

Une expérimentation sur le caractère auto-réalisateur des stéréotypes sociaux appliquée à une annonce de rencontre en ligne

Sébastien Meineri, Nicolas Guéguen, Angélique Martin, Isabelle Grandjean

Les attentes qu'à un individu le conduisent souvent à se comporter de manière à confirmer celles-ci. Concernant l'attrait physique, plusieurs recherches révèlent que des attentes et des jugements distincts, positifs ou négatifs, sont générés à l'égard d'un individu en fonction de son niveau d'attractivité (Langlois, Kalakanis, Rubenstein, Larson, Hallam, Smoot, 2000). Si l'attrait physique a un impact sur l'attirance interpersonnelle, il est également associé à des traits de personnalité spécifiques, et objectivement indépendants de l'attrait (Horton 2003). S'agissant des relations homme-femme, l'attractivité physique serait davantage valorisée par les hommes, tandis que les femmes valoriseraient préférentiellement le statut social, et le niveau financier de l'individu cible; les premiers cherchant à disséminer leur gènes, les secondes à assurer la survie de leur progéniture (Kenrick, Groth, Trost & Sadalla, 1993 ; Shackeford Schmitt & Buss, 2005).

Snyder, Decker-Tanke and Bersheid (1977) demandaient à des participants de sexe masculin d'interagir par téléphone avec une participante, en ayant à disposition des informations biographiques sur celle-ci ainsi qu'une photographie la présentant soit comme attrayante soit comme peu attrayante. Les résultats révèlent que les individus se sont montrés plus amicaux, plus liant et plus sociables lorsque la cible était attrayante que lorsqu'elle était peu attrayante.

L'objectif de la présente recherche visait à tester l'approche paradigmatique de Snyder & al. (1977) dans le contexte d'une communication médiatisée par ordinateur, et auprès d'une population masculine et féminine. Deux groupes de participants (hommes et femmes) ont reçu comme instruction de répondre à une annonce d'un site de rencontre en ligne présentant selon la condition la photographie d'un homme ou d'une femme (selon la condition) (pré testé comme) attrayant ou peu attrayant. En parallèle, des juges de sexes opposés à la personne décrite devaient se prononcer sur la probabilité qu'ils répondent à cette annonce. Les résultats révèlent d'une part que les juges, de sexe masculins comme féminins sont davantage susceptibles de répondre lorsque la photographie présente la personne cible de sexe opposé comme attrayante que lorsqu'elle présente celle-ci comme peu attrayante (M=7,11 VS 5,73 pour les femmes) (M=6,93 VS 5,42 pour les hommes), d'autre part que les participants, qu'ils soient de sexe masculin ou féminin, produisent dans la condition « Cible attrayante » des messages plus long (M= 312,4 mots VS 190,4 pour les femmes) (M=527,6 VS 368,2 pour les hommes) et contenant moins de fautes d'orthographe (M= 0,38 VS 0,62 pour les femmes) (M=0,21 VS 0,33 pour les hommes) que dans la condition « Cible peu attrayante ».

Ces résultats confirment ceux de Snyder & al. (1977) dans un nouveau contexte de communication et les étendent aux jugements féminins. En outre et à l'inverse de Kenrick & al. (1993) et Shackeford & al. (2005), ces résultats révèlent que l'attractivité physique influence également le jugement des femmes. Le fait que celles-ci ne disposaient pas d'information sur le statut social de la personne cible pourrait contribuer à expliquer ce résultat.

Bibliographie

- Buss, D. M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, *12*, 1-49.
- Eagly, A. H., Ashmore, R. D., Makhijani, M. G., & Longo, L. C. (1991). What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, *110*, 109-128.
- Horton, R. S. (2003). Similarity and attractiveness in social perception: Differentiating between biases for the self and the beautiful. *Self and Identity*, *2*, 137-152.
- Kenrick, D. T., Groth, G. E., Trost M. R. & Sadalla, E. K. (1993). Integrating evolutionary and social exchange perspectives on relationships: Effects of gender, self-appraisal, and involvement level on mate selection criteria. *Journal of Personality and Social Psychology*, *64*, 951-969.
- Langlois, J. H., Kalakanis, L., Rubenstein, A. J., Larson, A., Hallam, M., & Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin*, *126*, 390-423.
- Shackelford, T. K., Schmitt, D. P., and Buss, D. M. (2005). Universal dimensions of human mate preferences. *Personality and Individual Differences*, *39*, 447-458.
- Snyder, M., Decker Tanke, E., & Berscheid, E. (1977). Social perception and interpersonal behavior: on the self-fulfilling nature of social stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, *35*, 656-666.