



**L'orientation scolaire et professionnelle**

31/1 | 2002  
Varia

---

## Asymétrie sociale et asymétrie cognitive : étude de l'opérativité des catégories de sexe

*Social asymmetry and cognitive asymmetry: a study of the functioning of gender*

Sabine de Bosscher and Annick Durand-Delvigne

---



### Electronic version

URL: <http://journals.openedition.org/osp/4848>

DOI: 10.4000/osp.4848

ISSN: 2104-3795

### Publisher

Institut national d'étude du travail et d'orientation professionnelle (INETOP)

### Printed version

Date of publication: 15 March 2002

ISSN: 0249-6739

### Electronic reference

Sabine de Bosscher and Annick Durand-Delvigne, « Asymétrie sociale et asymétrie cognitive : étude de l'opérativité des catégories de sexe », *L'orientation scolaire et professionnelle* [Online], 31/1 | 2002, Online since 01 March 2005, connection on 20 April 2019. URL : <http://journals.openedition.org/osp/4848> ; DOI : 10.4000/osp.4848

---

This text was automatically generated on 20 April 2019.

© Tous droits réservés

---

# Asymétrie sociale et asymétrie cognitive : étude de l'opérativité des catégories de sexe

*Social asymmetry and cognitive asymmetry: a study of the functioning of gender*

Sabine de Bosscher and Annick Durand-Delvigne

---

La question récurrente de la disparité des insertions professionnelles et sociales des femmes et des hommes semble faire actuellement l'objet d'une volonté de traitement clairement affichée et mise en oeuvre dans un cadre interministériel. Les incitations à la prise en compte de cette problématique adressées aux entreprises publiques ou aux établissements scolaires (B.O. n° 10 du 9 mars 2000) sont effectives. Notre objectif est ici de rendre compte d'études expérimentales dont les résultats pourraient contribuer à une meilleure compréhension d'une partie des mécanismes socio-cognitifs participant à l'asymétrie sociale et cognitive qui caractérise les rapports sociaux de sexe. La pratique professionnelle des conseillers d'orientation-psychologues ne peut échapper aux biais de sexe. Comme toute situation sociale, les interactions avec les usagers sont marquées par l'utilisation différentielle des catégories de sexe dans les activités de conseil et d'information en matière d'insertion professionnelle.

Les travaux que nous présentons ici traitent de la place des catégories de sexe dans la perception sociale, ainsi que des effets de l'incongruence entre sexe et genre sur la perception d'autrui. En cela, ils pourraient ouvrir une voie pour des opérations de recherche et de mise en place de dispositifs s'intégrant dans le mouvement vers la parité-égalité des sexes dans la formation à l'orientation des choix professionnels : interroger les pratiques sur leur contribution à l'asymétrie des deux sexes, créer des supports pédagogiques permettant de rendre saillante cette asymétrie auprès des usagers afin de l'atténuer.

## Influence de la catégorisation de sexe sur la perception sociale

La perception se base sur des processus de catégorisation, qui permettent la sélection, le classement et la simplification des informations. Quand la perception concerne autrui, les appartenances à des groupes socialement définis sont utilisées de façon privilégiée. Ainsi, Brewer (1988 ; Brewer & Lui, 1989) propose que la race, l'âge et le sexe soient considérés comme des « catégories premières », qui sont traitées automatiquement et prioritairement à toute autre.

Par ailleurs, ces catégories sont intrinsèquement frappées d'asymétrie. En effet, les groupes sociaux dont elles relèvent sont hiérarchiquement ordonnés et liés dans un rapport de pouvoir. Cette hiérarchie sociale qui organise les rapports intergroupes a un effet structurel sur la perception sociale, tant sur la perception d'autrui que sur la perception de soi (Deschamps, 1982).

Les groupes de sexe peuvent être un lieu d'analyse de cette problématique.

De nombreuses études montrent que le sexe joue un rôle important dans le traitement des informations sur autrui (voir par exemple Stangor, Lynch, Duan, & Glass, 1992). Le sexe semble attirer d'emblée l'attention et déclencher des processus automatiques. Il semble même, dans certains cas, prendre le pas sur les autres labels catégoriels (Fiske, Haslam, & Fiske, 1991 ; Zarate & Smith, 1990).

De plus, le processus de catégorisation de sexe est fortement influencé par les rapports de pouvoir qui existent entre les hommes et les femmes. Le statut social de chacun des deux groupes, les rapports inégalitaires qui les lient et les modalités différentielles d'insertion sociale entrent en interaction dans la construction des catégories cognitives de sexe, porteuses d'inférences et de significations.

L'asymétrie sociale qui marque les relations intersexes semble induire une asymétrie cognitive, particulièrement manifeste sous trois aspects (décrits par Hu'rtig & Pichevin, 1995, 1998) :

- le label de sexe est plus saillant et plus accessible dans la perception des cibles femmes,
- la catégorie des femmes est perçue comme plus homogène que celle des hommes,
- la catégorie des hommes semble constituer la norme, le prototype, le groupe de référence dans le traitement des informations sociales.

## Saillance et constance de la catégorisation de sexe des cibles femmes

L'expérience de Hurtig et Pichevin (1990) est une bonne illustration de ce phénomène et a servi de base pour nos propres expériences décrites ultérieurement. Les sujets doivent décrire la photographie d'une personne-cible à un partenaire afin que celui-ci l'identifie parmi 24 photographies (12 hommes et 12 femmes). Les photos sont présentées selon trois conditions différentes : « photos de personnes » (contexte défini, par Hurtig et Pichevin, comme « neutre »), « photos des membres d'un conseil d'administration d'une

entreprise» (« contexte masculin ») ou « photos du personnel enseignant d'une école primaire importante » (« contexte féminin »). Les résultats montrent que la saillance du label de sexe est, de manière significative, plus grande pour les cibles femmes que pour les cibles hommes. De plus, le descripteur sexe est mentionné le plus souvent en premier dans les descriptions d'une cible femme. En outre, c'est dans la situation féminine puis masculine qu'il est également le plus souvent mentionné en premier. Les différences sont les plus importantes si l'on considère les trois variables (sexe de la cible, sexe du sujet et genre de la situation). Alors que 71 % des descriptions de cibles femmes par des sujets femmes dans la situation féminine commencent par le descripteur sexe, ce n'est le cas que de 17 % des descriptions de cibles hommes par des sujets hommes dans la situation masculine.

Cette saillance plus importante du label de sexe, pour les cibles femmes, est également constatée par Zàrate et Smith (1990) grâce à un paradigme de vérification de catégories. De même, Lorenzi-Cioldi (1991, 1993) montre que l'appartenance de sexe est une notion plus centrale dans la description de soi des femmes que dans celle des hommes.

De la même façon que le label de sexe paraît plus saillant pour les cibles femmes, il est mentionné de façon plus constante et son utilisation dépend moins des caractéristiques contextuelles quand il s'agit de décrire celles-ci.

Selon la théorie de la distinctivité numérique (McGuire & McGuire, 1981, cités par Pichevin et Hurtig, 1996), plus une catégorie est minoritaire, plus elle attire l'attention. Pourtant, certains résultats concernant la catégorie des femmes ne vérifient pas cette hypothèse. Pichevin et Hurtig (*op. cit.*) utilisent le paradigme de description d'une cible à identifier mais elles font varier le nombre d'hommes et de femmes photographiés et donc la distinctivité numérique de chacun des deux groupes : neuf hommes et trois femmes, six hommes et six femmes et trois hommes et neuf femmes. Si l'effet de distinctivité numérique est visible pour les cibles hommes, cela n'est pas vrai pour les cibles femmes. Ainsi, pour celles-ci, la saillance catégorielle semble moins varier et ce, de façon indépendante du contexte numérique. Quels que soient le nombre de femmes et le nombre d'hommes dans un groupe, les sujets décrivent une femme en termes de catégorie de sexe, alors qu'ils ne mentionnent le label de sexe d'un homme que lorsque c'est cognitivement pertinent, c'est-à-dire quand cette catégorie est en minorité. La théorie de la distinctivité numérique ne serait donc « applicable » que pour les individus de sexe masculin, mais pas pour les individus de sexe féminin, dont la saillance catégorielle reste constante.

Des résultats similaires sont obtenus dans les expériences utilisant un paradigme de description de soi, comme celle de Abrams, Thomas et Hogg (1990), où les sujets doivent donner les cinq caractéristiques qui les décrivent le mieux, celle de Lorenzi-Cioldi (1988), avec le test du « Qui suis-je ? » (Kuhn & McPartland, 1955), ou celle de Durand-Delvigne (1995) avec le Beni Sex Roles Inventory, un inventaire des rôles de sexe.

Cette dépendance vs indépendance à l'égard du groupe de sexe propre illustre parfaitement les notions de groupe agrégat/groupe collection, proposées par Lorenzi-Cioldi (*op. cit.*). Les groupes dominants forment une collection d'individus différenciés les uns des autres, ce qui se manifeste, entre autres, dans l'expression de soi en termes singuliers, en termes d'identité individuelle. Les groupes dominés constituent un agrégat d'individus relativement similaires les uns des autres, qui expriment une représentation de soi davantage en termes catégoriels, en termes d'identité collective. Cet effet

structurel des rapports de pouvoir sur le soi est expérimentalement mis en évidence quand les deux types de groupes sont en interaction, réelle ou symbolique.

## Homogénéité interne plus grande pour la catégorie des femmes

Pour Hurtig et Pichevin (1998), la question de l'homogénéité intragroupe ou intracatégorielle rejoint celle de la saillance. En effet, l'homogénéité perçue peut être considérée comme un indice de la saillance catégorielle : plus on perçoit un groupe comme homogène, plus on minimise les différences interindividuelles par rapport aux ressemblances liées à l'appartenance catégorielle.

Selon Park, Ryan et Judd (1992, cités par Lorenzi-Cioldi & Doise, 1994), les membres des groupes de bas prestige « ont intérêt » à élaborer des représentations de l'exogroupe plus complexes, incluant notamment des personnes et des sous-groupes de ce groupe (p. 85). Les membres d'un groupe inférieur seraient motivés à différencier entre eux les membres d'un groupe de haut statut, parce que ceux-ci, dans la majorité des situations, orientent et maîtrisent l'interaction avec ceux-là (Messick & Mackie, 1989). Ils prêteraient ainsi plus d'attention aux membres de l'exogroupe lors d'interactions dans lesquelles ils ont un rôle de subordonné. Pour Brown (1990), cette attention minutieuse des expressions et des mouvements d'autrui va au-delà de l'empathie et est appelée « l'intuition féminine » dans la culture occidentale.

Cette homogénéité plus grande pour le groupe des femmes est mise en évidence dans les études sur les attributions intrasexes erronées, comme celles de Taylor, Fiske, Etcoff et Ruderman (1978) sur les effets de la catégorisation de sexe et/ ou de race sur les processus de mémorisation et sur les stéréotypages, ou celle de Devos, Comby et Deschamps (1998), dans les expériences qui utilisent un paradigme de rappel indice (Lorenzi-Cioldi, Eagly, & Stewart, 1995), mais également dans celles qui utilisent un paradigme d'estimation des distances interpersonnelles (Hurtig, Pichevin, & Piolat, 1992 1993 ; Piolat, Pichevin, & Hurtig, 1991).

## Valeur référentielle de la catégorie des hommes

L'expérience de Hurtig *et al.* (1992) montre également qu'une femme est perçue comme ressemblant davantage à un homme qu'un homme n'est perçu comme ressemblant à une femme. L'homme est perçu comme plus prototypique que la femme. Se référant à Codol et à ses travaux sur le soi comme prototype dans les comparaisons sociales (1984), Hurtig *et al.* parlent d'« assimilation androcentrée ».

L'influence du point de référence de la comparaison est aussi visible dans l'expérience de Kirchler (1997). Les sujets (chefs d'entreprise des deux sexes, employés des deux sexes et cadres de sexe masculin) doivent décrire quelles sont, pour eux, les caractéristiques typiques des hommes et des femmes, chefs d'entreprise ayant réussi. L'effet d'asymétrie observé conforte l'idée d'une perception différente des hommes et femmes chefs d'entreprise. Il semble que les caractéristiques d'un entrepreneur homme fonctionnent comme le prototype des entrepreneurs, la femme n'étant qu'un cas particulier. Quand les sujets décrivent un entrepreneur homme puis un entrepreneur femme, ils éprouvent moins souvent le besoin de fournir de nouvelles caractéristiques. En revanche, quand on

demande la description d'un entrepreneur-femme puis celle d'un entrepreneur-homme, les sujets fournissent plus souvent une seconde liste, afin de mieux distinguer les attributs relatifs aux entrepreneurs femmes et ceux relatifs aux entrepreneurs hommes.

Le sexe masculin et les dimensions masculines seraient donc les unités de mesure pour la description de personnes. Ils serviraient de norme et de modèle pour la description des personnes de sexe féminin, que ce soit dans des comparaisons implicites ou explicites. Le féminin serait décrit par rapport au masculin. Le sexe masculin servirait de référent cognitif pour les descriptions de femmes. C'est ce que remarque Guillaumin (1992). Les femmes sont toujours « plus » ou « moins » que les hommes. Il n'y a pas vraiment de masculin. En fait, il y a « un général et un féminin, un humain et un femelle » (p. 65).

## Perception sociale et catégories de sexe

Les différentes expériences présentées précédemment montrent bien l'existence d'une asymétrie cognitive : les informations sont traitées différemment selon qu'elles concernent une femme ou un homme. Nos propres études ont consisté, dans un premier temps, à tester l'effet des interactions sexuées sur la perception d'autrui.

Dans cette expérience (De Bosscher & Durand-Delvigne, 1998), nous nous sommes intéressées à l'influence du sexe de la personne à qui le sujet décrit la cible (c'est-à-dire le partenaire), ainsi qu'à celle du sexe de l'expérimentateur. Ces différents aspects n'apparaissent pas dans l'expérience de Hurtig et Pichevin, qui les avaient « neutralisés ». Ainsi, le partenaire et l'expérimentateur étaient toujours du même sexe que le sujet. Pourtant, il nous semblait que ces deux variables devaient être importantes et influencer l'utilisation du label de sexe. De plus, de nouvelles interactions auraient pu être mises au jour. Si l'influence de la présence de personnes de sexe opposé est souvent étudiée dans les expériences portant sur la description de soi (Lorenzi-Cioldi, 1988 ; Durand-Delvigne, 1995), elle l'est peu dans celles s'intéressant à la description d'autrui. Les résultats, observés dans ces études, seraient-ils obtenus avec un paradigme de description d'autrui ? Ainsi, l'utilisation du label de sexe devrait être différente en présence de personnes de même sexe ou de sexe opposé. Dans ce deuxième cas, on pourrait observer une plus grande utilisation du label de sexe (par effet de « contraste »), la présence de personnes de sexe opposé rendant saillante l'appartenance de sexe de la personne-cible.

Les sujets étaient des étudiantes <sup>1</sup> de première et de deuxième année de D.E.U.G. de psychologie de l'université de Lille 3 ( $n = 290$ ). Les variables indépendantes étaient : le sexe du partenaire, c'est-à-dire de celui qui doit identifier la photographie (homme ou femme) ; le sexe de l'expérimentateur (homme ou femme), ainsi que le sexe de la personne-cible, de la personne représentée sur la photographie (homme ou femme).

Le matériel se composait d'un ensemble de 24 photographies de personnes, en noir et blanc, qui variaient selon trois paramètres : le sexe, l'âge et le sourire <sup>2</sup>. Ces photographies étaient celles utilisées par Hurtig et Pichevin (1990).

(Les résultats montrent que le descripteur sexe est utilisé plus fréquemment et plus tôt dans la description d'une cible que le descripteur âge et qu'il est aussi utilisé plus tôt que le descripteur sourire, alors que ces trois descripteurs ont le même pouvoir discriminant. La catégorisation de sexe est donc utilisée de manière privilégiée à toute autre catégorisation. Le label de sexe semble posséder un statut qui le rend plus saillant et plus accessible que d'autres labels.

En outre, le label de sexe est plus saillant et plus accessible pour les photographies de femmes : il est utilisé plus fréquemment et plus tôt dans la description d'une cible femme que dans celle d'une cible homme. Le label de sexe est donc utilisé de manière différente selon le sexe de la personne-cible. À une asymétrie sociale entre les deux sexes correspond une asymétrie cognitive.

De la même façon, le label de sexe est utilisé plus rapidement quand le partenaire, c'est-à-dire la personne qui doit trouver la photo choisie, est une femme. De même, il est plus souvent et plus vite utilisé quand l'expérimentateur et le partenaire sont deux femmes.

L'utilisation du label de sexe, dans la description d'autrui, ne semble donc pas se réaliser par contraste avec l'autre sexe, comme dans les expériences sur la description de soi. Ainsi, plus « il y a du féminin », plus le label de sexe est utilisé. On pourrait donc observer deux types de stratégies, deux types de traitements de l'information différents, selon que la description concerne soi ou autrui.

Les résultats de cette expérience confirment l'existence d'une asymétrie cognitive, activée dans la tâche de description d'hommes et de femmes et qui est visible dans les différentes expériences citées. Ils semblent mettre en évidence la stabilité du système catégoriel de sexe. L'introduction de nouvelles sources de variation dans le protocole expérimental (sexe du partenaire, sexe de l'expérimentateur) n'a, en effet, pas modifié les processus et les stratégies des sujets, qui utilisent toujours le descripteur sexe quand les conditions expérimentales sont féminines plutôt que masculines.

Comment et peut-on modifier les stratégies de description d'autrui ? Un homme peut-il être décrit comme une femme, c'est-à-dire en référence à son appartenance catégorielle ? Que se passe-t-il quand un homme présente une apparence physique incongrue avec son groupe de sexe, quand un homme est féminin ?

Ainsi, la stabilité du traitement des catégories de sexe dans la perception sociale peut-elle être ébranlée par l'émergence de nouveaux comportements sociaux ? L'adoption par les individus appartenant au groupe de référence de rôles atypiques selon les prescriptions socio-normatives en matière de genre peut-elle être une source de changement social, passant par une modification du système cognitif ? C'est pour tenter de contribuer à une clarification de ces questions que nous avons organisé une expérience sur les effets de l'incongruence entre sexe et genre.

**Incongruence sexe-genre quelques effets**

L'objectif de cette expérience, reprenant le protocole expérimental d'Hurtig et Pichevin (1990) et de De Bosscher et Durand-Delvigne (1998), était d'étudier l'effet du croisement du sexe avec une nouvelle variable : le « genre » d'une personne-cible. Celui-ci était appréhendé de manière conjointe par le genre de la profession exercée et par le « genre » présenté par les personnes photographiées. En effet, nous avons choisi une profession qui pouvait être déduite de l'apparence de la personne<sup>3</sup>. La profession de mannequin est une profession qui peut être définie comme féminine, car reposant sur la mise en valeur de l'apparence physique. Cette activité professionnelle longtemps réservée aux femmes reste emblématique de la féminité. On supposait également que des personnes perçues comme mannequins, comme plus sophistiquées que d'autres, seraient perçues comme plus féminines (l'attractivité physique, la beauté étant considérées comme des caractéristiques plus féminines que masculines).

Nous faisons donc l'hypothèse que, malgré le battage médiatique récent autour des soins de beauté et de la mode destinés aux hommes, les hommes mannequins sont perçus

comme non conformes aux stéréotypes de sexe. Ils produiraient une image incongruente entre leur sexe propre et le genre plutôt féminin de l'activité professionnelle, ainsi qu'entre leur sexe et leur apparence physique plutôt féminine. Quel serait alors l'effet cognitif de cette double incongruence ? Les informations qui les concernent seraient-elles traitées comme celles portant sur les femmes ou celles portant sur des hommes « ordinaires » ? Pour eux, quelle catégorisation serait-elle la plus importante : le sexe ou le genre ?

Les hypothèses étaient les suivantes :

Le descripteur sexe est plus souvent et plus vite mentionné que le descripteur sourire.

Le descripteur sexe est plus souvent et plus rapidement utilisé quand la personne-cible est une femme.

Le descripteur sexe est plus vite et plus souvent utilisé pour décrire une cible mannequin qu'une cible non-mannequin.

Le descripteur sexe est plus vite et plus souvent utilisé pour décrire un homme mannequin qu'un homme non-mannequin.

## Méthode

### Sujets

Cinquante-deux étudiantes de premier cycle universitaire en lettres et sciences humaines de l'université de Lille 3 ont participé à cette deuxième étude.

### Plan expérimental et variables indépendantes

Les variables indépendantes étudiées étaient : le sexe de la personne-cible (homme ou femme) et le « genre » de la personne-cible (mannequin ou ordinaire). Quatre groupes de mesure étaient ainsi obtenus.

Le plan expérimental était donc :  $S_{13} < \text{Sexe}_2, * \text{Genre}_2 >$  ou :  $2*2$ .

### Procédure

La tâche était présentée aux sujets comme une expérience sur la perception des personnes. On ne leur précisait pas que le matériel comprenait des photos d'hommes et de femmes, mannequins et non mannequins. Pour une meilleure comparaison, la procédure était la même que celle de Hurtig et Pichevin (1990) et De Bosscher et Durand-Delvigne (1998). La passation était orale. Les sujets passaient l'expérience à deux : un qui décrivait une photographie et nommé « sujet » et l'autre qui devait deviner la photo et nommé « partenaire ». Ces deux personnes ne se connaissaient pas (afin d'éviter tout biais). La réussite de la tâche dépendait des deux sujets, de la pertinence des indices donnés par celui qui décrivait, ainsi que de l'attention et de la réflexion de celui qui devinait. Suivant la procédure de l'expérience princeps, c'était le sujet qui choisissait une photographie parmi les 24. Il devait ensuite la faire deviner à son partenaire le plus rapidement possible, c'est-à-dire avec le moins d'indices possible. Il ne proposait qu'un seul indice à la fois. Le partenaire n'avait pas le droit de poser des questions et il ne devait parler que pour donner sa réponse. Néanmoins, il devait être suffisamment sûr de sa proposition, car il n'avait le droit qu'à une seule mauvaise réponse <sup>4</sup>. Les deux sujets



faisaient face à un tableau blanc sur lequel étaient disposées de manière aléatoire 24 photographies.

Ces photographies étaient en noir et blanc, prises de face et numérotées au hasard entre 1 et 44. Elles provenaient de magazines de modes ou de catalogues de vêtements, pour les photos de mannequins, ainsi que de magazines divers pour celles des personnes ordinaires. Elles avaient été sélectionnées par la méthode des juges en plusieurs étapes. Un premier groupe de juges avait classé un ensemble de photographies selon deux critères : celles qui leur semblaient être celles de personnes mannequins et celles qui leur semblaient être celles de personnes non mannequins, « ordinaires ». Nous avons ensuite sélectionné les photos pour lesquelles le consensus était le plus grand. Puis, nous avons vérifié, grâce à un deuxième groupe de juges, que ces photos étaient bien perçues comme celles de mannequins/non mannequins, ainsi que comme celles de personnes souriantes/non souriantes, par l'utilisation d'échelles de type Likert. Vingt-quatre Photos avaient alors été retenues. Un dernier pré-test avait été réalisé afin de vérifier qu'aucune d'entre elles ne comportait de caractéristique particulière et n'était pas trop difficile ni à décrire ni à découvrir.

Ces photos variaient selon trois paramètres :

- le sexe (la moitié des photos représentait des femmes et l'autre moitié des hommes),
- le sourire (la moitié a été catégorisée par la méthode des juges comme souriante et l'autre non),
- le « genre » de la personne (la moitié des photos a été catégorisée par la méthode des juges comme celles de personnes mannequins et l'autre, comme celles de personnes ordinaires).

Un questionnaire post-expérimental a été rempli par le sujet. Il portait sur le souvenir que le sujet avait du matériel dans son ensemble, sur les raisons de son choix, sa stratégie de description et son estimation de proportion de mannequins et non mannequins, ainsi que d'hommes et de femmes.

## Variables dépendantes

La mesure de la saillance absolue correspondait à la fréquence d'utilisation du label de sexe comme premier item donné par les sujets (contre le fait qu'il soit mentionné ou pas par la suite) (S.A.).

La mesure de l'accessibilité (de la disponibilité) cognitive correspondait à la fréquence d'utilisation du label de sexe, selon qu'il a été mentionné ou pas dans l'ensemble de la description (A.C.).

La mesure de la saillance relative (de la prégnance) du label de sexe dépendait de la position de ce label dans les descriptions fournies par les sujets et correspondait à la moyenne des scores attribués : s'il a été mentionné en premier, le score était égal à dix ; s'il a été mentionné en deuxième, le score était égal à neuf ; s'il a été mentionné en dixième position, le score était égal à un ; si le sexe n'a pas été mentionné ou après la dixième place, le score était égal à zéro (S.R.).

## Résultats

Une première analyse compare l'utilisation des deux descripteurs, sexe et sourire et elle montre des résultats significativement différents (tableau 1). Le descripteur sexe est

utilisé plus vite dans les descriptions (S.A. et S.R.) et il est globalement plus mentionné que le descripteur sourire (A.C.). Le label de sexe semble plus accessible et plus saillant que le descripteur sourire qui possède pourtant le même pouvoir discriminant.

TABLEAU 1. Comparaison des descripteurs sexe et sourire

	DESCRIPTEUR SEXE	DESCRIPTEUR SOURIRE	
Saillance Absolue	$n = 52$	$ti = 52$	$Z = 6,11$
	65 %	08 %	$p < .005$
Accessibilité Cognitive	77 %	56 %	$Z = 2,28$
			$p < .05$
Saillance Relative	$M = 7,44$	$M = 4,40$	$t = 3,75$
	$s = 4, [8$	$s = 4,09$	$p < .05$

TABLE 1. Comparison between sex and smile descriptors

On observe un effet du sexe de la personne-cible. Les sujets utilisent plus souvent le descripteur sexe (A.C.) pour décrire la photographie d'une femme que celle d'un homme. De même, elles le mentionnent plus tôt (S.A. et S.R.) pour décrire une femme (tableau 2).

TABLEAU 2. Comparaison de l'utilisation du descripteur sexe selon le sexe, puis le genre de la personne-cible

	CIBLE FEMME	CIBLE HOMME	
Saillance Absolue	$n = 26$	$it = 26$	$Z = 2,33$
	81%	50%	$p < .01$
Accessibilité Cognitive	96,15 %	58 %	$Z = 3,29$
			$p < .0005$
Saillance Relative	$M = 9,27$	$M = 5,62$	$F(1,48) = 13,47$
	$s = 2,11$	$s = 4,93$	$p < .001$
	CIBLE MANNEQUIN	CIBLE ORDINAIRE	
Saillance Absolue	$n = 26$	$n = 26$	$Z = 1,75$
	77%	54%	$p < .05$

Accessibilité Cognitive	88 %	65 %	Z = 1,98
			p < .025
Saillance Relative	M = 8,63	M = 6,27	F(1,48) = 5,55
	s = 3,24	s = 4,73	p < .05

TABLE 2. Comparison of the use of the factor gender according to the sex and the type of the people

Des différences significatives sont trouvées dans la description d'une cible mannequin ou non (tableau 2). Les sujets mentionnent le label de sexe plus fréquemment et plus tôt dans la description d'une personne mannequin que non mannequin (S.R.), elles l'utilisent plus souvent comme premier descripteur (S.A.) quand la personne cible est mannequin. De plus, le descripteur sexe est plus souvent utilisé dans les descriptions globales (A.C.) d'une personne mannequin que non-mannequin. Ces résultats sont compréhensibles si on étudie le croisement des variables sexe et genre de la personne-cible (tableau 3)

TABLEAU 3. Interaction entre le sexe et le genre de la personne-cible

	HOMME MANNEQUIN	HOMME NON MANNEQUIN	
Saillance Absolue	n = 13	n = 13	Z = 1,96
	69%	31%	p < .025
Accessibilité Cognitive	77 %	38 %	Z = 1,98
			p < .025
Saillance Relative	M = 7,54	M = 4,89	F(1,48) = 7,46
	s = 1,2	s = 1,36	p < .01
	FEMME MANNEQUIN	FEMME NON MANNEQUIN	
Saillance Absolue	n = 13	n = 13	ns
	84,7 %	76,9 %	
Accessibilité Cognitive	100 %	92,3 %	ns
Saillance Relative	M = 9,69	M = 8,85	ns
	s = 0,75	s = 2,88	

TABLE 3. Interaction between the gender and the type of the people represented on the photo graphs

Ainsi, le descripteur sexe est plus rapidement et plus souvent utilisé pour décrire un homme mannequin que non-mannequin. En revanche, les photographies de femmes mannequins et non mannequins ne sont pas décrites de manière différente. Le label de sexe est beaucoup utilisé pour décrire une femme, qu'elle soit mannequin ou non (*figure 1*). En outre, une comparaison des trois groupes (hommes mannequins, femmes mannequins et femmes non mannequins) avec le groupe des hommes non mannequins a été réalisée. Elle montre que l'utilisation du descripteur sexe pour ces trois groupes est significativement différente de celle pour le groupe des hommes ordinaires ( $F(1,48) = 18,42$  à  $p < .001$ ). Pour ces sujets, deux types de traitements peuvent être décrits :

- celui qui concerne les hommes mannequins et les femmes (forte utilisation du label de sexe),
- celui qui concerne les hommes ordinaires, non mannequins (faible utilisation du label de sexe).

L'existence de deux types de traitement est confirmée par l'étude des questionnaires post-expérimentaux qui révèle des démarches et stratégies différentes. Si la même démarche semble utilisée pour décrire une femme, qu'elle soit mannequin ou non, celle employée pour décrire un homme dépend de son « genre ». Quand ils choisissent la photographie d'une femme, ils la décrivent et la différencient en termes de catégorie plutôt que de personne : c'est une « différenciation intercatégorielle ». Ils utilisent pour cela une « stratégie définitoire » : ils la définissent selon son appartenance catégorielle : « c'est quelqu'un qui est une femme ». quand ils choisissent la photographie d'un homme ordinaire, non mannequin les sujets le différencient des autres membres de son groupe de sexe : c'est une différenciation interindividuelle ». Ils utilisent, pour cela, une « stratégie individualisante » : ils le définissent en utilisant des caractéristiques propres à la photo-cible : « c'est quelqu'un qui a les cheveux clairs », « les yeux foncés », par exemple... Ces résultats peuvent être interprétés selon les notions de groupe collection et groupe agrégat (Lorenzi-Cioldi, 1988).

Pour les photographes d'hommes mannequins, ce n'est pas aussi simple. Il semblerait qu'un même type de stratégie soit utilisé pour décrire un homme mannequin et une femme. Les sujets utilisent une stratégie définitoire » (différenciation intercatégorielle ». Ils définissent cet homme mannequin préférentiellement en référence à son groupe de sexe (« c'est quelqu'un qui est n homme ») et non plus en utilisant des attributs idiosyncriques.

FIGURE I. Fréquence d'utilisation du descripteur sexe comme premier descripteur (Saillance Absolue) selon le sexe et le genre de la personne-cible

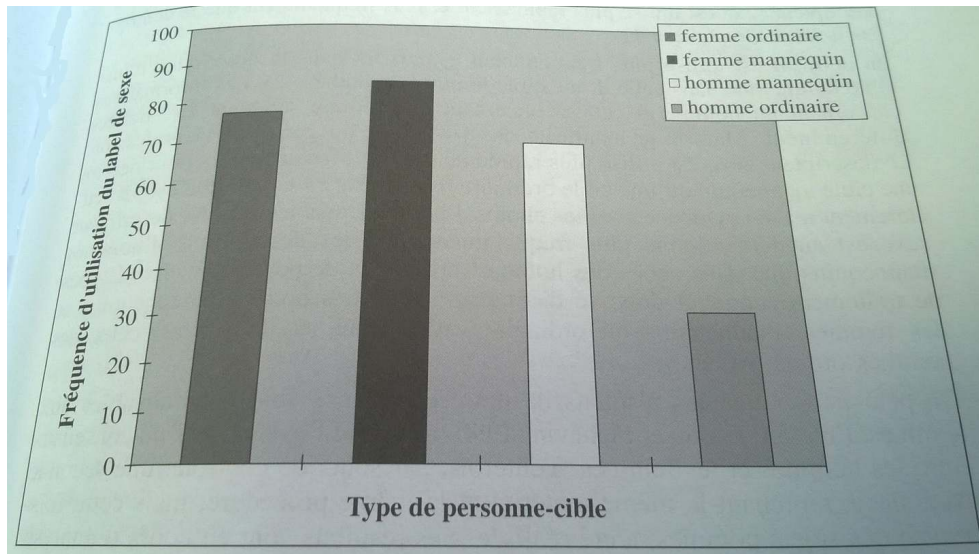


CHART 1. Frequency of the use the factor gender as the first descriptor (Absolute Saletzce) according to the gender and the type of the people represented on the photographs

## Conclusion

Les hypothèses sont vérifiées. De manière identique aux expériences citées, le descripteur sexe est utilisé plus rapidement et plus fréquemment que le descripteur sourire (hypothèse 1).

En outre, il est utilisé plus fréquemment et lus tôt dans la description d'une cible femme que dans celle d'une cible homme (hypothèse 2). Les informations concernant un homme et celles concernant une femme semblent être traitées différemment. Mais il se manifeste aussi un effet du genre de la profession. Le descripteur sexe est utilisé plus rapidement et plus fréquemment pour décrire une cible mannequin qu'une cible ordinaire (hypothèse 3). Ce résultat est particulièrement mis en évidence avec les photos d'hommes mannequins. Le descripteur sexe est ainsi mentionné plus fréquemment dans les descriptions 'hommes mannequins que dans celles des hommes ordinaires (hypothèse 4). Deux types de traitement semblent donc se distinguer : ceux des hommes mannequins et des femmes, mannequins ou ordinaires, d'un côté, et de l'autre, ceux des hommes ordinaires.

On peut penser que les résultats de notre expérience sont généralisables aux hommes. En effet, Hurtig et Pichevin (1990) montrent l'existence d'un consensus entre les hommes et les femmes. Toutefois, par souci de contrôle, une seconde expérience, reprenant le même matériel et la même procédure, mais cette fois-ci avec des sujets hommes, a été réalisée. Ses résultats sont en cours d'analyse.

## Discussion

Le descripteur sexe possède un statut particulier qui le rend plus saillant et plus accessible que d'autres labels catégoriels ou descripteurs dans les descriptions d'autrui.

Taylor et Fiske (1978) définissent ce phénomène comme le phénomène « top of the head » (« le premier à l'esprit »). Le descripteur sexe est le premier descripteur utilisé pour décrire autrui. Ce résultat est cohérent avec ceux obtenus dans d'autres expériences. Ainsi, Hurtig et Pichevin (1990), avec le même paradigme, montrent que le label de sexe est plus saillant et plus accessible que l'âge et le sourire. De même, Stangor, Lynch, Duan et Glass (1992), qui utilisent le paradigme de Taylor *et al.* (1978) (« qui a dit quoi ? »), constatent que le critère sexe est utilisé plus rapidement que le critère race. Les sujets catégorisent plus vite les personnes selon leur sexe que leur race.

La catégorisation de sexe semble donc une catégorisation particulièrement opérante dans les traitements des informations sur autrui. Elle est utilisée de manière privilégiée et prend le pas sur d'autres labels catégoriels.

Le fait que, dans nos expériences, son utilisation permette l'élimination de la moitié des possibilités de photographies, n'est pas l'unique explication à sa plus grande fréquence d'évocation, car, nous l'avons constaté, l'emploi des autres descripteurs possibles aurait la même conséquence. Il faut donc considérer

De plus, le label de sexe est plus souvent et plus rapidement utilisé dans les descriptions de femme que d'homme. L'explication possible est la suivante. Les sujets sont sensibles au statut social asymétrique qui existe entre les femmes et les hommes et le manifestent dans leurs descriptions. Les hommes, appartenant au groupe dominant, constitueraient la norme de l'espèce humaine (Hurtig & Pichevin, 1995). Il ne serait donc pas utile de préciser leur sexe. En revanche, les femmes, membres d'un groupe dominé, constitueraient, en quelque sorte, une variante à cette norme. Il serait donc nécessaire, pour elles, de préciser leur appartenance au groupe de sexe (« c'est une femme »).

Enfin, une analyse globale montre que le descripteur sexe est plus vite et plus souvent utilisé pour décrire une personne mannequin qu'une personne ordinaire. En fait, s'il est utilisé de manière équivalente pour les femmes, qu'elles soient mannequins ou non, il est utilisé différemment selon le genre de l'homme photographié : il est plus souvent et plus rapidement mentionné pour décrire un homme mannequin qu'un homme ordinaire. Son utilisation, pour les hommes, est donc modulée par les conditions. Ce résultat peut être mis en relation avec ceux des expériences utilisant des ratios différents. Alors que les descriptions des femmes sont toujours les mêmes, celles des hommes dépendent des circonstances (voir par exemple, Nesdale, Dharmalingam, & Kerr, 1987). Le label de sexe est ainsi plus mentionné quand les hommes sont en minorité numérique (Pichevin & Hurtig, 1996). Le sexe est, pour les femmes, un marqueur identitaire, qui est utilisé quelles que soient les conditions. Pour les hommes, c'est un marqueur social, utilisé selon les conditions (Hurtig & Pichevin, 1998).

Ces expériences seront prolongées par des enquêtes auprès d'adolescents concernant leur choix et leur vécu d'une orientation scolaire et professionnelle atypique au regard des stéréotypes de sexe. Des entretiens ont déjà été menés auprès d'apprentis coiffeurs et fleuristes (professions exercées à 75 % par des femmes). Ils montrent une stratégie professionnelle différente chez les garçons et les filles. Ainsi, les garçons qui choisissent ces filières le font dans un but d'une plus grande visibilité personnelle, avec l'ambition de devenir patron et se réfèrent à des figures médiatiques reconnues dans le secteur concerné pour expliquer leur choix.

La mise en perspective de ces deux types de données (expériences et enquêtes) pourrait contribuer à une meilleure compréhension des mécanismes socio-cognitifs sous-jacents au maintien des inégalités femmes-hommes. En particulier, nous nous interrogeons sur

l'effet potentiel du brouillage des frontières entre les sexes que pourraient avoir les choix masculins atypiques.

Le système catégoriel de sexe est bien un système à la fois social et cognitif : il régit les relations entre les femmes et les hommes et il influence les traitements de l'information. À une asymétrie sociale correspond donc une asymétrie cognitive. Nous pouvons même penser que ces traitements différentiels de l'information selon le sexe de la personne participent en retour au maintien d'une organisation sociale caractérisée par l'asymétrie qui marque les positions des deux groupes de sexe, que ce soit dans la sphère privée ou publique : le monde du travail (voir Maruani, 1991, 1998 ; Galrey, 2001), de la politique, ou de l'éducation (Mosconi, 1989, 1995).

Toutefois, le système catégoriel de sexe, système social et cognitif, est également un système dynamique. La structure sociale n'est pas une structure figée. Les résultats de l'expérience montrent que lorsque l'on introduit de la perturbation dans le jeu des prescriptions normatives (un homme mannequin), alors le système cognitif relatif aux places sociales des hommes et des femmes est lui-même modifié.

Nous pouvons penser qu'une modification du système social gérant les rapports sociaux de sexe passe surtout par l'adoption par les hommes de comportements socialement transgressants. Dans un rapport intergroupe donné, les membres de la classe dominante opérant des choix (personnels, professionnels...) atypiques pourraient être des vecteurs de changement social.

## BIBLIOGRAPHY

- Abrams, D., Thomas, J., & Hogg, M. A. (1990). Numerical distinctiveness, social identity and gender salience. *British Journal of Social Psychology*, 29, 87-92.
- Brewer, M. B. (1988). A dual process model of impression formation. In T. K. Srull & R. S. Wyer (Eds.), *Advances in Social Cognition*, vol. 1. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Brewer, M.B., & Lui, L.N. (1989). The primacy of age and sex in the structure of person categories. *Social Cognition*, 7, 262-274.
- Brown, L. S. (1990). What female therapists have in common. In D. W. Cantor (Ed.), *Women as Therapists*. New York : Springer Verlag Co.
- Codol, J.-P. (1984). L'asymétrie de la similitude perçue entre des personnes diversement stéréotypées. *Cahiers de Psychologie Cognitive*, 4, 605-610.
- De Bosscher, S., & Durand-Delvigne, A. (septembre 1998). Perception sociale et catégories de sexe. Communication orale au deuxième Congrès International de Psychologie Sociale en langue française, Turin.
- Deschamps, J.-C. (1982). Social identity and relations of power between groups. In H. Tajfel (Ed.), *Social identity and intergroup relations* (p. 85-98). Cambridge : Cambridge University Press.
- Devos, T., Comby, L., & Deschamps, J.-C. (1998). Asymétries positionnelles et mémoire des

- personnes. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule, & J.-M. Monteil (Eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales*, vol. 6 (p. 267-287). Lausanne : Delachaux et Niestle.
- Durand-Del vigné, A. (1995). Jeu du soi et du genre : les effets structurels de la co-éducation. *Les Cahiers du Mage*, 1, 9-16.
- Fiske, A. P., Haslam, N., & Fiske, S. T. (1991). Confusing One Person With Another : What Errors Reveal About the Elementary Forms of Social Relations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 656-674.
- Gadrey, N. (2001). *Travail et Genre. Approches croisées*. Paris : L'Harmattan.
- Guillaumin, C. (1992). *Sexe, Race et Pratique du pouvoir. L'idée de Nature*. Paris : Côté-femmes éditions.
- Hurtig, M.-C., & Pichevin, M.-F. (1990). Saliency of the sex category system in person perception : Contextual variation, *Sex Roles*, 22, 369-395.
- Hurtig M.-C., & Pichevin M.-F. (1995). The Sex Category System : Two asymmetrically processed social categories. In *Gender, Management and Science* (pp. 13-31). Braga : Université de Minho, Institut de l'Éducation et de Psychologie.
- Hurtig M.-C., & Pichevin M.-F. (1998). Asymétrie sociale, asymétrie cognitive. Le système catégoriel de sexe. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule, & J.-M. Monteil (Éds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales*, vol. 6 (p. 245-265). Lausanne : Delachaux et Niestlé.
- Hurtig, M.-C., Pichevin, M.-F., & Piolat, M. (1992). Sex and Lige as factors of asymmetry in the perceived similarity between two persons. A study designed by Jean-Paul Codol. In L. Arcuri & C. Serino (Eds.), *Asymmetry phenomena in interpersonal comparison : Cognitive and social issues* (pp. 71-85). Napoli : Liguori.
- Hurtig, M.-C., Pichevin, M.-F., & Piolat, M. (1993, september). Asymmetry phenomena and effects of context in interpersonal comparisons. Paper presented at the *General Meeting of the European Association of Experimental Social Psychology*, Lisbon, Portugal.
- Kirchler, E. (1997). The Unequal Equality : Social Stereotypes About Female and Male Entrepreneurs. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 10, 2, 63-78.
- Kuhn, M. H., & McPartland, T. S. (1955). An empirical investigation of self-attitudes. *American Sociological Review*, 19, 68-76.
- Lorenzi-Cioldi, F. (1988). *Individus dominants et groupes dominés : images masculines et féminines*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- Lorenzi-Cioldi, F. (1991). Self-stereotyping and self-enhancement in gender groups. *European Journal of Social Psychology*, 21, 403-417.
- Lorenzi-Cioldi, F. (1993). They all look alike, so do we... sometimes : Perception of ingroup and outgroup homogeneity as a function of gender and context. *British journal of Social Psychology*, 32, 111-124.
- Lorenzi-Cioldi, F., & Doise, W. (1994). Identité sociale et identité personnelle. In R. Y. Bourhis & P.-J. Leyens (Éds.), *Stéréotypes, discrimination et relations intergroupes* (pp. 69-96). Liège : Mardaga.
- Lorenzi-Cioldi, F., Eagly, A. H., & Stewart, T. L. (1995). Homogeneity of gender groups in memory. *Journal of Experimental Social Psychology*, 31, 193-217.
- Maruani, M. (1991). Féminisation et discrimination : évolutions de l'activité féminine en France. *L'orientation scolaire et professionnelle*, 20, 3, 243-256.



Maruani, M. (1998). Introduction. In M. Maruani (Ed.), *Les nouvelles frontières de l'inégalité : hommes et femmes sur le marché du travail* (pp. 7-13). Paris. La Découverte.

McGuire, W. J., & McGuire, C. V. (1981). The spontaneous self-concept as affected by personal distinctiveness. In K. Gergen, M. D. Lynch and A. A. Norem-Hebersen (Eds.), *Self-concept : Advances in theory and research*. New York : Ballinger.

Messick, D. M., & Mackie, D. M. (1989). Intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 40, 45-81.

Mosconi, N. (1989). *La mixité dans l'enseignement secondaire : un faux semblant ?* Paris : Presses Universitaires de France.

Mosconi, N. (1995). La mixité scolaire : une institution masculine. *Les Cahiers du Mage*, 1, 15-24.

Nesdale, A. R., Dharmalingam, S., & Kerr, G. K. (1987). Effect of subgroup ratio on stereotyping. *European Journal of Social Psychology*, 17, 353-356.

Park, B., Ryan, C. S., & Judd, C. M. (1992). Role of meaningful subgroups in explaining differences in perceived variability for in-groups and out-groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 553-567.

Pichevin, M.-F., & Hurtig, M.-C. (1996). Describing men, describing women : Sex membership salience and numerical distinctiveness. *European Journal of Social Psychology*, 26, 513-522.

Piolat, M., Pichevin, M.-F., & Hurtig, M.-C. (1991). Asymmetrical similarity judgments between two same-sex persons of different ages. *Cahiers de Psychologie Cognitive/European Bulletin of Cognitive Psychology*, 11, 627-644.

Stangor, C., Lynch, L., Duan, C., & Glass, B. (1992). Categorization of individuals on the basis of multiple social features. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 207-218.

Taylor, S. E., & Fiske, S. T. (1978). Salience, attention and attribution : top of the head phenomena.

*Advances in Experimental Social Psychology*, 11, 249-288.

Taylor, S. E., Fiske, S. T., Etcoff, N. L., & Ruderman, A. J. (1978). Categorical and contextual bases of person memory and stereotyping. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 778-793.

Zarate, M. A., & Smith, E. R. (1990). Person Categorization and Stereotyping. *Social Cognition*, 8, 161-185.

## NOTES

1. Les sujets des deux expériences présentées ici sont des femmes. Ce choix renvoie à Hurtig et Pichevin (1990) qui ont montré l'existence d'un consensus entre les hommes et les femmes dans l'utilisation des catégories de sexe.

2. Le matériel a été construit par Hurtig et Pichevin, de manière à ce que les photos soient déclinées selon trois paramètres (en prenant également garde à avoir approximativement le même nombre de personnes aux cheveux clairs/foncés, aux yeux clairs/foncés). La prise en compte de deux autres paramètres permettait la comparaison de l'utilisation du label de sexe avec celle de ces deux autres descripteurs : le sourire et un label catégoriel (l'âge). Ces trois descripteurs possédaient le même pouvoir discriminant, c'est-à-dire qu'ils permettaient l'élimination de la moitié de la population des personnes photographiées. Ils étaient donc stratégiquement tout aussi pertinents.

3. Pour une profession masculine, on pourrait choisir des photos de militaires, d'ouvriers de chantier.

4. Plus de quatre descripteurs sont nécessaires en moyenne pour découvrir la photographie ( $M = 4,54$  et  $s = 1,57$ ), le nombre d'indices nécessaires allant de deux à dix. Toutefois, le type de photographie (sexe et/ou genre) n'a pas d'influence significative sur ce nombre.

---

## ABSTRACTS

*The aim of this research was to study the influence of gender categorization on social perception. Using the paradigm of Hurtig and Pichevin (1990) and introducing new sources of variation, we have shown that while describing images of people on photographs, subjects turned more frequently and more readily to gender than to other factors of description such as age, or facial expression. Furthermore, the label gender was used differently according to the gender of the person on the picture, being quoted more frequently and rapidly in the case of female than of male images. Moreover, the more feminine the image was, the more often the factor gender was expressed. Men whose professional occupations were not typically male were described in the same way than the women were. We can assert that this cognitive asymmetry is a reflection of the social asymmetry that exists between males and females in society at large.*

L'objectif des expériences présentées dans cet article était d'étudier l'influence de la catégorisation de sexe sur la perception sociale. En reprenant le paradigme de Hurtig et Pichevin (1990) et en introduisant de nouvelles sources de variation, nous avons pu montrer que les sujets recourent plus fréquemment et plus tôt dans la description au label de sexe qu'à d'autres descripteurs, comme l'« âge » ou le « sourire », pour décrire des personnes représentées sur des photographies. En outre, le label de sexe est utilisé de manière différente selon le sexe de la personne-cible : les femmes sont plus rapidement et plus fréquemment décrites en référence à leur groupe de sexe que ne le sont les hommes. Par ailleurs, plus les conditions sont « féminines », plus le label de sexe est mentionné. Cette asymétrie cognitive serait le reflet de l'asymétrie sociale qui existe entre les deux groupes de sexe. Enfin, les hommes exerçant une profession atypique au regard des stéréotypes de sexe sont traités de manière équivalente aux femmes. Pour eux, il est fortement fait mention du label de sexe, contrairement aux hommes « ordinaires ».

## INDEX

**Keywords:** Social Perception, Social Categorization, System of Gender, Categorization, Social Asymmetry, Cognitive Asymmetry

**Mots-clés:** Perception sociale, catégorisation sociale, système catégoriel de sexe, asymétrie sociale, asymétrie cognitive

## AUTHORS

### SABINE DE BOSSCHER

est Docteur N.R. en Psychologie et membre de l'équipe Psychologie des Interactions et Cognitions dans les Organisations (P.S.I.C.O.1 à l'U.F.R. de Psychologie de l'Université de Lille [II]. B.P. 149 —

59653 Villeneuve-d'Ascq Cedex. Contact : 01) Université de Lille 111, U.F.R. de Psychologie,  
P.S.I.C.O., B.P. 149 — 59653 Villeneuve-d'Ascq Cedex. Courriel: sab.debosscher@wanadoo.fr

**ANNICK DURAND-DELVIGNE**

est Docteur d'État, est professeur de psychologie sociale et responsable de l'équipe P.S.I.C.O., à  
l'U.F.R. de Psychologie de l'Université de Lille III.