

REPRÉSENTATION HÉGÉMONIQUE ET REPRÉSENTATIONS POLÉMIQUES : LE CAS DES STÉRÉOTYPES DES FEMMES

Angelica Mucchi-Faina
Université de Rome "La Sapienza" (Rome, Italie)
ssmucchi@uniroma1.it

1. Un point de rencontre avec la Cognition Sociale

L'importance de l'appartenance de groupe dans la formation et le maintien des représentations étant bien connue (Doise & Lorenzi-Cioldi, 1991; Moscovici, 1976 ; Vala, 1999), je ne m'attarderai pas sur ce point. Je voudrais seulement rappeler qu'à partir du texte classique de Moscovici sur l'argument, le co-partage de représentations constitue la base de la définition même de groupe : «La définition d'un groupe procède d'un faisceau de présuppositions qui accorde un poids préférentiel à un certain nombre de critères» (1976, p.72). Parmi ces présuppositions partagées, il y a, en premier lieu, les attitudes, les évaluations et les stéréotypes qui concernent son propre groupe et l'autre groupe. De plus, comme l'ont souligné plusieurs auteurs (par exemple, Vala 1999), ces deux représentations - celle de l'ingroup et celle de l'outgroup - sont en relation. En résumé, on peut dire que les représentations jouent un rôle important dans la perception intergroupe.

Le fait que l'appartenance de groupe conditionne les perceptions et les évaluations intergroupes a été constaté aussi par les psychologues sociaux qui font référence à la cognition sociale. Dans ce champ d'études, on a montré l'existence d'au moins trois mécanismes :

- 1) le biais attributionnel ethnocentrique ou *group-serving bias*, à savoir une inclination à attribuer à des causes internes les comportements positifs de l'ingroup et les comportements négatifs de l'outgroup et, vice versa, une tendance à attribuer à des causes externes les comportements négatifs de l'ingroup et les comportements positifs de l'outgroup (Hewstone et Jaspars, 1982, Hewstone, 1989);
- 2) l'effet d'homogénéité de l'outgroup - effet controversé - par lequel en général l'ingroup est perçu comme moins homogène que l'outgroup (Park et Rothbart, 1982). Pour des raisons liées à cet effet, on a aussi constaté que:
- 3) la description d'un membre de l'ingroup est plus influencée par des exemplaires spécifiques de la catégorie (Coats et Smith, 1999) tandis que la description d'un membre de l'outgroup semble plus influencée par des représentations abstraites.

Soit les études sur les représentations, soit la cognition sociale soutiennent donc que notre manière de percevoir les groupes et leurs membres varie en fonction de notre appartenance catégorielle. Néanmoins, le peu de communication entre ces deux domaines d'étude a fait obstacle au passage des concepts théoriques et des résultats de recherche, au détriment d'une approche plus articulée sur ce thème.

Le travail qui suit peut être considéré comme une tentative, certainement pas l'unique, de dépasser cette barrière communicative. Je chercherai à montrer comment la distinction, introduite par Moscovici (1988), entre le niveau polémique et le niveau hégémonique d'une représentation peut constituer un outil avantageux pour un champ qui est considéré sociocognitif par excellence: celui des stéréotypes sociaux.

En se référant aux différents niveaux des représentations, on peut dire que l'appartenance à des groupes différents ou antagonistes donne lieu à des représentations *polémiques* de l'ingroup et de l'outgroup. Les représentations polémiques sont mutuellement exclusives: les membres de chaque groupe attribuent aux membres de l'autre groupe un certain nombre de caractéristiques qu'ils ne s'attribuent pas et aux membres de son propre groupe des caractéristiques que les membres de l'autre groupe ne leur attribuent pas. Il faut tout de suite ajouter que, à ces représentations différenciées selon l'appartenance, s'accompagne une zone, une sphère de copartage, celle que Moscovici a nommée représentation *hégémonique*. Les représentations hégémoniques traversent les groupes, sont relativement durables et trouvent leur point d'ancrage dans des croyances et des valeurs largement diffusées, bref, dans la culture. En fait, les représentations hégémoniques correspondent aux représentations collectives de Durkheim (1912).

L'hypothèse générale de la recherche que je présente ici est que, si on enlève de la représentation d'un groupe ou d'une catégorie les éléments hégémoniques, on peut saisir les éléments polémiques qui sont typiques des représentations intergroupes: à savoir la façon différente de voir un certain groupe qu'ont les membres de l'ingroup par rapport aux membres de l'outgroup. Autrement dit, la distinction entre ces deux niveaux de la représentation permet de dissocier les aspects liés au stéréotype social des aspects qui sont mis en cause pour favoriser l'ingroup.

2. La recherche

2.1. Objectifs et hypothèses

La recherche s'est basée sur l'analyse des traits utilisés par les femmes et par les hommes pour définir «les femmes». Ces traits ont été classifiés sur la base de la distinction proposée par Peeters (1983) entre les traits «A' profitabilité pour l'autre» (PA), à savoir

caractéristiques qui regardent en premier les autres (e.g., généreux en positif et intolérant en négatif) et les traits «A' profitabilité pour soi» (PS), à savoir caractéristiques qui concernent premièrement le sujet (e.g., intelligent en positif, incapable en négatif).

Dans une série de recherches sur l'évaluation de soi, conduites dans les années quatre-vingt (Goethals, 1986; Messick et al. 1985), on a trouvé que les gens pensent adopter des comportements socialement désirables plus souvent que les autres et des comportements socialement indésirables moins souvent que les autres. Cette asymétrie n'est pas également forte par rapport à d'autres dimensions du Soi comme l'intelligence (*Mohammed Ali effect*, Allison, Messick, Goethals, 1989). Si nous transposons ces résultats dans le champ des évaluations intergroupes, nous pouvons envisager que les gens vont penser que leur propre groupe a plus de caractéristiques PA positives que l'outgroup et moins de caractéristiques PA négatives que celui-ci. En accord avec le «Mohammed Ali effect» (Allison et al., 1989), ce favoritisme dans l'évaluation de l'ingroup ne devrait pas être aussi fort pour les caractéristiques PS.

C'est justement ce qui a été trouvé dans une recherche précédente (non publiée et menée en collaboration avec Costarelli et Romoli en 1999) dans laquelle on a demandé aux participants de dresser une liste des traits typiques de l'ingroup et de l'outgroup. Dans cette recherche, l'ingroup et l'outgroup étaient des groupes ethniques et l'outgroup était considéré de statut supérieur. Les participants ont produit plus de traits PA pour décrire l'ingroup que l'outgroup. De plus, on a trouvé une tendance à utiliser plus de traits PA positifs pour l'ingroup que pour l'outgroup et, de manière inverse, moins de traits PA négatifs pour l'ingroup que pour l'outgroup.

Ces résultats ont été obtenus avec des groupes ethniques. Mais est-ce une règle générale et, surtout, est-elle encore valable quand on s'intéresse à une autre catégorisation, comme celle du sexe, plutôt que celle de l'ethnie ? En effet, la catégorisation par sexe pourrait produire des résultats différents, car chaque sexe est caractérisé par des traits stéréotypiques spécifiques. En particulier, aux rôles de sexe féminin sont liés traditionnellement des traits qui se rapportent à la dimension *communale* (soigner les autres, se soucier du bien-être des autres ; Eagly, 1987), et donc du type PA. Par conséquent, si la catégorisation est basée sur le sexe, les stéréotypes de sexe devraient interférer avec l'effet produit par la relation intergroupe. D'autre part, jusqu'ici la recherche sur l'argument n'a pas signalé de différences entre hommes et femmes par rapport au contenu des stéréotypes de sexe : ces stéréotypes semblent être partagés par les deux sexes (voir, par exemple, Deaux et Lewis, 1984).

D'où on a pensé qu'une différence pourrait être saisie en distinguant les différents niveaux de la représentation sociale. En particulier, les traits liés à la dimension *communale*, et donc PA, devraient être majoritaires dans la représentation hégémonique des "femmes". Au contraire, dans les représentations polémiques (liées à la catégorisation sexuelle), on devrait trouver un résultat similaire à celui de la catégorisation ethnique: par rapport aux "femmes", les membres de l'ingroup -- les femmes/statut inférieur -- devraient utiliser plus de traits PA positifs et moins de négatifs que les membres de l'outgroup, les hommes/statut supérieur¹.

Pour résumer, on a prévu :

- 1) une prédominance des PA sur les PS, dans l'ensemble, en accord avec le stéréotype sexuel (représentation hégémonique des femmes);
- 2) un nombre de PA positifs plus élevé dans la représentation de l'ingroup par rapport à la représentation de l'outgroup;
- 3) un nombre de PA négatifs moins élevé dans la représentation de l'ingroup par rapport à la représentation de l'outgroup.

2.2. Participants et procédure

Soixante étudiants des deux sexes (30 personnes par sexe) ont répondu à un questionnaire qui a été distribué au début d'un cours de sociologie à l'université de Rome. Dans le questionnaire, parmi d'autres questions, on demandait aux participants de dresser une liste des dix traits qui leur venaient à l'esprit le plus rapidement pour décrire les FEMMES. Après avoir complété cette tâche, les participants donnaient une évaluation de ces traits sur une échelle de - 3 (trait très négatif) à + 3 (très positif).

2.3. Résultats

Les adjectifs ont été transcrits dans une liste par ordre alphabétique et, sur la base de l'évaluation des participants, on a attribué à chaque trait une valeur (somme algébrique: positive, négative ou nulle). Par la suite, deux juges ont évalué la profitabilité pour soi et pour l'autre (Peeters, 1983). Ainsi, on a obtenu cinq catégories de traits:

- 1) profitables pour soi- positifs (PSpo)
- 2) profitables pour soi- négatifs (PSne)
- 3) profitables pour l'autre- positifs (PApo)
- 4) profitables pour l'autre- négatifs (PAne)
- 5) Neutres/qui ne peuvent pas être classés (N)

Ces adjectifs ont alors été divisés selon le type de représentation. Les adjectifs utilisés par cinq personnes au moins -- et dans la même mesure, ou presque, par les deux sexes -- ont

été attribués à la représentation hégémonique. Ceux qui ont été nommés surtout par les femmes (nombre au moins double) ont été attribués à la représentation ingroup, tandis que ceux qui ont été nommés surtout par les hommes ont été attribués à la représentation outgroup. Le tableau 1 montre la répartition des traits selon le niveau de la représentation.

Tableau 1 : Répartition en pourcentage des traits selon le type de représentation

<i>Représentations</i>	Hégémonique	Ingroup	Outgroup
<i>Traits</i>			
PS-pos	24% (34)	39% (68)	40% (70)
PS-neg	0 (0)	23% (40)	19% (33)
PA-pos	54% (77)	24% (42)	11% (19)
PA-neg	3% (5)	8 % (13)	15% (26)
N	19% (27)	6 % (10)	15% (26)
Tot.	100 (143)	100 (95)	100 (113)

Légende :

PS-po= profitables pour soi- positifs;

PS-ne= profitables pour soi- négatifs;

PA-po= profitables pour l'autre- positifs ;

PA-ne= profitables pour l'autre- négatifs

N= Neutres/qui ne peuvent pas être classés Entre parenthèses: fréquences

2.3.1. Représentation hégémonique

Les traits de la représentation hégémonique ont été au nombre de 12 et ils ont été nommés 143 fois en tout. Comme prévu la fréquence des PA (N= 82) a été plus élevée que la fréquence des PS [N= 34 ; $X^2(1)= 19.86, p < .0001$] (voir tableau 1).

2.3.2 Représentations polémiques

Tableau 2. Répartition entre ingroup et outgroup des traits de la représentation polémique (fréquences)

	PS-pos	PS-neg	PA-pos	PA-neg
Ingroup	68	40	42*	13*
Outgroup	70	33	19*	26*

Légende :

PS-po= profitables pour soi- positifs;

PS-ne= profitables pour soi- négatifs;

PA-po= profitables pour l'autre- positifs ;

PA-ne= profitables pour l'autre- négatifs

Les fréquences marquées avec l'astérisque sont différentes des fréquences attendues ($p < .01$)

Le tableau 2 montre la répartition des traits utilisés pour l'ingroup et pour l'outgroup. L'analyse log-linéaire 2 (groupes) x 4 (catégories des traits) signale un effet d'interaction entre les deux variables, $X^2(3)=13.28$, $p < .005$. Les comparaisons *a posteriori* entre fréquences attendues et fréquences observées indiquent des différences significatives uniquement pour les traits PA. Comme prévu, les PA sont plus souvent de type positif pour l'ingroup (e.g. : généreuse, gentille, affectueuse) que pour l'outgroup ($z = 3.09$) et plus souvent de type négatif pour l'outgroup (e.g. : opportuniste, lunatique, égocentrique) que pour l'ingroup ($z = 2.77$). Les traits PS sont nommés plus ou moins dans la même proportion par les deux sexes (exemples ingroup: responsable, ambitieuse; outgroup: belle, naïve).

3. Discussion et conclusions

Les résultats obtenus montrent que la représentation hégémonique des femmes - en syntonie avec le rôle de genre traditionnel d'assistance - renferme une série de traits qui se réfèrent surtout à la catégorie «Profitable pour l'autre». Les représentations liées à la catégorisation donnent une valence différente de cette dimension. En particulier dans la représentation de l'ingroup, est soulignée l'importance des traits positifs tandis que dans celle de l'outgroup, est soulignée l'importance des traits négatifs. Alors que pour les sujets femmes, les caractéristiques sont surtout des caractéristiques profitables aux autres, les sujets hommes soulignent surtout les aspects *au détriment* des autres. On peut bien affirmer qu'il existe un effet de polémique (voir figure1).

Figure 1. Traits à profitabilité pour l'autre (%)

Néanmoins, je ne veux pas dire que les représentations hégémoniques soient moins importantes ou moins authentiques que les représentations polémiques. Ce sont bien les représentations hégémoniques qui permettent la communication et l'échange entre les groupes. Je veux tout simplement dire que les deux types de représentations coexistent dans les perceptions intergroupes. Comme l'a souligné Moscovici (1988), ce n'est pas seulement la polémique qui marque les relations intergroupes; il faut néanmoins ajouter qu'un aspect polémique marque la plupart de ces relations.

Bien que Tajfel ait fait allusion plusieurs fois à ce problème (1981), peu de recherches ont approfondi la différence entre les stéréotypes sociaux et l'attribution de traits liés à l'appartenance de groupe. L'introduction de la distinction entre les représentations

hégémoniques et polémiques a permis de commencer à pénétrer à l'intérieur des stéréotypes en faisant ressortir la différence entre les traits d'un type et ceux de l'autre. En syntonie avec ce qu'on a trouvé dans la recherche sur l'évaluation de soi (Goethels, 1986, Messick et al., 1985), il existe une tendance à souligner les caractéristiques socialement désirables par rapport à l'ingroup et celles socialement indésirables par rapport à l'outgroup. De plus, en accord avec l'effet Mohammed Ali (Allison et al., 1989), on ne trouve pas cette différence par rapport aux caractéristiques profitables pour soi.

La distinction entre les différents types de représentation permet donc de mettre au jour ce qui est caché si on se contente de réaliser une analyse globale des données: c'est à dire une interprétation différente du stéréotype culturel en relation avec l'appartenance sociale. S'il est vrai que l'importance attribuée à certaines caractéristiques peut changer d'une culture à l'autre (p.e. collectiviste *versus* individualiste, voir Wojciszke, 1997), il est vrai également que l'attribution de certaines caractéristiques peut provenir de l'appartenance et que cette attribution n'est donc pas uniquement un processus cognitif lié aux schémas et à la catégorisation cognitive. Tandis que les éléments hégémoniques sont déterminés par la culture et donc partagés par la plupart des personnes, indépendamment de leur appartenance de groupe, les représentations liées à l'appartenance sont polémiques surtout en rapport aux aspects relationnels: c'est par rapport à ces derniers que la différence ingroup/outgroup devient plus marquée et plus évidente. De futures recherches pourront montrer si cette distinction peut être effectuée non seulement par rapport aux traits mais aussi par rapport aux attitudes et aux valeurs.

NOTE

¹ Dans sa typologie, Moscovici (1988) avait proposé aussi un troisième type de représentations, qu'il a nommé *émancipées* puisqu'elles sont créées par un groupe et partagées par les autres. Dans la recherche présentée, nous n'avons pas pris en considération ce concept puisque les deux catégories en questions (femmes-hommes) sont universelles et par conséquent, il s'avère difficile de distinguer l'image partagée par émancipation, comme résultat d'un échange, de l'image hégémonique.

RÉFÉRENCES

- Allison, S.T., Messick, D.M., Goethals, G.R. (1989). On being better but not smarter than others: The Muhammad Ali effect. *Social Cognition*, 7, 5, 275-295.
- Coats, S. & Smith, E.R. (1999). Perceptions of gender subtypes: Sensitivity to recent exemplar activation and in-group/out-group differences. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 4, 515-526.
- Deaux, K. & Lewis L. L.(1984). Structure of gender stereotypes : Inter-relationships among components and gender label. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 991-1004.
- Doise, W. & Lorenzi-Cioldi (1991). L'identité comme représentation sociale. In JP Deconchy, (Ed.). *Idéologie et représentations sociales*. Cousset: Delval.
- Durkheim, E.(1912). *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. Paris : Alcan.
- Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior : A social-role interpretation*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Goethals,G.R.(1986). Fabricating and ignoring social reality: Self-serving estimates of consensus. In J. M. Olson, C. P. Herman & M. P. Zanna (Eds), *Social comparison and relative deprivation:The Ontario symposium*.(vol.4). Hillsdale, N. J. : Erlbaum.
- Hewstone, M. (1989). *Causal attribution: From cognitive processes to cognitive beliefs*. Oxford: Basil Blackwell.
- Hewstone, M. & Jaspars, J. M. F. (1982). Intergroup relations and attribution processes. In H. Tajfel (Ed.). *Social identity and intergroup relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Messick, D.M., Bloom, S., Boldizar, J.P. & Samuelson, C.D.(1985). Why we are fairer than others. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21, 480-500.
- Moscovici, S. (1976). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris : P.U.F., 2^e édition.
- Moscovici, S. (1988). Notes toward a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, 18, 3, 211-250.
- Peeters, G. (1983). Relational and informational patterns in social cognition. In W. Doise & S. Moscovici (Eds), *Current Issues in European Social Psychology*, Cambridge: Cambridge University Press.

Park, B. & Rothbart, M. (1982). Perception of out-group homogeneity and level of social categorization: Memory for the subordinate attributes of in-group and out-group members. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 1051-1058.

Vala, J. (1999, juin) *Social differentiation and the differentiation of social representations*. Contribution à la table ronde sur les Représentations sociales normatives, Roma, Università La Sapienza, 8 pages.

Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories : Studies in social psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.

Wojciszke, B.(1997). Parallels between competence — versus morality — related traits and individualistic versus collectivistic values. *European Journal of Social Psychology*,27, 245-256.