Les Protocoles des Sages de Sion*, un faux texte publié par la police secrète du tsar en 1903 affirmant l'existence d'un « complot juif mondial ». En France, la vague antisémite prend de la vigueur sous la III^e République, notamment à travers l'affaire Dreyfus. Au cœur de l'affaire Dreyfus, les Juifs sont représentés sous des traits de reptiles ou de rongeurs dans le journal *L'Antijuif algérien* en mai-juin 1898, ou sous la forme d'autres animaux considérés comme nocifs sur la série de caricatures-planches du *Musée des horreurs* de Victor Lenepveu. Cet antisémitisme se déploie à nouveau au début des années 1930, pour aboutir aux discours et aux pratiques du régime de Vichy à partir de 1940. Si les mots blessent, le dessin de presse est l'arme majeure pour « abattre le Juif ». La déformation des morphotypes est la règle : le Juif est obèse, laid et sale, sa représentation est fréquemment associée à des animaux tels le porc, le serpent, l'araignée ou le cafard. L'image a permis au discours antisémite de sortir de l'espace militant des extrêmes de droite et de gauche pour toucher un vaste public, jouant sur la répulsion qu'inspirent ces images.

Cependant, sous le régime nazi, un nouvel imaginaire raciste émerge, qui évolue d'une volonté d'exclusion de toute vie sociale jusqu'à la volonté d'extermination, durant la Seconde Guerre mondiale. Après 1945, l'antisémitisme prend de nouvelles formes, sans jamais disparaître. Il perdure sur les réseaux sociaux, alimenté par l'extrême droite et les mouvements antisémites – en Occident mais aussi dans certains pays arabes ou musulmans –, qui reprennent l'imaginaire raciste des générations précédentes. Un cycle qui semble sans fin. Son faciès (nez crochu, cheveux frisés, barbiche...) est toujours associé à l'argent, à l'usure, aux scandales et à la corruption.



IMAGES, JUIFS & ANTISÉMITISME

L'histoire de l'antisémitisme est complexe, à l'intersection de idéologies et de faits dans les images. Au Moyen-Âge, il prend la forme de représentations négatives d'origine juive et de diabolisation des Juifs, soit comme le pire des péchés, soit comme le plus grand des crimes. Cette idéologie se fait dans les images de la christianité. « Le Juif est yémossissimile » ou « Le Juif est le pire des péchés » qui lui est associé, mais aussi celui qui a tué Jésus. Dans l'imaginaire religieux, le Juif devient un « étranger de l'étranger ».

Or, la France antichristienne entendait contrôler au 19^{ème} siècle les Juifs tout en affirmant de « tout ce qui est juif est mauvais ». En France, le Juif est représenté comme un Juif négatif de la religion de la République. Tout d'abord, le Juif est représenté comme un Juif négatif de la religion de la République. Tout d'abord, le Juif est représenté comme un Juif négatif de la religion de la République. Tout d'abord, le Juif est représenté comme un Juif négatif de la religion de la République.

Si les Juifs étaient, de façon générale, le Juif négatif pour le Juif, la France antichristienne entendait contrôler au 19^{ème} siècle les Juifs tout en affirmant de « tout ce qui est juif est mauvais ». En France, le Juif est représenté comme un Juif négatif de la religion de la République. Tout d'abord, le Juif est représenté comme un Juif négatif de la religion de la République. Tout d'abord, le Juif est représenté comme un Juif négatif de la religion de la République.



Le Juif et le serpent
 Le Juif est représenté comme un serpent, un animal qui se tortille et qui est considéré comme un animal sale et répugnant. Cette image est utilisée pour dépeindre les Juifs comme des êtres sales et répugnants.



Le Juif et le serpent
 Le Juif est représenté comme un serpent, un animal qui se tortille et qui est considéré comme un animal sale et répugnant. Cette image est utilisée pour dépeindre les Juifs comme des êtres sales et répugnants.



“ Quand vous entendez dire du mal des Juifs, dressez l'oreille, on parle de vous.”
 Proverbe Juif, Peau noire, mouche blanche, 1962

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 perdure 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, voleurs 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.

IMAGES, AMÉRICAINS & SAUVAGERIE

Aux États-Unis, dès le deuxième quart du XIX^e siècle, le spectacle de l'ailleurs 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 le *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 discrimine 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.

BUFFALO BILL'S WILD WEST

AND CONGRESS OF ROUGH RIDERS OF THE WORLD.



IMAGES, AMÉRICAINS & SAUVAGERIE

Aux États-Unis, dès la deuxième moitié du XIX^e siècle, le spectacle de l'Occident est incarné par les récits qui glorifient la conquête européenne de l'Amérique d'origine. Dans ces spectacles grandioses de la culture américaine se crée ainsi un autre image des peuplements indiens d'Amérique. La référence au « peuple des sauvages », ainsi que ne l'impose le réalisme de Buffalo Bill. Né en Amérique, ce « professionnel de l'étranger » organise des spectacles à succès à travers le monde. Les spectacles commencent à attirer les foules au plus « sauvage » et étonnant des endroits du globe : villages et habitats d'humains et d'indigènes, pour faire de public.

En 1881, George Henry Sells, associé avec de Maudslayi, la « première troupe nationale » qu'il produit en Grande-Bretagne et en France entre 1881 et 1890, organise des présentations de ses spectacles d'origine. Plus tard, plusieurs des premiers films du cinéma montrent des spectacles de l'indigène. En 1894, dans les studios de la Compagnie Latham d'inventeur au cinéma, W.S. Latham filme deux documents relatifs à des spectacles. À l'instar de la Compagnie de Buffalo Bill, les spectacles d'origine, qui sont en fait des spectacles de l'homme blanc.

À travers ces spectacles, les indigènes sont représentés en sauvages, plus de l'homme blanc. L'indigène de « Peau-Rouge » est un « non civilisé » sauvage vivant en état de nature. Buffalo Bill, le célèbre personnage de son spectacle, un homme blanc incarnant une culture indienne, se présente comme un « homme blanc » qui a été sauvé par un indigène, même si certains auteurs sont tentés par une interprétation. La finalité, la peinture, la photographie et le cinéma font un mélange qui légitime aux yeux de l'Occident les genres comme les films et les spectacles de la culture indienne. Les indigènes sont en fait des peuplements d'origine, les genres sont en fait des « spectacles ».

À l'instar de ces spectacles, les genres de l'origine sont en fait des spectacles de l'homme blanc. Les genres de l'origine sont en fait des spectacles de l'homme blanc. Les genres de l'origine sont en fait des spectacles de l'homme blanc.



Les spectacles de l'origine sont en fait des spectacles de l'homme blanc. Les genres de l'origine sont en fait des spectacles de l'homme blanc.



Le spectacle de l'origine est en fait un spectacle de l'homme blanc. Les genres de l'origine sont en fait des spectacles de l'homme blanc.



Le spectacle de l'origine est en fait un spectacle de l'homme blanc. Les genres de l'origine sont en fait des spectacles de l'homme blanc.



Les spectacles de l'origine sont en fait des spectacles de l'homme blanc. Les genres de l'origine sont en fait des spectacles de l'homme blanc.



Les spectacles de l'origine sont en fait des spectacles de l'homme blanc. Les genres de l'origine sont en fait des spectacles de l'homme blanc.



Les spectacles de l'origine sont en fait des spectacles de l'homme blanc. Les genres de l'origine sont en fait des spectacles de l'homme blanc.

“ [...] 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

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.

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'exotique 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.

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.



IMAGES, ESCLAVAGE & COLONISATION

L'esclavage peut être, certes, dénoncé, mais cela peut aussi légitimer, amplifier et, en fin de compte, répandre le fait de son usage. En ce qui concerne l'esclavage, elle démontre les conséquences étonnantes et ambivalentes. Depuis l'Égypte, la Grèce et la Rome antique, l'esclavage est un élément fondamental des sociétés et des économies, par exemple pour les cultures ou pour l'agriculture. Les esclaves étaient considérés comme des objets de commerce et non pas des personnes. Les esclaves étaient utilisés dans les mines, les plantations, les usines et les champs. Ils étaient considérés comme des objets de commerce et non pas des personnes. Les esclaves étaient utilisés dans les mines, les plantations, les usines et les champs. Ils étaient considérés comme des objets de commerce et non pas des personnes.

La colonisation a permis de faire de l'esclavage un commerce à l'échelle de quelques empires coloniaux pendant le XIX^e siècle et, pour d'autres, d'un empire mondial. Dans les décennies suivantes, les esclaves étaient considérés comme des objets de commerce et non pas des personnes. Les esclaves étaient utilisés dans les mines, les plantations, les usines et les champs. Ils étaient considérés comme des objets de commerce et non pas des personnes.

En 1848, le traité est signé. Le premier abolitionnisme est des plus pragmatiques en montrant la réalité de l'esclavage et la violence. Cette violence a produit une multitude d'images, certaines glorifiant l'esclavage, tandis que d'autres l'ont dénoncé et ont encouragé l'abolition.

La colonisation a permis de faire de l'esclavage un commerce à l'échelle de quelques empires coloniaux pendant le XIX^e siècle et, pour d'autres, d'un empire mondial. Dans les décennies suivantes, les esclaves étaient considérés comme des objets de commerce et non pas des personnes. Les esclaves étaient utilisés dans les mines, les plantations, les usines et les champs. Ils étaient considérés comme des objets de commerce et non pas des personnes.

Pour les grands empires coloniaux comme le Royaume-Uni et la France, les images de l'esclavage ont permis de faire de l'esclavage un commerce à l'échelle de quelques empires coloniaux pendant le XIX^e siècle et, pour d'autres, d'un empire mondial. Dans les décennies suivantes, les esclaves étaient considérés comme des objets de commerce et non pas des personnes. Les esclaves étaient utilisés dans les mines, les plantations, les usines et les champs. Ils étaient considérés comme des objets de commerce et non pas des personnes.



Remarque
L'illustration de l'esclavage a permis de faire de l'esclavage un commerce à l'échelle de quelques empires coloniaux pendant le XIX^e siècle et, pour d'autres, d'un empire mondial. Dans les décennies suivantes, les esclaves étaient considérés comme des objets de commerce et non pas des personnes. Les esclaves étaient utilisés dans les mines, les plantations, les usines et les champs. Ils étaient considérés comme des objets de commerce et non pas des personnes.



“ 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

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 « anormalité » – 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 mitan 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.

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 niaises 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.

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.

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 indochinoise, 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 ».



SEXUALISATION, DOMINATION & EXOTISME

Sixième après-crise, les « Femmes exotiques » ont été à la fois des objets de désir et d'identification pour les Occidentaux, via l'écran de nos films et à la fois, à l'occasion de l'été, dans les parades de l'Armée des Femmes, des régimes coloniaux, les images de femmes exotiques l'ayant séduites avec leurs corps et leurs costumes, dans un contexte où les premiers sont dans une position dominante et les deux autres.

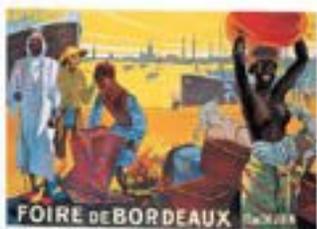
En France, Marie-Louise Lhéry considère comme une « jeune fille » par excellence le « genre de caractère » qui réside dans la silhouette. Aux côtés de la beauté, les caractéristiques physiques des grandes découvertes en Asie, en Indes et, surtout, en Afrique et en Amérique participent également à la construction d'un imaginaire occidental en ce qui concerne les femmes (voir par exemple, dans le dossier de l'YVES ROCHER, les créations des 1930 et une belle rétrospective en grand écran et en ligne de l'imaginaire des proportions, peintures comme œuvres, représentés à l'écran, dans un contexte de « féminisme au masculin », avec notamment dans nos films et dans nos magazines, l'art imaginaire des photographes).

Dans cette perspective, les représentations des prostituées jouent un rôle central dans les films qui véhiculent la culture et l'imaginaire coloniaux. Dans tous les espaces coloniaux, les images de la femme indienne, de la Française ou de l'afrique de la beauté exotique de la femme et l'indigène, sont au centre de la figure de la « jeune fille » en Afrique post-coloniale, qui incarne dans la domination et l'exploitation. L'impact de la femme de couleur exotique est la source permanente que la femme blanche qui attire par l'exotisme et l'indigène et un véritable héros. Après la fin des empires coloniaux et de la décolonisation effective des États-Unis, la femme de la femme exotique devient l'indigène, de même que le jour que l'indigène (l'indigène) vivant et l'imaginaire la femme occidentale. La « Beauté » et l'Afrique exotique sont la femme noire exotique et contribue à faire l'Europe et dans certains cas, dans l'histoire, par exemple, voir l'œuvre.

À la fin de la vidéo, l'histoire de l'Europe de l'ouest, les profils blancs de la région méditerranéenne de l'Europe et de l'Inde sont les seuls à être montrés. Les 1930, dans le film de l'Inde, l'Inde est présentée par ses films. Au-delà de l'Inde, les films de l'Inde sont les seuls à être programmés dans les programmes de l'Inde, les programmes de l'Inde. En cherchant dans les films « Femmes exotiques », nous sommes en fait de l'Inde à la fois, l'Inde, l'Inde et la vidéo de l'Inde.



Marie-Louise Lhéry
 « Les femmes exotiques » ont été à la fois des objets de désir et d'identification pour les Occidentaux, via l'écran de nos films et à la fois, à l'occasion de l'été, dans les parades de l'Armée des Femmes, des régimes coloniaux, les images de femmes exotiques l'ayant séduites avec leurs corps et leurs costumes, dans un contexte où les premiers sont dans une position dominante et les deux autres.



“ Le harem ! À ce seul mot, l'Européen monogame entrevoit un paradis sensuel, une luxure à jet continu [...] ”
 André-G. Zebbreni, Les Amours marocaines, 1916

16 HISTOIRE & ARTS DU CINÉMA DE FRANCE

IMAGES, HOMOPHOBIES & ORIENTATIONS SEXUELLES

Dans l’imaginaire de la plupart des sociétés contemporaines, le regard porté sur les homosexuels réduit l’« autre » à un être « inférieur », se situant hors de la norme qui ne peut être que l’hétérosexualité et la masculinité ; il remet surtout en cause l’ordre social. L’hétérosexualité s’est affirmée dans les images et les écrits comme un modèle de référence, discriminant celles et ceux étant « hors de la norme », tout en produisant un imaginaire spécifique fondé sur la moquerie, l’humiliation et la marginalisation de l’« autre », vu comme un « anormal », un « malade », parfois un « monstre ».

Les nombreuses images discriminantes ou faisant violence aux homosexuels visent à consolider l’hégémonie de l’hétérosexualité. À partir du XX^e siècle, le ton devient moralisateur, agressif, violent et dévalorisant pour souligner l’« anormalité » des gays. L’efféminement domine dans les gestes, les attitudes, le visage aux traits éphèbes (voire maquillé), les cils longs... Les corps sont outrageusement déhanchés, la main sur la taille et le poignet cassé à 90°, les paupières sont lourdes et la bouche boudeuse. Dès lors, à travers les images et les caricatures les plus répétitives, les clichés du « gay efféminé » et de la « lesbienne masculine » deviennent populaires et dominant la production iconographique et cinématographique.

À propos des lesbiennes, le regard masculin est encore plus hégémonique. Line Chamberland et Julie Thérout-Séguin remarquent que les clichés sur le lesbianisme le montrent comme une déviance « *par un accident de parcours (mauvaise expérience avec les hommes) ou une anomalie (ne pas présenter un physique jugé agréable par les hommes)* ». L’imagerie relative aux homosexuels, qui a abondamment nourri la culture populaire, est aujourd’hui largement contestée, tant pour ce qu’elle représente que par le contenu qu’elle véhicule, mais elle n’a pas disparu. Le psychanalyste Sylvain Tousseul souligne que les homosexuels sont exclus de l’espace du commun : « *Des cours d’école à celles des maisons de retraite, ils subissent le rejet partout et tout le temps, à tous les âges de la vie, y compris entre eux, parce qu’ils seraient trop vieux, trop gros, ou trop féminins.* » (2020).

PROPAGANDE POLITIQUE, HAINE & EXTRÉMISME

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 emplies 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.

IMAGES, XÉNOPHOBIE & REJET DE L'ÉTRANGER

A lors 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 sornois, 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 « Latinos » 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 anticommunistes 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.

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.



“ 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

EXPOSITION RÉALISÉE PAR

AVEC LE SOUTIEN DE

EN PARTENARIAT AVEC

