

## **La catégorisation d'un exogroupe à travers une tâche d'association de mots**

**Marie-Françoise Lacassagne\***

**Édith Salès-Wuillenin\*\***

**Philippe Castel\*\*\***

Groupe Psychologie Sociale des Discours (GPSD)  
Laboratoire de Psychologie Clinique et Sociale (LPCS)  
Université de Bourgogne, 38 rue Chabot-Charny  
21000 Dijon, France

**Ahmed Jébrane\*\*\*\***

Laboratoire de Topologie, UMR 5584  
Département de Mathématiques,  
Université de Bourgogne, BP 138  
21000 Dijon Cedex, France

Cette recherche explore les effets des biais de catégorisation dans la représentation d'une minorité ethnique en l'occurrence la communauté maghrébine en France. Des étudiants de première année de psychologie (N=100) ont produit des associations de mots en réponse aux mots stimulus Maghrébins versus Français.

L'analyse comparative des listes de mots associés permet de retrouver les distorsions cognitives classiquement repérées dans le champ de la catégorisation sociale et de les approfondir.

Ainsi le biais de contraste se révèle autocentré, l'assimilation est fondée sur le stéréotype, et la discrimination se manifeste par une privation de qualité et non une attribution de défauts.

Abstract: This research investigates the effects of categorization bias in the representation of an ethnic minority, in this instance the North African community in France. Students in their first year of psychology (N=100)

---

\* Marie-Francoise.Lacassagne@u-bourgogne.fr

\*\* Edith.Sales-Wuillenin@u-bourgogne.fr

\*\*\* Philippe.Castel@u-bourgogne.fr

\*\*\*\* Jebrane@u-bourgogne.fr

produced word associations in response to North African versus French word stimulus.

A comparative study of the lists of associated words makes it possible to find cognitive distortions that are usually identified within the field of social categorization, and gain a deeper understanding of them.

The contrast bias thus proves to be egocentric, assimilation is based on stereotypes, and discrimination reveals itself through a denial of quality and not through the allocation of defects.

## **Introduction**

Le but de cette recherche est d'étudier les biais de catégorisation dans la représentation qu'ont les Français des Maghrébins, communauté vis-à-vis de laquelle les relations sont souvent perçues comme problématiques. Plus fondamentalement, il s'agit de repérer, par une technique d'associations verbales, comment se manifestent les mécanismes psychosociaux participant à la formation des stéréotypes et de la discrimination ethnique.

Les chercheurs de la socio-cognition travaillant sur la catégorisation ont montré qu'il existe des distorsions cognitives dans l'appréhension d'autrui qui permettent d'expliquer des phénomènes comme le racisme. Depuis Tajfel, dont le projet était de mettre en évidence l'existence de mécanismes à l'œuvre dans l'appréhension d'objets tant physiques que sociaux, de nombreux chercheurs ont tenté d'affiner la compréhension de la catégorisation.

Il ressort de l'ensemble des résultats que le biais de contraste (accentuation des différences intercatégorielles) est constaté tant pour des objets physiques (Duflos & Lauvergeon, 1988) qu'ethnique (par exemple, Biernat & Vescio, 1993) et que le sujet appartienne à l'une des catégories (par exemple, Dorai, 1993) ou non (McGarty & Turner, 1992). Le biais d'assimilation (maximalisation des ressemblances intracatégorielles) par contre apparaît lorsque le domaine catégorisé est social (par exemple,) mais pas lorsqu'il est physique (Duflos & Lauvergeon, 1988). Enfin, le biais de discrimination (auto-favoritisme ou allo-défavoritisme) ne peut se manifester que dans des partitions sociales impliquant le sujet même si les limites de l'application sont discutées (par exemple, Sachdev & Bourhis, 1984; Espinoza & Garza, 1985; Mummendey, Simon, Ditze, Grünert, Haeger, Kessler, Lettgen & Schäferhoff, 1992).

En d'autres termes, alors que chez Tajfel il y a un double mécanisme symétrique (contraste et assimilation) et un second mécanisme (discrimination), nous pouvons aujourd'hui dégager trois mécanismes distincts, se hiérarchisant selon le degré d'implication du sujet dans la partition. Le premier (biais de contraste) serait activé dès qu'une catégorisation est opérée dans le réel quelle qu'en soit la nature. Le deuxième (biais d'assimilation) s'appliquerait sur des objets sociaux, quelle que soit l'implication du sujet. Enfin, le troisième (biais de discrimination) ne serait mobilisé que lorsque le sujet est partie prenante dans une partition sociale.

En conséquence, souhaitant mettre en évidence les effets de ces trois biais, nous devons retenir une situation sociale mettant en jeu deux groupes dont l'un constitue le groupe d'appartenance des sujets. En l'occurrence, nous avons choisi la partition Français/Maghrébins en centrant notre analyse sur les manifestations de ces biais chez les Français.

Selon nous, les biais activés de façon individuelle devraient participer à la constitution du savoir social sur le groupe cible, savoir qui de ce fait devrait être altéré. Ainsi, si on considère

les productions des sujets non pas une à une (telles qu'elles ont été produites) mais toutes ensemble, elles devraient mettre en évidence les déformations partagées et donc permettre d'approfondir les mécanismes de constitution du stéréotype. Notre étude porte donc sur les rapports entre catégorisation et mémoire mais se différencie des travaux centrés sur le sujet individuel. Nous ne nous intéressons pas à l'impact de la catégorisation sur le traitement de l'information, qu'il s'agisse de l'organisation en mémoire des catégories (Van Twuyver & Van Knippenberg, 1998) ou de l'encodage (Bardach & Park, 1996; Koomen & Dijker, 1997)), mais aux règles de constitution du stéréotype.

Plus précisément, nous voudrions montrer que, dans le cadre de partitions sociales impliquantes pour le sujet, les biais ont des effets sur les représentations sociales définies comme "le savoir du sens commun" (Moscovici & Hewstone, 1984, p. ).

Inversement, ces représentations sociales, disponibles chez tout un chacun (Devine, 1989; Fazio, Jackson, Dunton & Williams, 1995; Wittenbrink, Judd & Park, 1997, 1999), favorisent la mise en œuvre des biais de catégorisation. Résultant de l'exercice de distorsions, elles ne peuvent que faciliter la mobilisation des mécanismes correspondants. Au delà de l'économie cognitive liée à l'utilisation de stéréotypes, on peut s'intéresser aux effets de ces représentations sur la mise en œuvre même de ces mécanismes. Ainsi, partant du principe qu'il existe un renforcement des mécanismes de catégorisation par les représentations sociales, nous proposons d'étudier chacun d'entre eux sous deux angles: d'une part en tant que mécanisme cognitif ayant des effets automatiques et d'autre part en tant que mécanisme ancré socialement.

## **Opérationnalisation**

### **Dispositif**

Notre approche est essentiellement langagière et se limite aux associations verbales. Dans l'étude présentée, il ne s'agit ni de faire discourir les sujets, ni de les amener à se positionner en répondant à un questionnaire, mais de recueillir les premiers mots qui leur viennent à l'esprit. Nous avons invité chaque sujet à donner cinq substantifs, cinq adjectifs et cinq verbes pour couvrir autant que possible les différents aspects de la représentation (les substantifs renvoyant aux objets, les verbes aux comportements et les adjectifs aux valeurs).

Les sujets de nationalité et de langue française (N=100), étudiants de première année de psychologie, ont été répartis en 2 groupes indépendants. Après accord verbal de leur part, cinquante étudiants ont été confrontés au mot inducteur "Français" et cinquante autres au mot inducteur "Maghrébin" (chaque groupe ignorant à quelle population l'autre était confronté). Concrètement, nous avons distribué une feuille sur laquelle étaient précisés la consigne, le mot stimulus suivi d'un tableau matérialisant la place des réponses (en contrebalançant le positionnement des verbes, des adjectifs et des noms). Nous avons proposé cette tâche sans limite de temps et nous nous sommes engagés auprès des sujets à leur donner un feed-back sur les résultats.

### **Sélection du corpus**

Nous avons procédé à une analyse lexicale pour éviter tout regroupement thématique ou sémantique actuellement encore discutable. Pour accéder à la dimension sociale, nous avons opéré une sélection. Parmi les 857 mots produits, nous avons retenu ceux cités par plus de 10% de l'effectif (à savoir 48 mots). De fait, la probabilité qu'au moins 6 personnes (sur 50) choisissent un même mot est inférieure à .001. En d'autres termes, chacun des mots retenus a

au moins 99,9% de chance de ne pas avoir été produit au hasard, ce qui atteste de son caractère partagé.

### **Le biais de contraste**

Le premier mécanisme, appelé *biais de contraste*, rend compte de la distorsion dans la perception des écarts entre les membres de groupes sociaux différents. Tajfel et Wilkes (1963) ont d'abord mis ce phénomène en évidence sur des objets physiques. Ils ont montré que les éléments du monde physique (segments de droite de différentes longueurs) sont perçus comme plus différents entre eux lorsqu'on les affecte à des ensembles différents (A et B) que lorsqu'on ne le fait pas.

### **Hypothèses**

S'il existe bien pour les Français une catégorisation Maghrébins/Français, le biais de contraste, qui correspond au fait que les sujets soulignent les différences entre les éléments à partir du moment où ceux-ci appartiennent à des catégories différentes ("distingabilité intergroupe"), devrait apparaître au niveau des représentations correspondantes. Les représentations respectives de ces deux communautés devraient donc s'opposer.

Plus techniquement, pour identifier le biais de contraste, nous avons considéré la corrélation négative entre les distributions d'effectifs des mots affectés à chaque catégorie. En effet, il s'agit de montrer l'existence non pas d'une simple différence mais d'une opposition. En fait, si les représentations des Français et des Maghrébins étaient simplement différentes (et non pas opposées), les distributions seraient indépendantes (corrélation presque nulle); si elles étaient identiques, les distributions seraient semblables (corrélation positive et proche de 1); si elles étaient opposées (les choix d'un terme pour une catégorie impliquant son rejet pour l'autre), les distributions seraient inversées (corrélation négative).

D'un point de vue opérationnel, on s'attend donc à ce que la corrélation entre les distributions des effectifs pour les mots sélectionnés soit négative.

### **Résultats**

On constate tout d'abord que les associations induites à partir des stimuli verbaux "Français" et "Maghrébin" sont très différentes. En effet, seuls deux mots sur cinquante ("travailler" et "voyager") sont présents dans plus de dix pour cent des cas à la fois pour "Français" et "Maghrébin". Cet effet correspond bien au biais de contraste. En effet, si l'on considère les termes associés à "Français" et "Maghrébin", ils sont différents et ce alors même que les sujets ne voyaient qu'un seul mot stimulus et n'étaient donc pas mis en situation de comparaison sociale explicite.

Il apparaît par ailleurs que cette dissociation des mots associés ne correspond pas à une simple indépendance des distributions. En effet, celles-ci sont corrélées négativement ( $r$  de Pearson = - 0,525) et le test de contraste de Caen-Harrison montre que cette liaison négative est significative au seuil de .03 ( $Z=1,88$ ).

La partition effective entre Français et Maghrébins semble se traduire au niveau de la représentation par l'affectation collective de caractères spécifiques à chacune des catégories indiquées. Ainsi, le trait "manger" qui est associé à "Français" par 29 personnes ne l'est jamais à "Maghrébin" et inversement le trait "s'intégrer" qui est le plus fréquent pour "Maghrébin" n'est jamais mentionné pour "Français". Autrement dit, les mots qui sont associés à l'un des mots stimulus sont en quelque sorte évités pour l'autre et réciproquement. Ainsi, il semblerait qu'une des marques du processus catégoriel dans la représentation soit la

dissociation entre ce que l'on considère comme caractéristique de l'un et ce que l'on considère comme caractéristique de l'autre.

### **Importance de la dimension sociale**

La prise en compte des contenus évoqués nous permet de repérer le rôle de la dimension sociale dans le biais de contraste.

Si l'on considère les associations spécifiques au mot "Français", un premier ensemble est composé de 10 items et représente 109 occurrences soit 37,59 %; ce bloc renvoie avant tout à une vision rabelaisienne du Français ("manger", "boire", "vin", "dormir", "bon vivant", "danser", "gourmand", "s'amuser", "cuisine", "rire"). Il apparaît un deuxième bloc de 8 items représentant 65 occurrences soit 22,41%; il fait référence aux emblèmes de la France ("Paris", "Tour Eiffel", "Liberté", "coq", "république", "baguette", "Fraternité"). Enfin, un troisième bloc de 6 items, représentant 51 occurrences soit 14,83%, renvoie à l'ouverture, au contact ("accueillant", "parler", "sympathique", "ouvert", "touristique"). Ces trois blocs englobent 74,83 % des occurrences, les items restant ne dessinant pas d'ensemble thématique cohérent ("romantique", "beau", "travailler", "chauvin", "vantard", "langue", "se cultiver", "Europe").

On peut donc constater que les deux premiers blocs (qui correspondent à la majorité des associations) peuvent être qualifiés d'autocentrés dans la mesure où ils ne font référence qu'à la France (son style de vie, ses emblèmes), le troisième évoquant les relations avec l'extérieur.

Pour le mot "Maghrébin", on observe un premier ensemble de 4 items représentant 49 occurrences soit 33,11%; ce bloc est lié à leur position sociale ("intégrer", "s'intégrer", "intégration", "immigrer"). Un second ensemble représente 28 occurrences soit 18,92%; il fait référence à un comportement antisocial ("voler", "agressif", "violent"). Puis, pratiquement à égalité, apparaît un troisième ensemble, avec 18,24% des occurrences, se référant au traitement réservé aux Maghrébins ("racisme", "rejeté", "pauvre"). Enfin, un quatrième ensemble correspondant à 12,16% des occurrences fait référence au domaine religieux ("religion", "prier", "croyant"). Seul le mot "différent" n'est pas compris dans ces regroupements.

Ainsi, les trois premiers ensembles renvoient aux rapports des Maghrébins à la France, le premier étant de l'ordre du constat de leur statut dans le pays, le deuxième de l'ordre de leur rapport aux habitants et le troisième de l'ordre de ce qu'ils subissent de la part des Français. En d'autres termes, les trois premiers ensembles sont relatifs à la France (allocentré), seul le dernier (le plus faible en importance) caractérise les Maghrébins en eux-mêmes.

En résumé, l'analyse des contenus relatifs aux deux communautés fait ressortir que les deux représentations sont centrées sur la France. Il semblerait donc que, lorsque les sujets sont partie prenante dans une partition, ils appréhendent l'autre en le situant par rapport à leur propre système.

En conclusion, si on considère les termes associés, on constate que d'une part ils s'excluent mutuellement (effet de contraste) et que d'autre part ils se rapportent au même point de référence. Dans cette étude, le contraste n'est donc pas symétrique, le point de référence étant défini par l'appartenance du sujet (ethnocentrisme). En conséquence, la partition sociale franco-maghrébine se traduirait, pour les Français, par une opposition de caractères autoréférents.

## Le biais d'assimilation

Le deuxième, appelé *biais d'assimilation*, revient à maximiser les ressemblances entre les membres d'une même catégorie. Ainsi, considérant deux groupes d'individus, le sujet aura tendance à percevoir ceux qui appartiennent à un même groupe comme plus ressemblants entre eux qu'ils ne le sont en fait (Tajfel, Sheikh et Gardner, 1964).

### Hypothèses

La différence catégorielle entre Français et Maghrébins devrait provoquer un accroissement des ressemblances dans chaque catégorie ce qui devrait se traduire par des représentations de chaque groupe plus homogènes.

Si un nombre suffisant de personnes évoque un même trait à propos des membres d'une catégorie, ce trait est caractéristique de cette catégorie. Plus le nombre de traits caractérisant cette catégorie est élevé, plus les membres de cette catégorie se ressemblent. En effet, on peut considérer que chaque sujet mobilise un (ou des) exemplaire(s) différent(s) de la catégorie. Si plusieurs sujets donnent le même trait en se référant à des exemplaires différents, ces derniers sont affectés des mêmes traits. En conséquence, plus le nombre de traits donnés par un nombre significativement important de sujets est élevé, plus les membres de la catégorie cible pourront être considérés comme se ressemblant.

Ainsi, on peut considérer l'*extension*, c'est-à-dire le nombre de termes associés collectivement au mot stimulus, comme indicateur d'assimilation.

D'un point de vue opérationnel, on s'attend à ce que le nombre de termes donnés par plus de 10% des sujets soit dans chaque cas ("Français" et "Maghrébin") plus important qu'il ne le serait au hasard.

### Résultats

A partir du mot stimulus "Français", on obtient 478 associations dont 34 fournies par plus de 10% des sujets, ce qui est significativement supérieur au hasard; la probabilité pour qu'un mot soit choisi par au moins 6 personnes étant inférieure à .005, la probabilité pour qu'il y en ait 34 est quasi-nulle (de l'ordre de  $10^{-79}$ ). Pour le mot "Maghrébin", il y a 17 mots fournis par plus de 10% des sujets sur 379 mots au total, ce qui donne pour chaque mot une probabilité d'être choisi au hasard inférieure à .02 et donc une probabilité quasi-nulle pour les 17 mots (de l'ordre de  $10^{-27}$ ). Autrement dit, il y a bien surévaluation des ressemblances intra-catégorielles.

Cet effet de surévaluation des ressemblances intra-catégorielles est moins marqué pour "Maghrébin" que pour "Français". En effet, il y a deux fois moins de mots associés à "Maghrébin" et cet effet est significatif ( $\chi^2 = 6,48$  ;  $p < .02$ ). Le champ de représentation de "Maghrébin" semble donc plus restreint que celui de "Français". Autrement dit, dans la représentation sociale, les Maghrébins se ressembleraient moins entre eux (c'est-à-dire auraient moins de traits communs) que les Français.

D'autres données (recueillies dans les mêmes conditions) montrent que cette inégalité n'est pas limitée au mot stimulus "Maghrébin" mais se retrouve si l'on recourt à d'autres indications telles "Musulman", "Beur", "Rebeu", "Intégriste", "Islamiste", "Nord-Africain"... (Castel, Lacassagne & Salès-Wuillemin, sous presse). Ainsi, dans le cadre du dispositif proposé, l'extension est toujours moins importante dans le cas de l'exogroupe que de l'endogroupe. L'extension étant un indicateur du biais d'assimilation, on aurait pu s'attendre à ce qu'il n'en aille pas ainsi puisqu'on considère généralement que les membres de

l'exogroupe se ressemblent plus entre eux que ceux de l'endogroupe (Ostrom & Sedikides, 1992; Park, Judd & Ryan, 1991).

Ce résultat se rapproche de celui de Stangor et Lange (1994) selon lequel les représentations de l'endogroupe, à cause des relations entretenues avec ses membres, contiennent un nombre important de caractéristiques associées contrairement à celles de l'exogroupe qui sont peu nombreuses et rattachées à la catégorie.

### **Elargissement social**

Le stéréotype participe au biais d'assimilation dans la mesure où il constitue un filtre au travers duquel les membres de la catégorie vont être perçus (Castel, 1999). En effet, la ressemblance entre deux objets ne tient pas toujours à la quantité de traits partagés mais parfois aussi à quelques traits centraux qui peuvent être identifiés par le fait que de nombreux sujets les aient choisis (définition du stéréotype selon Katz et Braly, 1933).

Techniquement, pour mesurer le *consensus*, nous avons pris en compte les distributions des effectifs sur les différents traits précédemment retenus et nous avons calculé la variance de chaque distribution. En effet, la limite inférieure de celle-ci étant fixée (au moins 10% des effectifs), plus les mots des premiers rangs ont des effectifs élevés, plus la variance est grande. Autrement dit, par construction, plus la variance est élevée, plus le degré de consensus (c'est-à-dire de stéréotypie) est important.

En l'occurrence, la variance de la distribution des termes associés à "Français" est de 23,62, ce qui est significativement ( $F(33, 33) = 2,85; p < .01$ ) supérieure celle de la distribution gaussienne correspondante (8,27). La variance de la distribution des termes associés à "Maghrébin" est de 12,99 ce qui est également significatif ( $F(15, 15) = 8,32; p < .001$ ) par rapport à la gaussienne correspondante (1,56). Ainsi, parmi les termes de la représentation sociale, certains sont beaucoup plus évoqués qu'ils ne devraient l'être. Il semble donc y avoir un relatif consensus concernant ces caractères. Ils peuvent de ce fait être considérés comme faisant partie du stéréotype.

De plus, les termes associés à "Français" obtiennent un plus fort consensus que ceux associés à "Maghrébin". En effet, la variance est de 23,62 pour les premiers et de 12,19 pour les seconds. La comparaison de ces variances indique que cette différence est tendanciellement significative ( $F(33, 15) = 1,94; p < .10$ ). Si l'on considère les termes associés à "Français", on constate que le premier d'entre eux ("manger") est cité par une majorité d'individus (58%) alors que le terme de même rang pour "Maghrébin" ("intégrer") n'est mentionné que par un tiers (32%) des sujets. Les contributions des premiers termes rendent compte respectivement de 52% et 23% des variances; le test de comparaison des variances partielles donne  $F(33, 15) = 4,10; p < .01$ . Ainsi, l'étude du consensus semble montrer que les Français se décrivent de façon plus stéréotypée qu'ils ne le font pour les Maghrébins.

Comme pour l'extension, cet effet peut surprendre dans la mesure où l'endogroupe est à nouveau plus stéréotypé que l'exogroupe. Par contre si, comme précédemment, on considère les réponses à d'autres mots stimulus tels "Musulman", "Immigré", "Nord-Africain"... (Castel, Lacassagne & Salès-Wuillemin, sous presse), cet effet ne se retrouve pas. Ces dernières dénominations traduisent un consensus beaucoup plus grand pour l'exogroupe que l'endogroupe. A titre d'exemple, la variance pour "Musulman" est de 80,64 ce qui est très significativement ( $p < .01$ ) supérieur à "Français".

Il semblerait donc que ce soit la dénomination seule qui soit responsable de l'effet. Le mot "Maghrébin" peut renvoyer à plusieurs dimensions (religion, statut social, origine géographique...) alors que les indications plus précises: "Musulman", "Immigré", "Nord-Africain"... ne renvoient qu'à une seule.

Le degré de stéréotypie serait donc en relation avec le degré d'unidimensionnalité de la dénomination de la catégorie. Généralement, il existe plusieurs termes pour désigner une catégorie étrangère ce qui n'est pas le cas pour désigner le groupe propre.

Ainsi, dans la phase préparatoire de cette étude, nous avons obtenu de la part de sujets français 15 termes différents pour désigner les Maghrébins, chacun renvoyant à une dimension particulière, contre aucun (en dehors du mot "Français" lui-même) pour désigner les Français. Cette variabilité dans la désignation des exogroupes pourrait être considérée comme responsable des effets controversés quant à leur homogénéité perceptive. Il semblerait que l'unidimensionnalité de la dénomination entraîne un consensus plus fort pour juger l'exogroupe que l'endogroupe alors que, lorsque la dénomination est moins contraignante, l'effet inverse apparaît.

Ceci permet d'expliquer d'une part que, le plus souvent, le consensus soit plus fort sur l'exogroupe que sur l'endogroupe, et que d'autre part, dans certains cas, il n'en aille pas ainsi (Tajfel, Sheikh & Gardner, 1964).

En résumé, l'étude de l'effet de consensus à partir du stimulus "Maghrébin" montre que plus la dénomination est pointue, plus les traits centraux obtiennent un accord massif.

En conclusion, le biais d'assimilation se décomposerait en deux effets, le premier, l'extension, repérable par l'étendue des associations, le second, le consensus, repérable par la distribution des effectifs sur ces associations. Si le premier mécanisme ne dépend pas du contenu de la catégorie à laquelle il s'applique (il suffit qu'il s'agisse d'un exogroupe), le second est tributaire du social par son ancrage dans la langue. Du point de vue de l'extension comme du consensus, les Maghrébins se ressemblent moins entre eux que les Français. En d'autres termes, les sujets voient les Maghrébins comme peu ressemblants, d'une part parce qu'ils ne font pas partie de leur groupe d'appartenance (effet automatique de la catégorisation) et d'autre part parce que la représentation sociale de cette communauté dans la société actuelle est pluridimensionnelle (effet du stéréotype).

### **Le biais de discrimination**

Enfin, le troisième biais, appelé *biais de discrimination*, a été mis en évidence par Tajfel, Billig, Bundy et Flament (1971). Ces auteurs ont montré que les sujets, impliqués dans une partition sociale, ont tendance à favoriser les membres de leur catégorie au détriment de ceux de l'autre catégorie (biais d'auto-favoritisme ou biais pro-endogroupe). Des études plus récentes ont permis de préciser ce phénomène en montrant qu'il s'agissait parfois d'un biais d'allo-défavoritisme, c'est-à-dire que le sujet choisissait de défavoriser l'autre groupe plutôt que de favoriser le sien (Sachdev & Bourhis, 1987).

### **Hypothèses**

Le biais de discrimination lié à la catégorisation sociale devrait à son tour se retrouver dans la représentation. Dans le cadre de la partition franco-maghrébine, on s'attend donc à ce que l'exogroupe soit moins bien considéré que l'endogroupe.

Techniquement, pour atteindre les valeurs associées aux deux mots stimulus, il existe un support langagier privilégié: les adjectifs qualificatifs. En effet, dans le groupe nominal, la valeur est généralement portée par l'adjectif, même si d'une part elle apparaît parfois dans le substantif lorsque la charge est très forte (insulte par exemple) et d'autre part certains qualificatifs sont strictement informatifs (couleur, par exemple). En l'occurrence, nous avons retenu les adjectifs évaluatifs, entendus comme porteurs de traits socialement désirables (positifs) ou indésirables (négatifs).

D'un point de vue opérationnel, l'hypothèse est donc que la proportion d'adjectifs négatifs (nombre d'adjectifs négatifs sur nombre d'adjectifs cités) sera plus importante pour "Maghrébin" que pour "Français".

## **Résultat**

Parmi les 17 adjectifs cités par plus de 10% des sujets, 15 (soit plus de 88%) sont évaluatifs (les deux derniers, "différent" et "croyant", n'étant pas classables sur une dimension bipolaire).

Pour le mot "Français", il y a 12 adjectifs, 9 correspondant à des attributs socialement valorisés et trois à des attributs négatifs ; en l'occurrence, "Français" entraîne comme associations par ordre décroissant "accueillant", "beau", "chauvin", "bon vivant", "vantard", "gourmand", "sympathique", "libre", "raciste", "ouvert", "romantique", "touristique". Pour "Maghrébin", il y a 3 adjectifs évaluatifs associés, tous socialement dévalorisés: "violent", "agressif", "pauvre".

Ainsi, si l'on considère les proportions d'adjectifs de chaque polarité, on retrouve bien le biais d'auto-favoritisme (75% de connotations positives pour "Français" contre 0% pour "Maghrébins) et le biais d'allo-défavoritisme (100% de connotations négatives pour "Maghrébins" contre 25% pour "Français"). Il y a donc discrimination, les probabilités exactes de Fisher indiquant que la distribution des effectifs est significativement différente du hasard au seuil de .00044.

## **Elargissement social**

Cependant, si l'on considère non plus les proportions mais les nombres bruts, le biais d'auto-favoritisme se manifeste massivement (9 connotations positives pour "Français" contre 0 pour "Maghrébin") alors que celui d'allo-défavoritisme n'apparaît pas du tout (trois connotations négatives pour "Français" contre trois pour "Maghrébins"). La discrimination provient donc essentiellement de l'absence d'adjectif positif.

En fait, le stéréotype négatif, c'est-à-dire le préjugé, résulte ici d'une absence d'accord des sujets sur les traits positifs: chaque sujet a donné des qualités et des défauts, mais, s'il y a un relatif accord sur quelques défauts (3), il n'y en a pas du tout sur les qualités. Autrement dit, d'une part les sujets mobilisent peu de traits négatifs communs (seuls trois termes négatifs sont cités par plus de 10% des sujets) et d'autre part ils mobilisent des traits positifs disparates (aucun n'atteignant le seuil de 10%). Tout se passe comme si les sujets n'accablaient pas (ou ne voulaient pas accabler) les "Maghrébins" de défauts, mais ne pouvaient pas non plus leur affecter de qualité. Il s'agit donc en quelque sorte d'une discrimination privative.

Ce phénomène déjà mis en évidence chez des sujets non racistes écrivant une lettre à un interlocuteur noir (Castel & Lacassagne, 1993) ou encore chez des sujets confrontés à un individu porteur d'un tatouage (Castel & Lacassagne, 1995) semble lié à la saillance du stéréotype.

En effet, les travaux de Devine (1989), Fazio, Jackson, Dunton et Williams (1995), Wittenbrink, Judd et Park (1997, 1999) ont montré que nous sommes tous porteurs des stéréotypes associés aux groupes discriminés. Cependant, certaines situations sociales, compte tenu du degré de racisme propre à la société dans laquelle les sujets évoluent (Wieviorka, 1992) ou des positions idéologiques des sujets eux-mêmes, jouent sur leur expression. Ainsi, les sujets, étudiants de psychologie sociale à l'Université, ne se seraient pas laissés aller à exprimer trop de valeurs concernant l'exogroupe et, en particulier, auraient oublié les traits positifs.

En conclusion, la centration sur les aspects sociaux fait ressortir que la représentation sociale des Maghrébins en France est discriminante en ce qu'elle est dépourvue de tout trait positif.

### **Conclusion**

Cette recherche permet tout d'abord de retrouver les effets simples de la catégorisation sur la représentation d'une communauté particulière. Ainsi, la représentation du "Maghrébin" s'oppose à celle du "Français" (contraste), les membres de cette catégorie se ressemblent (assimilation) et sont moins bien considérés que les Français (discrimination).

De plus, l'étude de chacun de ces mécanismes dans la représentation sociale des Maghrébins permet de les approfondir. Ainsi, le contraste est asymétrique, l'assimilation est fondée sur le stéréotype associé aux termes et la discrimination passe par la censure des aspects positifs.

Ces manifestations des biais dans la représentation amènent à penser que, dans une interaction réelle entre un Français et un Maghrébin, il y a un double phénomène: non seulement le sujet met en œuvre les biais de catégorisation, mais de plus il les applique non pas à son interlocuteur réel mais à la représentation sociale de la communauté de ce dernier. Ainsi, la multiplication des interactions instaure une dynamique majorante. Plus la représentation est tranchée entre les parties impliquées, plus les biais se manifestent; plus les biais se manifestent, plus ils accentuent le clivage entre les représentations des différentes communautés.

### **References**

- Bardach, L. & Park, B. (1996). The effect of In-group/Out-group status on memory for consistent and inconsistent behavior of an individual. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(2),169-178.
- Biernat, M. & Vescio, T. K. (1993). Categorization and stereotyping: Effects of group context on memory and social judgment. *Journal of Experimental Social Psychology*, 29, 166-202.
- Castel, P. (1999). Langage et discrimination. In J.-P. Pétard (Ed.), *Psychologie Sociale*, pp. 317-374. Paris: Bréal Éditions.
- Castel, P. & Lacassagne, M.F. (1993). L'émergence du discours raciste : une rupture des routines. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 6(1), 7-20.
- Castel, P. & Lacassagne, M.F. (1995). The discourse made less commonplace : A mark of discrimination. In J. E. Aitken & L. J. Shedletsky (Eds.), *Intrapersonal Communication Processes and Social Cognition*, pp. 359-369. Plymouth, MI: Midnight Oil & Speech Communication Association.
- Castel, P. Lacassagne, M.F., & Salès-Wuillemin, E. (sous presse). Categorical points of view in social representation. *Language Sciences*.
- Devine, G. P. (1989). Stereotypes and prejudice : Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56 (1), 5-18.
- Doise, W., Deschamps, J.C. & Meyer, G. (1979). Accentuation des ressemblances intracategorielles. In W. Doise (Ed.), *Expériences entre groupes*, pp. 281-292. Paris: Mouton.
- Dorai, M. (1993). Effets de la catégorisation simple et de la catégorisation croisée sur les stéréotypes. *Journal International de Psychologie*, 28, 3-18.

- Duflos, A. & Lauvergeon, G. (1988). Variabilité comportementale, théorie de l'information et interaction sociale ou les us et abus d'un modèle. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 1, 113-128.
- Espinoza, J. A. & Garza, R. T. (1985). Social group salience and interethnic cooperation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21, 380-392.
- Fazio, R. J., Jackson, J. R., Dunton, B. C. & Williams, C. J. (1995). Variability in automatic activation as an unobstructive measure of racial attitudes, A bona fide pipeline. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(6), 1013-1027.
- Judd C. M., Wittenbrink, B. & Park B. (1999). Les préjugés raciaux aux niveaux implicites et explicites. *Psychologie Française*, 44(2), 179-188.
- Katz, D. & Braly, K. (1933). Racial stereotypes of one hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, 280-290.
- Koomen, W. & Dijker A. J. (1997). Ingroup and outgroup stereotypes and selective processing. *European Journal of Social Psychology*, 27, 589-601.
- McGarty, C. & Turner, J. (1992). The effects of categorization on social judgement. *British Journal of Psychology*, 31, 253-268.
- Moscovici, S. & Hewstone, M. (1984). De la science au sens commun. In S. Moscovici (Ed.), *Psychologie Sociale*, pp. 539-566. Paris: Presses Universitaires de France.
- Mummendey, A., Simon, B., Dietze, C., Grünert, M., Haeger, G. Kessler, S., Lettgen, S. & Schäferhoff, S. (1992). Categorization is not enough: Intergroup discrimination in negative outcome allocation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 28, 125-144.
- Ostrom, T. M. & Sedikides, C. (1992). Out-group homogeneity effects in natural and minimal groups. *Psychological Bulletin*, 112, 536-552.
- Park, B., Judd, C., & Ryan, C. S. (1991). Social categorization and the representation of variability information. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology*, 2. Chichester: Wiley.
- Sachdev, I. & Bourhis, R. Y. (1984). Minimal majorities and minorities. *European Journal of Social Psychology*, 14, 35-52.
- Sachdev, I. & Bourhis, R. Y. (1987). Status differentials in intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 17, 277-293.
- Stangor, C. & Lange, J. E. (1994). Mental representations of social groups: Advances in *Experimental Social Psychology*, 26. San Diego: Academic Press
- Tajfel, H., Billig, M. G., Bundy, R. P. & Flament, C. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1, 149-178.
- Tajfel, H., Sheikh, A. A. & Gardner, R. C. (1964). Content of stereotypes and the inference of similarity between members of stereotyped groups. *Acta Psychologica*, 22, 191-201.
- Tajfel, H. & Wilkes A. L. (1963). Classification and quantitative judgement. *British Journal of Psychology*, 54, 101-114.
- Van Twuyver, M. & Van Knippenberg, A. D. (1998). Effects of group membership and identification on categorization and subtyping in memory. *European Journal of Social Psychology*, 28, 531-553.
- Wieviorka, M. (1992). *La France raciste*. Paris: Éditions du Seuil.
- Wittenbrink, B., Judd C. M. & Park B. (1997). Evidence for racial prejudice at the implicit level and its relationship with questionnaire measures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 12, 262-274.