

Genre, stéréotypes et transmission de l'information : une approche expérimentale de la communication intragroupe

Bénédicte Marfaing
Université de Fribourg

Eric Tafani
Université de Provence

Cette étude s'intéresse au rôle des dynamiques identitaires dans la diffusion d'un message. Les participants (hommes vs femmes) écoutaient un message qu'ils devaient ensuite retransmettre à un individu du même sexe qu'eux. Chaque chaîne de communication comportait 3 participants. Ce message rapportant une dispute conjugale, manipulait la description des 2 protagonistes (stéréotypique vs contre-stéréotypique au regard des traits de genre). Le degré de responsabilité attribué à chaque protagoniste, révèle un favoritisme endogroupe chez les hommes quelle que soit la description des protagonistes. Ce même favoritisme ne prend place chez les femmes qu'en condition stéréotypique. Ces résultats sont discutés sur la base du modèle de la dynamique subjective des groupes.

Mots-clés : communication, identité sociale, stéréotypes, genre

Cette étude sur la communication sociale traite des dynamiques identitaires pouvant intervenir lors de l'échange d'informations entre individus. Les évaluations effectuées par les participants suite à l'écoute d'un message permettaient de saisir si les informations retenues étaient influencées par des dynamiques visant la valorisation de leur groupe. Le premier objectif de cette étude visait à tester les effets des stéréotypes sur la compréhension et la transmission d'un message dans des groupes d'hommes et de femmes. Le second objectif concernait l'évolution de ces effets dans des chaînes de communication.

Longtemps occultée des études sur l'identité sociale, la communication apparaît désormais fondamentale dans l'analyse de l'identité sociale et des rapports intergroupes. Cette analyse s'oriente autour de deux axes principaux. Le premier renvoie à l'impact de l'identité sur notre façon de communiquer (Maass, Salvi, Arcuri & Semin, 1989). Le second axe d'analyse concerne le rôle de la communication dans la construction de l'identité sociale et dans le fonctionnement des groupes (Klein, Jacobs, Gemoets, Licata & Lambert, 2003). L'étude présentée propose une analyse particulière qui intègre ces deux approches en déterminant l'effet de l'identité de genre sur la communication tout en mesurant l'impact de cette communication sur le fonctionnement de groupes distincts. Grâce à un protocole expérimental basé sur des relais communication et une transmission de l'information orale et directe, cette étude fournit de nouveaux éléments empiriques à l'étude des régulations sociales intervenant dans la transmission de l'information.

Communication, identité et régulations sociales

La théorie de l'identité sociale postule que l'un des besoins fondamentaux des individus est l'accession à une identité positive (Tajfel, 1972). L'atteinte d'un tel objectif suppose que son groupe se différencie positivement des autres groupes.

De nombreuses études mettent en évidence le lien entre cette motivation identitaire et la communication. Elles montrent que la communication participe à la réalisation des buts (Chaiken, Giner-Sorolla & Chen, 1996; Chen, Shechter & Chaiken, 1996) et qu'à ce titre le langage fait l'objet de régulations (Kunda, 1990). L'impact des enjeux identitaires apparaît donc comme central dans l'analyse et la compréhension des régulations de la communication (Meyer, 2000; Semin, Montes & Valencia, 2003). Ces enjeux ont une influence sur les informations transmises et les régulations opérées assurent le maintien d'une identité sociale positive (Marquès, Serôdio & Abrams, 2001). Ces régulations se traduisent par la scotomisation de certaines informations, par une mémorisation et une transmission sélectives ainsi que par une interprétation défensive de celles-ci (Tafani, Marfaing & Guimelli, 2006).

L'application de la théorie de l'identité sociale aux variations langagières a montré que l'utilisation d'un style langagier particulier est fonction des stratégies utilisées pour réaliser une identification positive au plan social (Giles & Johnson, 1981). Ainsi, le modèle des catégories linguistiques (Semin & Fiedler, 1988) met en évidence l'intervention d'un biais linguistique intergroupe (*linguistic intergroup bias*) (Maass et al., 1989). Suivant ce modèle, les propriétés cognitives de la langue, tel que le niveau d'abstraction, font l'objet de régulations sociales qui contribuent à asseoir la positivité de l'image de l'endogroupe et corollairement, à déprécier celle de l'exogroupe (Anolli, Zurloni & Riva, 2006; Maass, 1999; Werkman, Semin, & Spears 2000).

Ce modèle montre que les transformations linguistiques générées par ces régulations ont des effets sur le maintien des stéréotypes, l'émission de jugements (Gorham, 2006), les attributions interpersonnelles et les jugements (Biernat, Collins & Eidelman, 2009). Une étude a montré que les caractéristiques du langage utilisé par les avocats lors de plaidoyers avaient un effet

This article was published Online First May 30, 2011.

Bénédicte Marfaing, Département de psychologie, Université de Fribourg, Fribourg, Suisse; Eric Tafani, Laboratoire de psychologie sociale, Université de Provence, Aix-en-Provence, France.

Toute correspondance concernant cet article doit être adressée à Bénédicte Marfaing, Département de psychologie, Université de Fribourg, 1700 Rue P.A. de Faucigny 2, Fribourg, Suisse. Courriel : benedicte.marfaing@unifr.ch

sur la sévérité perçue de l'acte et sur la peine de prison attribuée par des juges indépendants (Schmid & Fiedler, 1998). À contenu similaire, les jugements des interlocuteurs variaient selon le niveau d'abstraction du langage utilisé.

En substance, la communication semble sensible aux motivations des individus et notamment à celle de maintenir une identité sociale positive. Cette satisfaction identitaire implique le partage de caractéristiques et des normes qui définissent le groupe (Jetten, Spears & Manstead, 1996). Si le lien entre les normes du groupe et l'identité sociale positive est aussi étroit, qu'en est-il des informations impliquant des individus qui se distinguent des normes de leur groupe ?

Identité sociale et dynamiques identitaires

En accord avec théorie de l'identité sociale, le modèle des dynamiques subjectives du groupe (Marquès, Abrams, Paez & Martinez-Taboada, 1998) détermine le rapport que les individus entretiennent avec ceux qui soutiennent ou menacent les normes génériques de leur groupe d'appartenance. Deux dynamiques principales sont à l'œuvre pour promouvoir et préserver une identité sociale positive.

Le « biais de favoritisme endogroupe » (Tajfel, Billig, Bundy & Flament, 1971) se traduit par des jugements plus favorables à l'égard des membres endogroupe qui répondent aux normes descriptives de leur groupe. Il conduit à une survalorisation de ces membres au détriment des membres de l'exogroupe.

L'effet « brebis galeuse » (Marquès, Yzerbyt & Leyens, 1988) se manifeste quant à lui par une dépréciation plus marquée des membres déviants de l'endogroupe que de l'exogroupe. Est considéré comme déviant tout individu qui rejette les normes (traits, attitudes, comportements prototypiques) de son groupe et/ou qui favorise les normes d'un autre groupe. La déviance d'un membre de l'endogroupe remet en cause de la distinctivité du groupe et compromet ainsi sa positivité. Le rejet de ce membre permet le rehaussement de la valeur subjective de l'identité sociale. Cet effet brebis galeuse est en accord avec la théorie de l'identité sociale, au sens où la sous évaluation des membres déviants de l'endogroupe représente une stratégie permettant de préserver la positivité du groupe.

L'étude présentée testait si ces dynamiques identitaires apparaissaient lors de la transmission d'informations se différenciant par leur conformité ou leur déviance aux normes descriptives du groupe. On faisait l'hypothèse d'un effet de la stéréotypie des informations sur les jugements émis consécutivement à la transmission du message (Abrams, Marquès, Bown & Dougill, 2002). On s'attendait à observer le favoritisme endogroupe lorsque les descriptions des protagonistes étaient de nature stéréotypique. Par contraste, on s'attendait à ce que la présentation d'un message contenant des informations contre-stéréotypiques conduise à une dépréciation du membre endogroupe attestant le rejet de ce protagoniste considéré comme déviant du fait de sa non conformité aux stéréotypes de son groupe (Marquès et al., 1988).

Doit-on s'attendre à des effets analogues de la stéréotypie des informations dans tous les groupes ? Les dynamiques mises en œuvre pour maintenir une identité sociale positive dépendent-elles des caractéristiques des groupes qui communiquent ?

Les théories de l'identité sociale préconisent de prendre en compte la spécificité des groupes ainsi que les rapports qu'ils

entretiennent. Le statut est un facteur étroitement lié à l'identité sociale car il est médiateur dans la relation des individus à leur identité.

L'un des objectifs de cette étude concerne le rôle des facteurs positionnels, et donc du statut, sur l'émergence des dynamiques identitaires en jeu dans la compréhension et la transmission de l'information. Nous avons donc étudié des groupes « naturels » se distinguant par leur position dans la structure sociale. La dimension sexuée étant au centre de notre identité, il a semblé approprié d'étudier le rôle des dynamiques identitaires sur les processus de communication au sein de groupes se différenciant par leur appartenance sexuelle.

Identité Sociale, asymétrie Positionnelle et Genre

Les études expérimentales menées sur des groupes naturels ont mis en lumière le fonctionnement asymétrique des groupes (Doise, 1976). Elles ont permis d'appréhender la notion d'identité sociale au travers de leur place dans la société. Les positions sociales qui découlent principalement des conditions objectives d'existence (capital économique, ressources matérielles) ont un rôle déterminant sur le fonctionnement des groupes et leurs systèmes représentationnels (Bourdieu, 1977). Ceci conduit à une définition plus étendue du groupe social, qui distingue de manière schématique deux acceptations différentes de cette notion. Ainsi, l'analyse des relations entre groupes « dominants » et « dominés » indique que l'appartenance à l'un de ces groupes engendre des différences dans la manière dont les individus manifestent et expriment leur identité. Si les membres d'un groupe dominé forgent leur identité sur les propriétés collectives qui définissent leur groupe, en la laissant apparaître comme indifférenciée et affectée par le collectif, les membres d'un groupe dominant adhèrent davantage à des qualités personnelles et laissent apparaître une identité plus autonome et individuelle. Dans nos sociétés où la norme dominante est celle d'un individu autonome, responsable et auto-suffisant, l'identité sociale des groupes dominants autorise l'hétérogénéité et la différenciation intragroupe tandis que celle des groupes dominés repose sur une forte homogénéité intragroupe (Cabecinhas, Lorenzi-Cioldi & Dafflon Novelle, 2003).

À l'instar des inégalités économiques et culturelles, les asymétries de genre peuvent être considérées comme déterminantes dans l'émergence des dynamiques identitaires. Les inégalités persistantes entre les hommes et les femmes dans la sphère sociale pose le genre comme le produit d'un rapport de domination. Malgré une certaine évolution de la place des femmes dans la sphère publique, les chiffres indiquent qu'à l'heure actuelle en Europe, celles-ci sont encore largement défavorisées dans tous les domaines : politique, économique, professionnel et familial (Service des droits des femmes et de l'égalité, 2009). Les asymétries de genre sont envisagées comme la résultante d'une domination masculine accordant aux femmes le statut de dominé. La difficulté des femmes à élaborer une identité positive du soi indépendante du groupe d'appartenance a trouvé une explication dans l'hypothèse d'homologie (Lorenzi-Cioldi, 1988). La différence dans les représentations individuelle et collective du soi entre les hommes et les femmes, est bien l'effet d'une position sociale plus favorisée et désirable des hommes (Chatard, Guimond, Lorenzi-Cioldi & Désert, 2005). Un tel postulat propose donc une définition de la masculinité proche de celle de l'identité des groupes dominants et

de la féminité s'accordant avec celle des groupes dominés (Lorenzi-Cioldi, Deaux & Dafflon, 1998).

L'appartenance à l'un de ces groupes devrait engendrer des différences dans l'émergence des dynamiques visant l'expression d'une identité sociale positive. Ainsi, parce que la cohésion et l'homogénéité endogroupe sont davantage indispensables à l'expression et au maintien de l'identité sociale positive des groupes dominés que des groupes dominants, nous émettions l'hypothèse que les dynamiques identitaires qui contribuent à préserver cette cohésion seraient plus marquées chez les femmes que chez les hommes (Khan & Lambert, 1998). Nous nous attendions donc à un effet d'interaction entre le type de message présenté et le genre des participants selon lequel le favoritisme endogroupe en condition stéréotypique ainsi que l'effet brebis galeuse en condition contre-stéréotypique seraient plus prononcés dans les groupes de femmes que dans les groupes d'hommes. Les attributions faites par les participants devaient mettre en évidence une valorisation du membre de l'endogroupe stéréotypique et une discrimination du membre contre-stéréotypique plus marquées chez les femmes que chez les hommes.

Le second objectif de notre recherche concernait le rôle de la communication intragroupe sur ces dynamiques identitaires. Il visait à analyser leur évolution lors de la transmission d'informations dans des chaînes de communication.

Communication intragroupe, dynamiques identitaires et transformations sémantiques

Oltre le fait qu'elle favorise l'affiliation et la cohésion au sein des groupes (Bar-Tal, 1999; Worchele, 1999), la communication participe à l'émergence d'une identité sociale partagée susceptible d'influencer les individus. L'expression individuelle à l'intérieur du groupe leur permet de construire activement une similarité intragroupe, aux travers de points de vue partagés et de normes (Postmes, Spears, Sakhel & De Groot, 2001; Postmes, Spears & Lea, 2000). En étant au cœur des processus intragroupes, la communication peut être envisagée comme un outil de construction de l'identité (Postmes, Haslam & Swaab, 2005).

Les recherches menées au sein des groupes confirment l'existence de processus « inductifs » de l'identité sociale (Haslam, Oake, Reynolds & Turner, 1999). Ainsi, le phénomène de polarisation du groupe indique que les interactions tendent à focaliser les attitudes individuelles sur les attitudes des autres individus, conduisant à une extrémisation (Brauer, Judd & Gliner, 1995; Klein, Tindale & Brauer, 2008). Nous émettions l'hypothèse d'un effet de la position des participants dans les chaînes de communication sur les dynamiques identitaires visant la positivité de l'endogroupe. De tels effets devaient se traduire par une accentuation progressive de ces dynamiques et plus précisément par une extrémisation des jugements au fil des relais (Klein et al., 2008). Le favoritisme serait de plus en plus marqué lors de la diffusion d'un message stéréotypique tandis que l'effet brebis galeuse serait de plus en plus prononcé lors de la transmission d'un message contre-stéréotypique. En d'autres termes, la répétition personnelle des attitudes et leur intégration par les autres lors de la diffusion d'un message devaient conduire à une polarisation des jugements (Brauer et al., 1995; Stott & Drury, 2004).

Des études comportant des chaînes de communications ont mis en évidence un biais de confirmation des stéréotypes indiquant que

les individus auraient tendance à communiquer préférentiellement les informations congruentes avec les stéréotypes (Clark & Kashima, 2007). Ainsi, nous supposons que la transmission d'un message stéréotypique subirait moins de transformations sémantiques que celle d'un message contre-stéréotypique.

Nous nous attendions également à ce que conformément aux résultats obtenus dans le cadre du paradigme des communications avec relais, la transmission de l'information dans des chaînes génère des transformations sémantiques de plus en plus marquées au fil des relais (Allport & Postman, 1947; Tafani, Marfaing & Guimelli, 2006). Cet effet de la place des participants dans la chaîne de communication se traduirait par une diminution progressive des indices de similarité sémantique entre les messages transmis et le message initial.

Les différentes notions abordées indiquent que la communication et l'identité s'impliquent mutuellement et se doivent d'être analysées à travers leurs effets concomitants. Si les comportements langagiers sont sensibles aux stratégies découlant des rapports intergroupes, la construction et le fonctionnement des groupes semblent également fonction des échanges et de la communication entre les membres qui les composent. À ce titre, notre étude visait à mettre en évidence les facteurs impliqués dans les régulations sociales de la communication tout en identifiant l'impact de cette communication sur l'évolution des dynamiques visant le maintien d'une identité sociale positive.

Objectif

L'étude présentée avait pour objectif de déterminer si les régulations sociales en jeu dans la diffusion d'un message dépendaient d'une part, de la nature des informations présentées (stéréotypiques vs contre-stéréotypiques) et d'autre part, du type de groupes dans lequel le message était diffusé (femmes vs hommes). Elle visait également à mesurer l'évolution de ces dynamiques identitaires sur les processus de transmission lorsque l'information était relayée entre individus du même groupe (chaînes de communication). L'un des processus étudié était l'accentuation des informations transmises. Il était mesuré au travers des jugements émis à l'égard des protagonistes du message. À la lumière des différentes approches présentées on s'attendait à un effet de la nature des infos (stéréotypiques vs contre-stéréotypiques) se traduisant par une valorisation de la stéréotypie et un rejet de la contre stéréotypie des membres de l'endogroupe. De plus, nous nous attendions à ce que de telles dynamiques soient plus marquées dans les groupes de femmes que d'hommes. Enfin, nous faisons l'hypothèse d'une augmentation de ces dynamiques au fil des relais de communication.

Méthode

Prétest

Préalablement à l'élaboration de nos messages nous avons soumis à des hommes ($N = 20$) et des femmes ($N = 20$) un questionnaire en trois parties. Afin de nous assurer que les traits de personnalité choisis pour décrire les protagonistes renvoyaient à des caractéristiques stéréotypiquement féminines et masculines, une première partie du questionnaire consistait à demander aux sujets d'indiquer parmi une douzaine de traits « *lesquels*

s'appliquent le mieux aux femmes ou aux hommes » sur une échelle en 11 points ($-5 = s'applique mieux aux femmes$ et $+5 = s'applique mieux aux hommes$). Un test-t univarié indique que les traits « *affectueux* » ($M = -2,02$, $\hat{E}.T. = 2,05$), « *attentionné* » ($M = -1,67$, $\hat{E}.T. = 1,97$) et « *désireux d'avoir des enfants* » ($M = -1,97$, $SD = 1,67$) sont évalués comme étant féminins et significativement différents ($p < ,0001$) de la moyenne théorique ($M = 0$). De plus, ce test montre que les traits « *sûr de soi* » ($M = 2,15$, $SD = 1,73$), « *indépendant* » ($M = 1,80$, $SD = 1,84$) et « *impliqué dans le travail* » ($M = 1,75$, $SD = 1,83$) sont évalués comme étant masculins et significativement différents ($p < ,0001$) de la moyenne théorique ($M = 0$). Un test-t de séries appariées indique que seuls les écarts moyens entre les traits féminins et masculins sont significativement différents ($p < ,0001$). De plus, les comparaisons des moyennes entre les traits féminins montrent que ceux-ci ne se différencient pas significativement les uns des autres (n.s.). Les résultats obtenus pour les traits masculins sont identiques (n.s.).

La seconde partie du questionnaire visait à nous assurer que ces traits étaient équivalents d'un point de vue évaluatif. Les sujets devaient indiquer parmi les douze traits « *lesquels constituent une caractéristique que vous appréciez ou non chez une personne* » sur une échelle en 11 points allant de (-5) « *Je n'apprécie pas du tout* » à ($+5$) « *J'apprécie beaucoup* ». Le test t- univarié montre que les traits féminins, « *affectueux* » ($M = 3,17$, $\hat{E}.T. = 1,56$), « *attentionné* » ($M = 3,25$, $\hat{E}.T. = 1,46$) et « *désireux d'avoir des enfants* » ($M = 2,82$, $\hat{E}.T. = 1,5$) et masculins « *sur de soi* » ($M = 2,72$, $\hat{E}.T. = 1,55$), « *indépendant* » ($M = 2,85$, $\hat{E}.T. = 1,62$) et « *impliqué dans le travail* » ($M = 2,90$, $\hat{E}.T. = 1,56$) sont tous évalués positivement et significativement différents ($p < ,0001$) de la moyenne théorique ($M = 0$). Le test-t séries appariées indique que les écarts moyens entre ces différents traits ne sont significativement pas différents (n.s.).

Afin de vérifier que les descriptions faites des protagonistes dans nos messages amenaient à des évaluations équivalentes, on présentait aux sujets quatre personnes (« *x* ») décrites chacune par trois traits de personnalité. Parmi ces quatre descriptions figuraient une description stéréotypiquement masculine regroupant les trois traits masculins et une stéréotypiquement féminine regroupant les trois traits féminins. Les sujets devaient indiquer « *l'image que vous vous faites de personnes décrites au moyen de trois traits de personnalité* » sur une échelle allant de (-5) « *une image très négative* » à ($+5$) « *une image très positive* ». L'analyse de variance effectuée ici ne montre aucun effet du type de description sur les évaluations, $F(1, 38) < 1$. En effet, la personne décrite par les traits « *indépendant, sur de soi et impliqué dans le travail* » ($M = 2,82$, $\hat{E}.T. = 1,5$) et celle décrite par les traits « *affectueux, attentionné, et désireux d'avoir des enfants* » ($M = 3,12$, $\hat{E}.T. = 1,67$) sont toutes deux évaluées positivement et de façon équivalente. De plus, aucun effet du genre des sujets n'apparaît, les réponses des hommes et des femmes sur les personnes stéréotypiquement masculine (respectivement : $M = 2,70$, $\hat{E}.T. = 1,59$; $M = 2,95$, $\hat{E}.T. = 1,43$) et féminine (respectivement : $M = 3,05$, $\hat{E}.T. = 1,84$; $M = 3,2$, $\hat{E}.T. = 1,5$) étant équivalentes, $F(1, 38) < 1$. En substance, les traits choisis pour décrire nos protagonistes sont évalués positivement par l'ensemble des sujets et ne se distinguent que par leur caractère « masculin » et « féminin ».

Population

Cent-vingt étudiants inscrits à l'Université de Lettres d'Aix-en-Provence ($M_{\text{âge}} = 19,28$, $\hat{E}.T. = 1,33$) ont participé à cette expérience.

Procédure

Cette recherche reprenait le paradigme des communications avec relais d'Allport et Postman (1947). Vingt groupes de 3 participants de sexe féminin et 20 groupes de 3 participants de sexe masculin ont été constitués. Le premier participant de chaque groupe écoutait un message audio qui décrivait une dispute survenue au sein d'un couple (Julie et Thomas). Il devait ensuite rapporter ce qu'il en avait retenu à un second participant du même sexe que lui, puis estimer la responsabilité respective de chacun des deux protagonistes dans cette dispute, en répartissant 100 points de responsabilité entre Julie et Thomas. Le second participant rapportait à un troisième participant du même sexe que lui ce qu'il avait retenu de cette histoire, puis estimait, selon la même procédure, la responsabilité de chacun des protagonistes. Enfin, le troisième participant rapportait l'histoire à un compère du même sexe que lui, avant d'estimer la responsabilité respective des protagonistes. Chaque communication était enregistrée afin d'être analysée ultérieurement.

Le message délivré au premier participant de chaque groupe affirmait que le couple s'était disputé car les deux protagonistes possédaient des personnalités très différentes et manipulait la façon dont ils étaient présentés.

Dans une première condition (condition stéréotypique), les personnages féminin et masculin étaient tous deux décrits conformément aux stéréotypes de genre (Bem, 1974). La première était dépeinte au moyen de trois traits de personnalité perçus comme typiquement féminins, et le second, au moyen de trois traits considérés comme typiquement masculins (voir pré-test). Dans une seconde condition (condition contre-stéréotypique), le personnage féminin se voyait attribuer les traits masculins, et le personnage masculin, les traits féminins. Les participants étaient assignés aléatoirement aux conditions expérimentales.

Variables dépendantes

La principale variable dépendante concernait la responsabilité attribuée à chacun des deux protagonistes dans la dispute. Les participants et participantes devaient répartir un capital de 100 points entre la protagoniste (Julie) et le protagoniste (Thomas) afin de définir leurs niveaux de responsabilité respectifs dans cette dispute. Les messages étant élaborés de façon à responsabiliser dans une même mesure les deux protagonistes, toute évaluation non égalitaire entre les deux protagonistes pouvait être envisagée comme relevant de dynamiques distinctes dans la compréhension et la transmission de l'information. Ainsi, la prise en compte de la responsabilité attribuée aux deux protagonistes nous a permis de créer un indice pour saisir les dynamiques identitaires en jeu dans ces évaluations.

Cet indice « dynamiques identitaires responsabilité » correspondait au différentiel entre la responsabilité attribuée au membre de l'exogroupe et celle attribuée au membre de l'endogroupe de genre (Pour le groupe des femmes = Responsabilité de Thomas –

Responsabilité de Julie et pour le groupe des hommes = Responsabilité de Julie – Responsabilité de Thomas). Un score positif indiquait que la responsabilité de l'endogroupe était minorée au regard de celle de l'exogroupe, ce qui témoignait d'un favoritisme endogroupe. Un score négatif indiquait que la responsabilité de l'endogroupe était majorée au regard de celle de l'exogroupe, ce qui relevait au contraire d'une dépréciation du membre de l'endogroupe.

Une seconde variable concernait les transformations sémantiques des messages transmis. Afin de saisir l'ampleur des modifications intervenant lors de la diffusion des messages dans les chaînes de communication, nous avons mesuré la similarité entre le message initial et les différents messages transmis. À ce titre, les messages transmis par les participants étaient soumis à une analyse de contenu réalisée au moyen de la méthode L.S.A. (*Latent Semantic Analysis*), largement utilisée pour l'analyse des corpus discursifs en psycho-linguistique (voir Wolfe & Goldman, 2003). Cette analyse permet de déterminer le degré de similarité sémantique et structurale d'un ensemble de corpus discursifs au moyen d'analyses statistiques proches des analyses factorielles de correspondance. Ces analyses reposent sur une généralisation des calculs matriciels dont les analyses factorielles ne constituent qu'un cas particulier (pour une présentation plus détaillée, voir Kurby, Wiemer-Hastings, Ganduri, Magliano, Mills & McNamara, 2003; Landauer, Foltz & Laham, 1998). La méthode L.S.A. ne se limite pas à une simple analyse de co-occurrence ou de contingence mais établit des matrices de similarité entre les corpus considérés sur la base d'un indice de proximité sémantique et structurale pouvant varier de (0) = « similarité minimale » à (+1) = « similarité maximale ».

Ainsi, plus l'indice de similarité était faible, plus les transformations du message s'avéraient marquées en comparaison au message initial.

Résultats

Le fait que les participants interagissent laisse présupposer qu'il pourrait y avoir interdépendance statistique dans les données. Le calcul du coefficient de corrélation intraclasse a permis de saisir le degré de dépendance entre les réponses des participants au sein des relais de communication (Kenny, Mannetti, Pierro, Livi & Kashy, 2002). Ce coefficient de corrélation intraclasse ($ICC = ,15$) confirme le fait que notre schéma expérimental induit une dépendance entre les données concernant l'attribution de responsabilité aux deux protagonistes, $F(39, 78) = 1,56, p = ,047$. Cette dépendance au sein des relais est cohérente dans la mesure où la communication entre les individus produit de l'influence.

Afin d'isoler cette dépendance engendrée par notre protocole expérimental, nous avons donc considéré les chaînes de communication comme des variables aléatoires et traité la position des participants dans ces chaînes en mesures répétées. Les données relatives à la responsabilité respective des deux protagonistes (voir Tableau 1) ont été soumises à une ANOVA mixte selon un plan factoriel 2 (Genre : hommes vs femmes) \times 2 (Nature du message : stéréotypique vs contre-stéréotypique) \times 3 (Position des participants dans les relais : 1 vs 2 vs 3).

Cette analyse révèle une interaction du genre des participants et de la nature du message sur la « responsabilité » attribuée aux deux protagonistes, $F(1, 36) = 4,43, p < ,05, \eta^2 = ,11$, selon

Tableau 1
Responsabilité moyenne des protagonistes selon le genre, la nature du message et la position des participants au sein des relais (écart-type entre parenthèses)

Genre	Hommes						Femmes					
	Stéréotypique			Contre-stéréotypique			Stéréotypique			Contre-stéréotypique		
	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P1	P2	P3
Cible femme (Julie)	52 (14,75)	56 (9,94)	63,5 (10,01)	52,5 (9,78)	58 (12,29)	66,5 (9,44)	46 (8,75)	42 (6,32)	38 (10,59)	58 (12,51)	51,5 (12,92)	46,5 (13,34)
Cible homme (Thomas)	48 (14,75)	44 (9,94)	36,5 (10,01)	47,5 (9,78)	42 (12,29)	33,5 (9,44)	54 (8,75)	58 (6,32)	62 (10,59)	42 (12,51)	48,5 (12,92)	53,5 (13,34)

laquelle la nature des informations a un effet uniquement sur les attributions émises par les femmes, $F(1, 18) = 13,77$, $p < ,01$, $\eta^2 = ,47$. Les femmes ont tendance à évaluer le protagoniste endogroupe (Julie) plus responsable de la dispute en condition contre-stéréotypique ($M = 52,00$) qu'en condition stéréotypique ($M = 42,00$). Les attributions accordées aux deux protagonistes étant interdépendantes, on note subséquemment qu'elles attribuent plus de responsabilité au membre de l'exogroupe (Thomas) en condition stéréotypique ($M = 58,00$) que contre-stéréotypique ($M = 48,00$). Les attributions faites par les hommes ne varient pas en fonction de la nature du message, $F(1, 18) < 1$. Ils attribuent un niveau de responsabilité équivalent au membre de l'endogroupe (Thomas) stéréotypique et contre-stéréotypique (respectivement $M = 42,83$ et $M = 41$). Corollairement, leurs attributions concernant la responsabilité du membre de l'exogroupe (Julie) sont identiques en condition stéréotypique et contre-stéréotypique (respectivement $M = 57,17$ et $M = 59,00$).

Ainsi, les hommes jugent le membre de l'endogroupe moins responsable ($M = 42,83$) que le membre de l'exogroupe ($M = 57,16$) aussi bien en condition stéréotypique, $F(1, 9) = 10,19$, $p < ,01$, qu'en condition contre-stéréotypique (respectivement $M = 41,00$ et $M = 59$, $F(1, 9) = 30,37$, $p < ,01$). En revanche, si les femmes jugent le membre de l'endogroupe ($M = 42,00$) moins responsable que celui de l'exogroupe ($M = 58,00$) dans la condition stéréotypique, $F(1, 9) = 19,63$, $p < ,01$, elles attribuent autant de responsabilité aux deux protagonistes en condition contre-stéréotypique (respectivement $M = 52,00$ et $M = 48,00$), $F(1, 9) < 1$.

Au vu de ces résultats, il nous a semblé intéressant d'analyser dans quelle mesure les attributions de responsabilité à l'égard des protagonistes endogroupe et exogroupe se différencient au fil des relais de communication selon le genre des participants et la nature des informations. Nous avons effectué un test-t séries appariées de sorte à comparer ces deux attributions selon la position des participants dans les chaînes de communication. Ces analyses indiquent que les attributions des hommes à l'égard de Julie et Thomas ne sont favorables au protagoniste endogroupe (Thomas) qu'à partir du troisième relais aussi bien en condition stéréotypique (respectivement $M = 63,5$ et $M = 36,5$), $t(9) = 4,26$, $p < ,01$, que contre-stéréotypique (respectivement $M = 66,5$ et $M = 33,5$), $t(9) = 5,52$, $p < ,01$.

Des résultats quasi similaires sont observés chez les femmes en condition stéréotypique. Les attributions de responsabilité entre Julie et Thomas apparaissent en faveur de Julie dès le second relais (respectivement $M = 42,00$ et $M = 58,00$), $t(9) = -4,00$, $p < ,01$, et s'accroissent au troisième relais (respectivement $M = 38,00$ et $M = 62,00$), $t(9) = -3,58$, $p < ,01$. En revanche, en condition contre-stéréotypique les attributions des femmes indiquent que le seul le premier relais conduit à une différence entre Julie ($M = 58$) et Thomas ($M = 42$), $t(9) = 2,02$, $p < ,03$. Contrairement aux autres conditions, les attributions des femmes en condition contre-stéréotypique s'avèrent, lors du premier relais, favorables au membre de l'exogroupe (Thomas). Notons que cette différence d'attribution tend à s'amoindrir au fil des relais pour aboutir en fin de chaîne de communication à des évaluations égalitaires entre Julie ($M = 46,5$) et Thomas ($M = 53,5$), $t(9) < 1$.

L'interaction du genre et de la position des participants au sein des relais se révèle également significative, $F(2, 72) = 9,85$, $p < ,001$, $\eta^2 = ,21$. Des tests de tendance linéaire montrent qu'au fil

des relais, la cible féminine est jugée de plus en plus responsable par les hommes (respectivement : $M = 52,25$, $M = 57$ et $M = 65$), $F(2, 36) = 6,39$, $p < ,05$, $\eta^2 = ,26$, et de moins en moins responsable par les femmes (respectivement : $M = 52$, $M = 46,75$ et $M = 42,25$), $F(2, 36) = 3,71$, $p < ,06$, $\eta^2 = ,17$. La cible masculine se voit donc progressivement attribuer moins de responsabilité par les hommes (respectivement, $M = 47,75$, $M = 43$, $M = 35$) et davantage de responsabilité par les femmes (respectivement, $M = 48,75$, $M = 53,25$, $M = 57,75$). Un tel constat indique qu'au fil des relais, les participants tendent à minorer la responsabilité du membre de l'endogroupe au regard de celle du membre de l'exogroupe en une dynamique qui semble participer d'un favoritisme endogroupe.

L'indice « dynamiques identitaires responsabilité » relatif à ces attributions a été soumis à une ANOVA mixte, selon le même plan d'analyse que les variables précédentes (voir Figure 1). En premier lieu, on doit noter que la moyenne observée ($M = 11,08$) s'avère positive et diffère significativement d'une moyenne théorique de 0, $t(19) = 4,89$, $p < ,0001$, correspondant à une attribution égalitaire de la responsabilité entre les protagonistes. Ceci indique que, dans l'ensemble, le membre de l'endogroupe est jugé moins responsable que celui de l'exogroupe et témoigne donc de l'intervention d'un favoritisme endogroupe. L'analyse de variance fait apparaître un effet principal du genre, $F(1, 36) = 6,86$, $p < ,01$, $\eta^2 = ,16$, selon lequel ce favoritisme est globalement plus marqué chez les hommes ($M = 16,17$) que chez les femmes ($M = 6$). On observe également un effet principal de la nature du message, $F(1, 36) = 4,43$, $p < ,05$, $\eta^2 = ,11$, indiquant un favoritisme plus important en condition stéréotypique ($M = 15,17$) que contre-stéréotypique ($M = 7$). Par ailleurs, l'interaction du genre et de la nature du message, $F(1, 36) = 9,3$, $p < ,01$, $\eta^2 = ,20$, rend compte, chez les femmes, d'un favoritisme endogroupe plus marqué en condition stéréotypique ($M = 16$) que contre-stéréotypique ($M = -4$), $F(1, 18) = 13,76$, $p < ,01$, $\eta^2 = ,43$. Chez les hommes, ce même favoritisme est aussi marqué dans les deux conditions (respectivement : $M = 14,33$ et $M = 18$), $F(1, 18) < 1$.

Enfin, l'effet principal de la position au sein des relais révèle que le favoritisme est de plus en plus marqué au fil des relais (respectivement : $M = 0,25$, $M = 10,25$ et $M = 22,75$), $F(2, 72) = 9,85$, $p < ,001$, $\eta^2 = ,21$.

Le même plan d'analyse a été appliqué à l'indice de similarité issu de la méthode L.S.A. (voir Tableau 2). Cette analyse indique un effet principal du type de message selon lequel ce dernier subit davantage de modifications en condition contre-stéréotypique ($M = 0,47$) qu'en condition stéréotypique ($M = 0,56$), $F(1, 36) = 15,31$, $p < ,001$, $\eta^2 = ,29$.

On note également un effet principal de la position au sein des relais, $F(2, 72) = 7,53$, $p < ,001$, $\eta^2 = ,17$, qui indique que les transformations sémantiques apparaissent de plus en plus marquées au fil des relais (respectivement $M = 0,58$, $M = 0,51$ et $M = 0,46$).

Enfin, l'indice de similarité L.S.A. est négativement corrélé, $r_{bp} = -,37$, $z = -4,15$, $p < ,01$, avec le favoritisme endogroupe observé en ce qui a trait à l'attribution de responsabilité. En d'autres termes, plus les transformations sémantiques sont élevées (indice LSA faible), plus le favoritisme endogroupe est fort. Ceci suggère que les modifications subies par le message facilitent l'intervention d'un tel favoritisme.

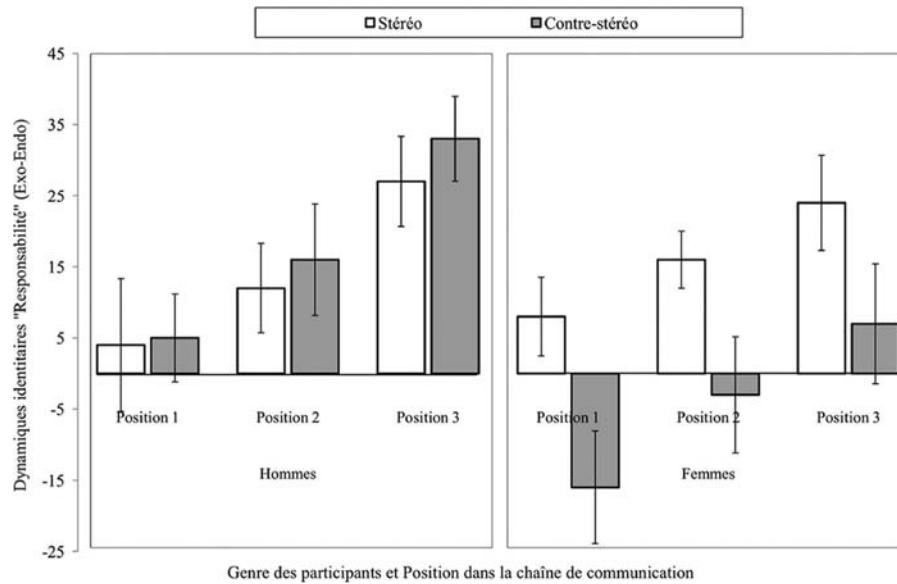


Figure 1. Dynamiques identitaires moyennes intervenant dans les responsabilités attribuées aux protagonistes du message, selon le genre des participants, la nature du message et la position des participants dans la chaîne de communication.

Discussion

Cette recherche s'intéresse aux dynamiques identitaires qui interviennent dans compréhension d'un message ainsi qu'aux facteurs qui influencent leur apparition. Elle vise également à saisir comment ces dynamiques évoluent lorsque le message se transmet au sein d'un groupe. Ces dynamiques ont été estimées à travers les évaluations concernant la responsabilité des protagonistes dans une dispute conjugale qui permettent de saisir l'accentuation des informations en comparaison avec celles contenues dans le message initial.

Le premier objectif consistait à évaluer si les attributions faites par les participants faisaient ressortir une valorisation ou une dépréciation des protagonistes homme et femme impliqués dans le message. Plus particulièrement, nous avons analysé si ces jugements variaient en fonction de la nature des informations (stéréotypiques vs contre-stéréotypiques) et du genre des participants. Les résultats montrent que la nature des informations a un effet sur les évaluations faites par les femmes et non sur celles faites par les hommes. Dans les groupes de femmes, les résultats concernant l'attribution de responsabilité dans la dispute révèlent du favori-

tisme endogroupe uniquement lorsque le message est stéréotypique. Lorsque le message est contre-stéréotypique, aucune dynamique n'apparaît. En d'autres termes, quand les protagonistes sont décrits conformément aux stéréotypes de genre, les femmes considèrent en moyenne la femme moins responsable de la dispute que l'homme, tandis qu'elles attribuent autant de responsabilité aux deux lorsque ceux-ci sont contre-stéréotypiques. Précisons que ces résultats concernent les attributions moyennes et ne prennent pas en considération la place des participants dans la chaîne de communication. Il est donc intéressant de souligner que l'hypothèse selon laquelle les attributions des femmes feraient ressortir une discrimination du membre de l'endogroupe contre-stéréotypique est validée chez celles occupant la première place des chaînes de communication, c'est à dire celles ayant été soumises au message initial. Ces évaluations plus sévères à l'égard du membre de leur groupe qu'à l'égard du membre de l'exogroupe lorsque ceux-ci sont décrits par des traits contre-stéréotypiques tendent à disparaître dès le second relais pour laisser place à des attributions relativement égalitaires. Lorsque le message présenté est stéréotypique, les femmes occupant la première position dans

Tableau 2

Indice moyen de similarité du message initial et des messages transmis par les participants selon le genre, la nature du message et la position au sein des relais (écart type entre parenthèses)

Genre	Hommes						Femmes					
	Stéréotypique			Contre-stéréotypique			Stéréotypique			Contre-stéréotypique		
Position	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P1	P2	P3
Indice L.S.A. de similarité	,65 (.13)	,56 (.10)	,50 (.16)	,53 (.16)	,47 (.14)	,43 (.11)	,63 (.11)	,55 (.16)	,47 (.12)	,52 (.12)	,46 (.14)	,43 (.11)

Nota. Plus le score est faible, plus le processus d'assimilation est marqué.

les chaînes de communication émettent des jugements plutôt égaux, qui au fil des relais évoluent en faveur des membres de l'endogroupe.

Les dynamiques sous-jacentes aux évaluations faites par les hommes sont différentes. Malgré nos hypothèses suggérant des effets minorés du type de message chez les hommes (en comparaison à ceux observés chez les femmes), nous nous attendions à un effet de la nature des informations sur leurs évaluations. De tels effets devaient se traduire chez les hommes par des attributions indiquant une valorisation de la stéréotypie ainsi qu'une dévalorisation de la contre-stéréotypie des membres de l'endogroupe. Les résultats témoignent d'une absence d'effet de la nature des informations sur leurs jugements. Indépendamment des descriptions faites dans le message, ils favorisent systématiquement le membre de l'endogroupe en lui attribuant moins de responsabilité qu'au membre de l'exogroupe. En d'autres termes, chez les hommes l'attribution de responsabilité fait l'objet d'un favoritisme endogroupe quelle que soit la nature du message, alors que chez les femmes, ce même favoritisme ne prend place qu'à la faveur d'une description stéréotypique des protagonistes de l'endogroupe.

Ces dynamiques semblent indiquer que dans leurs attributions les femmes se focalisent plus fortement sur les caractéristiques descriptives des membres de leur groupe. Les attributions émises par les hommes semblent plus détachées des stéréotypes de genre. Cette différence entre la valorisation spécifique du membre de l'endogroupe stéréotypique chez les femmes et la valorisation constante de l'endogroupe chez les hommes confirme le fonctionnement asymétrique de ces groupes dans l'émission de jugements sociaux. Même si ces résultats ne valident que partiellement nos hypothèses, ils demeurent conformes à l'hypothèse d'homologie (Lorenzi-Cioldi, 1988) et semblent être le symptôme des asymétries positionnelles inscrites dans les relations sociales. Les attributions des hommes systématiquement en faveur du membre de leur groupe indiquent que les différentes descriptions de celui-ci ne remettent pas en cause la positivité de leur identité. Le statut de dominant les amène, en tant que groupe collection, à se percevoir unique et différent et permet une plus grande acceptation des différences entre ses membres.

À l'inverse, le fait que les femmes favorisent uniquement les membres stéréotypés de leur groupe est le signe d'une volonté de préserver l'homogénéité et la similarité intragroupe. Un tel fonctionnement est relatif au statut de dominé qui conduit les individus à restreindre le champ des variabilités individuelles afin de préserver l'homogénéité et la similarité intragroupe essentielles au maintien d'une identité sociale positive (Lorenzi-Cioldi, 2008).

Afin de confirmer que de telles différences relèvent effectivement du statut des groupes concernés, il serait pertinent d'élargir nos recherches à d'autres groupes sociaux se distinguant par leur différence de statut au sein de la structure sociale. Une réplique de cette étude auprès d'autres groupes de statuts différents ou dans laquelle les rapports de domination seraient manipulés expérimentalement, permettrait de déterminer si les résultats obtenus relèvent du rapport asymétrique entre les groupes ou s'ils sont spécifiques au genre.

De plus, les résultats obtenus posent un certain nombre de questionnements concernant le contexte auquel réfère le message. Dans cette recherche, le message met avant la sphère privée. Dès lors, se pose la question de la généralisation des dynamiques obtenues à d'autres contextes. Nos résultats montrent que l'écart

par rapport à la norme semble davantage pénalisé lorsque la cible est une femme que lorsqu'elle est un homme. Est-ce que cela est dû au contexte dans lequel s'inscrit le récit ? Autrement dit, si les femmes et les hommes émettent des évaluations en défaveur de la femme décrite de façon masculine dans un contexte privé, doit-on s'attendre à des effets similaires dans un contexte public ? De futures recherches devront déterminer si ces dynamiques peuvent être modulées par les contextes « domestique » ou « public » dans lesquels s'inscrivent les rapports intergroupes.

Le deuxième objectif de cette recherche visait à mesurer l'évolution de ces dynamiques au fil des relais de communication. Outre les effets du genre et de la nature des informations, cette recherche met en évidence un effet de la position des participants dans les chaînes de communication sur l'évolution des dynamiques identitaires. Cet effet se traduit par une augmentation progressive du favoritisme endogroupe au fil des relais, et ce quels que soient le genre des participants et le type de message présenté. La communication intragroupe conduit donc systématiquement à des jugements de plus en plus favorables au membre de l'endogroupe. La corrélation négative entre l'indice de similarité sémantique des messages transmis et le favoritisme endogroupe indique que plus les transformations sémantiques sont marquées et plus les évaluations concernant la responsabilité des protagonistes évoluent dans le sens d'une valorisation du membre de l'endogroupe. Les transformations sémantiques semblent donc participer à l'émergence de dynamiques visant à assurer une comparaison favorable au membre de l'endogroupe. Ceci peut en partie s'expliquer par l'effet du type de message sur les transformations sémantiques, qui conformément à nos hypothèses, met en évidence des transformations plus marquées lorsque les participants sont confrontés à un message contre-stéréotypique que stéréotypique. De tels résultats ne valident pas notre hypothèse de polarisation stipulant une augmentation progressive des dynamiques observées lors du premier relais. En revanche, cette augmentation inconditionnelle du favoritisme endogroupe confirme le rôle déterminant de la communication intragroupe dans l'émergence de régulations visant à assurer une comparaison sociale systématiquement favorable au membre de son groupe. S'il apparaît que ces transformations concourent à entretenir du favoritisme endogroupe, de nouvelles études devront s'attacher à analyser les éléments sémantiques en cause dans ces effets.

Notre étude s'inscrit dans la lignée des approches qui soulignent le lien entre l'appartenance groupale, l'identité sociale et les comportements langagiers (Castel & Lacassagne, 2005; Clément, 2007; Gaudet & Clément, 2005). En considérant l'asymétrie entre les groupes, cette étude confirme l'importance des caractéristiques des groupes et des positions symboliques qu'ils occupent sur l'interprétation d'informations. Les données obtenues suscitent de nombreuses perspectives de recherche dans le cadre des études de genre concernant le rôle du contexte et des rapports de domination sur le jugement social. Elle ouvre également une réflexion plus large quant à l'impact de la communication sur la socialisation et l'identité sociale. Cette recherche permet de rendre compte du rôle des interactions interpersonnelles et intragroupes sur les jugements sociaux et fournit de nouveaux éléments de compréhension sur l'entretien des rapports discriminatoires par la communication. Parmi les études expérimentales sur la communication, rares sont celles qui impliquent les interactions directes et orales. Grâce à la procédure utilisée, nous pouvons conclure que si la nature des informations

gènere des interprétations différentes chez les hommes et les femmes, leur diffusion au sein de ces groupes augmente systématiquement les jugements en faveur des membres de leur groupe.

Cet axe de recherche devra être développé à travers l'analyse, au sein des chaînes de communication, des relations entre éléments sémantiques et dynamiques identitaires.

Abstract

This study investigates the way that identity strategies affect the spreading of information. Participants (men vs. women) listened to a message that they had to transmit afterward to an individual of the same sex. Each communication chain comprised 3 participants. This message related a marital strife and manipulated the description of both protagonists (stereotypical vs. counterstereotypical gender traits description). The degree of responsibility attributed to each protagonist brings to light an in-group favoritism in the men's group, whatever the description of the protagonists is. The same favoritism takes place in women's group only in stereotypical conditions. These results are discussed on the basis of the subjective group dynamics.

Keywords: communication, social identity, stereotype, gender

Références

- Abrams, D., Marqués, J., Bown, N., & Dougill, M. (2002). Anti-norm and pro-norm deviance in the bank and on the campus: Two experiments on subjective group dynamics. *Group Processes & Intergroup Relations*, 5, 163–183.
- Allport, G. W., & Postman, L. (1947). *The psychology of rumor*. Oxford : Holt, Rinehart & Winston.
- Anolli, L., Zurloni, V., & Riva, G. (2006). Linguistic intergroup bias in political communication. *The Journal of General Psychology*, 133, 237–255.
- Bar-Tal, D. (1999). Croyances, idéologie et construction du groupe. Dans J. C. Deschamps, J. Francisco Morales, D. Paez, & S. Worchel (éds), *L'identité sociale, la construction de l'individu dans les relations entre groupes* (pp. 43–66). Grenoble : Presse Universitaire de Grenoble.
- Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42, 155–162.
- Biernat, M., Collins, E. C., & Eidelman, S. (2009). Stereotypes and the communication of person impressions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 368–374.
- Bourdieu, P. (1977). La production de la croyance: Contribution à une économie des biens symboliques. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 13, 3–43.
- Brauer, M., Judd, C. M., & Gliner, M. D. (1995). The effects of repeated attitude expressions on attitude polarization during group discussions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 1014–1029.
- Cabecinhas, R., Lorenzi-Cioldi, F., & Dafflon Novelle, A. (2003). Direct and indirect assessment of group homogeneity perceptions in a natural group setting. *Psicologia*, 17, 431–452.
- Castel, P., & Lacassagne, M.-F. (2005). Les partitions discriminantes dans la négociation du contrat de communication. *Bulletin de Psychologie*, 58, 299–306.
- Chaiken, S., Giner-Sorolla, R., & Chen, S. (1996). Beyond accuracy: Defense and impression motives in heuristic and systematic information processing. Dans P. M. Gollwitzer & J. A. Bargh (éds), *The psychology of action: Linking cognition and motivation to behavior* (pp. 553–578). New York : Guilford Press.
- Chatard, A., Guimond, S., Lorenzi-Cioldi, F., & Désert, M. (2005). Domination masculine et identité de genre. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 67–68, 113–123.
- Chen, S., Shechter, D., & Chaiken, S. (1996). Getting at the truth or getting along: Accuracy versus impression motivated heuristic and systematic processing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 62–275.
- Clark, A. E., & Kashima, G. (2007). Stereotypes help people connect with others in the community: A situated functional analysis of the stereotypes consistency bias in communication. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 1028–1039.
- Clément, R. (éd.). (2007). Communication, language and discrimination. *Journal of Language and Social Psychology*, 26(2).
- Doise, W. (1976). *L'articulation psychosociologique et les relations entre groupes*. Bruxelles : A. de Boeck.
- Gaudet, S., & Clément, R. (2005). Ethnic identity and psychological adjustment among the Fransaskois. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 37, 110–122.
- Giles, H., & Johnson, P. (1981). The role of language in ethnic group relations. Dans J. C. Turner & H. Giles (éds), *Intergroup Behavior* (pp. 199–243). Oxford : Blackwell.
- Gorham, B. W. (2006). News media's relationship with stereotyping: The linguistic intergroup bias in response to crime news. *Journal of Communication*, 56, 289–308.
- Haslam, S. A., Oakes, P. J., Reynolds, K. J., & Turner, J. C. (1999). Social identity salience and the emergence of stereotype consensus. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 809–818.
- Jetten, J., Spears, R., & Manstead, A. S. R. (1996). Intergroup norms and intergroup discrimination: Distinctive self-categorization and social identity effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 1222–1233.
- Kenny, D. A., Mannetti, L., Pierro, A., Livi, S., & Kashy, D. A. (2002). The statistical analysis of data from small groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 126–137.
- Khan, S., & Lambert, A. J. (1998). Ingroup favoritism versus black sheep effects in observations of informal conversations. *Basic and Applied Social Psychology*, 20, 263–269.
- Klein, O., Jacobs, A., Gemoets, S., Licata, L., & Lambert, S. M. (2003). Hidden profiles and the consensualization of social stereotypes: how information distribution affects stereotype content and sharedness. *European Journal of Social Psychology*, 33, 755–777.
- Klein, O., Tindale, S., & Brauer, M. (2008). The Consensualization of stereotypes in Small Groups. Dans Y. Kashima, K. Fiedler, & P. Freytag (éds) *Stereotype dynamics: Language-based approaches to the formation, maintenance, and transformation of stereotypes* (pp. 263–292). Hillsdale, NJ : Erlbaum.
- Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, 108, 480–498.
- Kurby, C. A., Wiemer-Hastings, K., Ganduri, N., Magliano, J. P., Mills, K. K., & McNamara, D. S. (2003). Computerizing reading training: Evaluation of a latent semantic analysis space for science text. *Behavior Research Methods, Instruments & Computers*, 35, 244–250.
- Landauer, T. K., Foltz, P. W., & Laham, D. (1998). Introduction to latent semantic analysis. *Discourse Processes*, 25, 259–284.
- Lorenzi-Cioldi, F. (1988). *Individus dominants et groupes dominés. Images masculines et féminines*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- Lorenzi-Cioldi, F. (2008). Group homogeneity perception in status hierarchies: The moderating effect of the salience of group status differentials. *International Review of Social Psychology*, 21, 67–111.
- Lorenzi-Cioldi, F., Deaux, K., & Dafflon A.-C. (1998). Group homogeneity as a function of relative social status. *Swiss Journal of Psychology*, 57, 255–273.
- Maass, A. (1999). Linguistic intergroup bias: Stereotype perpetuation through language. Dans M. P. Zanna (éd.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 31, pp. 79–121). San Diego : Academic Press.
- Maass, A., Salvi, D., Arcuri, A., & Semin, G. R. (1989). Language use in intergroup contexts: The linguistic intergroup bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 981–993.

- Marquès, J. M., Abrams, D., Paez, D. M., & Martinez-Taboada, C. (1998). The role of categorization and in-group norms in judgments of groups and their members. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 976–988.
- Marquès, J. M., Serôdio, R. G., & Abrams, D. (2001). Being better by being right: Subjective group dynamics and derogation of in-group deviants when generic norms are undermined. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 436–447.
- Marquès, J. M., Yzerbyt, V. Y., & Leyens, J. P. (1988). The black sheep effect: Extremity of judgements towards ingroup members as a function of ingroup identification. *European Journal of Social Psychology*, 18, 1–16.
- Meyer, T. (2000). Le modèle de traitement heuristique systématique de l'information : motivations multiples et régulation du jugement en cognition sociale. *L'Année Psychologique*, 100, 527–563.
- Postmes, T., Haslam, S. A., & Swaab, R. I. (2005). Social influence in small groups: An interactive model of social identity formation. *European Review of Social Psychology*, 16, 1–42.
- Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. (2000). The formation of group norms in computermediated communication. *Human Communication Research*, 26, 341–371.
- Postmes, T., Spears, R., Sakhel, K., & De Groot, D. (2001). Social influence in computermediated communication: The effects of anonymity on group behaviour. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 1242–1254.
- Schmid, J., & Fiedler, K. (1998). The backbone of closing speeches: The impact of prosecution versus defense language on juridical attributions. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 1140–1172.
- Semin, G. R., & Fiedler, K. (1988). The cognitive functions of linguistic categories in describing persons: Social cognition and language. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 558–568.
- Semin, G. R., Montes, L., & Valencia, J. F. (2003). Communication constraints on the linguistic intergroup bias. *Journal of Experimental Social Psychology*, 38, 603–610.
- Service des droits des femmes et de l'égalité, Ministère du travail, des relations sociales, de la famille, de la solidarité et de la ville. (2009). *L'égalité entre les femmes et les hommes : chiffres clés 2009*. Repéré à http://www.travail-solidarite.gouv.fr/IMG/pdf/Egalite_-_chiffres-cles_2009.pdf
- Stott, C., & Drury, J. (2004). The importance of social structure and social interaction in stereotype consensus and content: Is the whole greater than the sum of its parts? *European Journal of Social Psychology*, 34, 11–23.
- Tafani, E., Marfaing, B., & Guimelli, C. (2006). Rôle de l'implication et des émotions dans le traitement et diffusion d'un message : une approche expérimentale des rumeurs. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 70, 3–20.
- Tajfel, H. (1972). La catégorisation sociale. Dans S. Moscovici (éd.), *Introduction à la psychologie sociale* (Vol. 1). Paris : Larousse.
- Tajfel, H., Billig, M., Bundy, R., & Flament, C. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1, 149–178.
- Werkman, W. M., Semin, G. R., & Spears, R. (2000). How do we communicate stereotypes? Linguistic bias and inferential consequences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 5–18.
- Wolfe, M. B. W., & Goldman, S. R. (2003). Use of latent semantic analysis for predicting psychological phenomena: Two issues and proposed solutions. *Behavior Research Methods Instruments & Computers*, 35, 22–31.
- Worchel, S. (1999). Les cycles des groupes et l'évolution de l'identité. Dans J. C. Deschamps, J. Francisco Morales, D. Paez, & S. Worchel (éds), *L'identité sociale, la construction de l'individu dans les relations entre groupes* (pp. 69–83). Grenoble : Presse Universitaire de Grenoble.

Annexe A

Message stéréotypique

Julie, une infirmière de 28 ans, et Thomas, un ingénieur de 30 ans, sont mariés depuis 2 ans. Depuis leur mariage, ils vivaient ensemble à Toulouse, mais il y a 3 mois Thomas a accepté une promotion dans une grande entreprise basée à Paris. Thomas a saisi cette opportunité car la réussite professionnelle est quelque chose d'essentiel pour lui, et c'est pourquoi il s'est toujours beaucoup impliqué dans son travail. Julie a cependant refusé de le suivre à Paris, car elle est très attachée à sa ville natale. Thomas passe désormais les trois-quarts de la semaine dans la capitale et ne revient à Toulouse que le week-end. Ce changement a créé certaines tensions dans leur couple, d'autant plus que Julie a toujours eu pour objectif d'avoir des enfants et de s'investir pleinement dans leur éducation. Pour leurs amis il est clair qu'ils ont tous deux des caractères bien différents. Julie est une personne affectueuse et attentionnée alors que Thomas est quelqu'un d'indépendant et plutôt sûr de lui.

Depuis quelques temps, les disputes se sont faites de plus en plus fréquentes dans leur couple. De plus, Julie reproche à Thomas d'être très proche d'une de ses collègues de travail, Stéphanie, qui a la réputation d'être une fille assez facile. En effet, une ou deux fois, l'attitude de Thomas semblait indiquer qu'il n'était pas insensible à son charme. D'ailleurs, Julie pressent qu'ils se sont déjà vus le soir, après le travail. C'est pourquoi un soir où elle se sent particulièrement seule, elle décide de sortir pour se changer un peu les idées. Elle va dans une discothèque bien connue de la région, boit un ou deux verres et rencontre Mathieu, un collègue de travail avec qui elle est devenue très complice. Bien que ce dernier soit déjà passablement ivre, elle se laisse séduire par son côté provocateur et passe la soirée en sa compagnie. À 6 heures du matin, elle décide de rentrer chez elle car elle sait que Thomas a l'habitude de lui téléphoner juste avant de partir à son bureau. En arrivant à la

maison, quelle n'est pas sa surprise de le trouver endormi sur le canapé du salon alors qu'elle le croyait à Paris. Une belle table est dressée mais le repas est froid et les bougies toutes consumées. Touchée par cette attention, Julie décide de déposer auprès de Thomas le parfum qu'elle lui avait acheté quelques jours auparavant, pensant que c'était là une excellente occasion pour le lui offrir. Mais en se penchant pour déposer le parfum à ses côtés, elle le réveille et il s'écrit en sursaut : « *il est 6 heures du mat', je t'ai attendu toute la soirée. Bon sang ! Où étais-tu ? Ça fait deux fois que tu me fais le coup !* » Julie, déçue par sa réaction, lui rétorque : « *Pour ton information j'ai passé la soirée avec quelqu'un qui lui au moins a un peu de temps à me consacrer* ». Thomas passablement énervé : « *De qui te moques-tu ? Tu sais très bien que j'ai accepté ce boulot pour qu'on ne manque de rien. Crois-tu que ça m'amuse de me retrouver seul tous les soirs à Paris. . .* » Julie furieuse lui coupe la parole : « *Seul, c'est sans compter ta chère petite Stéphanie. Je sais très bien que tu as passé deux soirées avec elle.* ». Thomas : « *Je t'interdis de parler de Stéphanie comme ça, c'est simplement une collègue ! Moi, je ne vais pas traîner le soir avec le premier venu !* » Des insultes ont ensuite fusé de part et d'autre, et apparemment l'un et l'autre ont réagi violemment puisque la bouteille de parfum a été brisée et le repas renversé : mais les versions divergent, tous les deux affirment que c'est l'autre qui aurait commencé. Julie prétend que Thomas, fou de rage aurait jeté le parfum contre le mur et voyant cela, elle aurait alors tiré sur la nappe, renversant ainsi tout le repas. Thomas prétend que Julie, folle de rage, aurait tiré la nappe et que le repas et les couverts seraient tombés par terre. Voyant cela, il aurait alors saisi le parfum et l'aurait lancé contre le mur.

Quoi qu'il en soit, il est clair que cette fois-ci les choses sont allées trop loin.

(Annexes continuent)

Annexe B

Message contre-stéréotypique

Thomas, un infirmier de 28 ans et Julie une ingénieure de 30 ans, sont mariés depuis 2 ans. Depuis leur mariage, ils vivaient ensemble à Toulouse, mais il y a 3 mois Julie a accepté une promotion dans une grande entreprise basée à Paris. Julie a saisi cette opportunité car la réussite professionnelle est quelque chose d'essentiel pour elle, et c'est pourquoi elle s'est toujours beaucoup impliquée dans son travail. Thomas a cependant refusé de la suivre à Paris car il est très attaché à sa ville natale. Julie passe désormais les trois-quarts de la semaine dans la capitale et ne revient à Toulouse que le week-end. Ce changement a créé certaines tensions dans leur couple, d'autant plus que Thomas a toujours eu pour objectif d'avoir des enfants et de s'investir pleinement dans leur éducation. Pour leurs amis il est clair qu'ils ont tous les deux des caractères bien différents. Thomas est une personne affectueuse et attentionnée alors que Julie est quelqu'un d'indépendante et plutôt sûre d'elle.

Depuis quelques temps, les disputes se font de plus en plus fréquentes dans leur couple. De plus, Thomas reproche à Julie d'être très proche d'un de ses collègues de travail Mathieu, qui a la réputation d'être un garçon assez facile. En effet, une ou deux fois l'attitude de Julie semblait indiquer qu'elle n'était pas insensible à son charme. D'ailleurs Thomas pressent qu'ils se sont déjà vus le soir après le travail. C'est pourquoi un soir où il se sent particulièrement seul, il décide de sortir pour se changer un peu les idées. Il va dans une discothèque bien connue de la région, boit un ou deux verres et rencontre Stéphanie, une collègue de travail avec qui il est devenu très complice. Bien que cette dernière soit déjà passablement ivre, il se laisse séduire par son côté provocateur et passe une excellente soirée en sa compagnie. À 6 heures du matin, il décide de rentrer chez lui car il sait que Julie a l'habitude de lui téléphoner juste avant de partir à son bureau. En arrivant à la maison, quelle n'est pas sa surprise de la trouver endormie sur le canapé du salon alors qu'il la croyait à Paris. Une belle table est

dressée mais le repas est froid et les bougies toutes consumées. Touché par cette attention, Thomas décide de déposer auprès de Julie le parfum qu'il lui avait acheté quelques jours auparavant, pensant que c'était là une excellente occasion pour le lui offrir. Mais en se penchant pour déposer le parfum à ses côtés, il la réveille et elle s'écrit en sursaut : « *il est 6 heures du mat', je t'ai attendu toute la soirée. Bon sang ! Où étais-tu ? Ça fait deux fois que tu me fais le coup !* » Thomas, déçu par sa réaction, lui rétorque : « *Pour ton information j'ai passé la soirée avec quelqu'un qui elle a au moins un peu de temps à me consacrer* ». Julie passablement énervée : « *De qui te moques-tu ? Tu sais très bien que j'ai accepté ce boulot pour qu'on ne manque de rien. Crois-tu que ça m'amuse de me retrouver seule tous les soirs à Paris . . .* ». Thomas furieux lui coupe la parole : « *Seule, c'est sans compter ton cher petit Mathieu, je sais très bien que tu as passé deux soirées avec lui* ». Julie : « *Je t'interdis de parler de Mathieu comme ça, c'est simplement un collègue ! Moi je ne vais pas traîner le soir avec la première venue !* » Des insultes ont ensuite fusé de part et d'autre, et apparemment l'un et l'autre ont réagi violemment puisque la bouteille de parfum a été brisée et le repas renversé ; mais les versions divergent : tous les deux affirment que c'est l'autre qui aurait commencé. Julie prétend que Thomas, fou de rage aurait jeté le parfum contre le mur et voyant cela elle aurait alors tiré la nappe, renversant ainsi tout le repas. Thomas prétend que Julie, folle de rage, aurait tiré la nappe et que le repas et les couverts seraient tombés par terre. Voyant cela, il aurait alors saisi le parfum et l'aurait lancé contre le mur.

Quoi qu'il en soit, il est clair que cette fois-ci les choses sont allées trop loin.

Reçu le 9 septembre 2008

Révision reçue le 8 novembre 2010

Accepté le 17 novembre 2010 ■

Showcase your work in APA's newest database.



Make your tests available to other researchers and students; get wider recognition for your work.

"PsychTESTS is going to be an outstanding resource for psychology," said Ronald F. Levant, PhD. "I was among the first to provide some of my tests and was happy to do so. They will be available for others to use—and will relieve me of the administrative tasks of providing them to individuals."

Visit <http://www.apa.org/pubs/databases/psyc-tests/call-for-tests.aspx> to learn more about PsychTESTS and how you can participate.

Questions? Call 1-800-374-2722 or write to tests@apa.org.

Not since PsycARTICLES has a database been so eagerly anticipated!