Document generated on 04/23/2024 10:52 p.m.

Cahiers de recherche sociologique

L'imaginaire et le religieux. La métaperception des musulmans au Québec

Monique Best

Number 46, September 2008

L'islam, l'Empire et la modernité

URI: https://id.erudit.org/iderudit/1002511ar
DOI: https://doi.org/10.7202/1002511ar

See table of contents

Publisher(s)

Liber

ISSN

0831-1048 (print)
1923-5771 (digital)

Explore this journal

Cite this article

Best, M. (2008). L'imaginaire et le religieux. La métaperception des musulmans au Québec. *Cahiers de recherche sociologique*, (46), 109–122. https://doi.org/10.7202/1002511ar

Article abstract

In this paper, the author shares data from research on the meta-perception of Muslims in Quebec. Christian and Muslim university students were asked to share how they think society in general perceives a media favorite, Muslims. We are then exposing an imaginary representation as opposed to participants' actual perception of Muslims. Researchers can further study how negative meta-perceptions impact minority groups as well as their incidence on intergroup relations in Quebec.

Copyright © Liber, 2008

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

Monique Best

L'imaginaire et le religieux. La métaperception des musulmans au Québec

La façon de percevoir un groupe religieux détermine comment les individus appartenant à ce groupe sont traités, notamment lorsque l'appartenance religieuse est affichée par la tenue vestimentaire, le nom ou d'autres particularités. Par exemple, un certain nombre de musulmans qui postulaient un emploi ont subi des discriminations en raison de leur nom de famille, de leur accent, du port du voile ou d'une perception négative de la culture islamique[1]. Cela démontre que les individus concernés ont été perçus et évalués à partir de leur appartenance groupale.

La participation sociale des personnes appartenant à une minorité visible, musulmane ou sikh par exemple, dépend de la réceptivité et du niveau de racisme ou de discrimination de la société envers ces populations ainsi que de la perception de ces groupes sociaux[2]. Nous supposons qu'il dépend également de la métaperception des groupes concernés, c'est-à-dire de la façon dont les membres de ce groupe pensent qu'ils sont perçus. En effet, nous verrons que la métaperception des groupes sociaux peut être plus déterminante des relations intergroupes que la perception de ces groupes proprement dite.

Ainsi, nous avons voulu concrètement vérifier la métaperception d'un groupe religieux qui a toujours suscité la controverse, les musulmans. Pour ce faire, nous nous sommes appuyés sur le témoignage recueilli auprès

1. D. Helly, « Flux migratoires des pays musulmans et discrimination de la communauté islamique au Canada », dans U. Manço, *L'islam entre discrimination et reconnaissance. La présence des musulmans en Europe occidentale et en Amérique du Nord*, Paris, Harmattan, 2004, p. 257-281.

2. J. Frideres, « Civic Participation, Knowledge and Skills », dans *Immigrants and Civic Participation : Contemporary Policy and Research Issues*, 1997, <http://canada.metropolis.net/events/civic/jfrideres_e.html>.

d'étudiants fréquentant des universités québécoises au cours de l'année universitaire 2003-2004. Nous verrons comment des personnes qui se disent chrétiennes et des personnes qui se disent musulmanes présument ce que la société en général perçoit des musulmans, ainsi que les sentiments qu'ils attribuent aux Canadiens relativement à ce groupe.

Les réponses des participants permettent de mieux comprendre les processus d'inclusion et d'exclusion sociales de ce groupe religieux en faisant voir comment se manifestent les différents biais de catégorisation, dont le biais d'allo-défavoritisme et celui de discrimination privative dans l'imaginaire des participants.

Approche théorique

La catégorisation sociale

La catégorisation sociale se manifeste par la tendance qu'ont les membres d'un groupe, défini par exemple par l'âge, le sexe, la religion ou la nationalité, à se percevoir de manière plus positive qu'un autre groupe. Les différents groupes sont catégorisés à partir des caractéristiques perçues par l'individu, qu'elles soient réelles ou imaginaires[3]. Les acteurs sociaux construisent donc la notion de différence ou d'altérité à partir de traits distinctifs comme le port du voile ou du turban, la forme des yeux et la couleur de la peau. La catégorisation a une fonction simple pour l'individu : établir une représentation simplifiée de l'environnement[4]. Elle peut devenir problématique lorsque surgissent des tensions sociales et qu'elle ne concerne plus son propre groupe d'appartenance[5]. Dans toute société, il y a une différence entre la manière dont les personnes perçoivent leur groupe d'appartenance et celui des autres.

Le processus de catégorisation serait le principal responsable des conflits intergroupes d'après la théorie de l'identité sociale de Tajfel. Le simple fait que des groupes soient des entités distinctes au niveau cognitif pour les sujets suffit à l'explication des comportements discriminatoires. Ce sont les distorsions cognitives liées à la catégorisation sociale qui expliquent en partie la persistance de la discrimination et du racisme envers autrui. En fait, la catégorisation est dirigée par les biais de discrimination[6].

On distingue deux types de biais de discrimination. Le biais en faveur du groupe interne, ou biais pro-endogroupe, se manifeste par une

3. H. Tajfel, M. Billig, R. Bundy et C. Flament, «Social Categorization and Intergroup Behavior», *European Journal of Social Psychology*, vol. 1, 1971, p. 149-177.

4. E. Goffman, *Stigma*, New York, J. Aronson, 1963.

5. H. Tajfel, «Stereotypes», *Race*, vol. 5, nº 2, 1963, p. 3-14.

6. M. F. Lacassagne, É. Salès-Wuillemin, P. Castel et A. Jébrane, «La catégorisation d'un exogroupe à travers une tâche d'association de mots», *Textes sur les représentations sociales*, vol. 10, 2001, p. 7.1-7.11.

tendance à favoriser son groupe d'appartenance en lui associant un nombre important de caractéristiques positives. Le biais d'allo-défavoritisme se manifeste, lui, par la tendance à défavoriser l'exogroupe en lui attribuant un nombre important de caractéristiques négatives. On rencontre aussi le biais de discrimination privative, mais il est plus rarement évoqué par les chercheurs. Il se manifeste dans l'absence de caractéristiques positives associées à l'exogroupe. Des chercheurs ont démontré l'action du biais d'allo-défavoritisme envers les Maghrébins, mais surtout un biais de discrimination privative[7]. En effet, en utilisant la technique de l'association libre, on a trouvé autant de réponses à connotation négative associées aux Français qu'aux Maghrébins, mais aucune réponse à connotation positive associée aux Maghrébins. Cela montre que les biais de discrimination caractérisant les relations intergroupes sont imprévisibles et doivent être examinés cas par cas.

La perception sociale

La rencontre avec l'autre, qu'il soit réel ou imaginaire, peut être caractérisée par l'incompréhension, le malentendu ou la désinformation. Pour certains groupes religieux, souvent minoritaires, cela s'accompagne d'attitudes ou de comportements discriminatoires et suscite des images négatives ou stéréotypées à leur égard. Il est plus facile de placer quelqu'un dans une catégorie ou de le stéréotyper que de maintenir des attentes et des réactions différentes pour chaque nouvelle rencontre[8]. Les stéréotypes, qui renvoient à une image partagée d'un groupe social, ne sont pas toujours négatifs, mais les stéréotypes attribués à l'exogroupe, souvent une minorité, ont une connotation plus négative que ceux qui sont attribués à l'endogroupe. L'individu crée et maintient des attitudes et des comportements discriminatoires envers l'exogroupe ou le groupe avec lequel il est en concurrence, ce qui mène à l'utilisation de stéréotypes négatifs[9]. Cela retentit sur l'estime de soi des personnes perçues négativement[10]. Par exemple, une étude montréalaise montre que non seulement le groupe minoritaire est perçu de manière négative comparativement au groupe majoritaire, mais que cette perception négative existe chez les individus membres des groupes minoritaires eux-mêmes[11].

---

7. *Ibid.*

8. E. Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, New York, Doubleday, 1959.

9. H. Tajfel, *Differentiation between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations*, Londres, Academic Press, 1978.

10. J. G. Shaheen, «Hollywood's Muslim Arabs», *The Muslim World*, vol. 90, 2000, <http://proquest.umi.com.ezproxy.usherbrooke.ca/pqdweb?did=57270665&sid=12&Fmt=3&clientId=14435&RQT=309&VName=PQD>.

11. W. E. Lambert, R. C. Gardner et S. Fillenbaum, «Evaluational Reactions to Spoken Language», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, vol. 60, 1960, p. 44-51.

L'analyse des perceptions sociales permet d'observer les relations entre majorité et minorités et d'apprécier la complexité des processus d'inclusion et d'exclusion sociales[12]. En outre, elle permet d'étudier la construction de l'identité sociale, l'orientation et la formation des attitudes ainsi que l'orientation et l'élaboration des stéréotypes, par exemple, des Blancs envers les Noirs, des hommes envers les femmes ou des personnes âgées envers les jeunes[13]. La perception des autres, qu'elle soit positive ou négative, juste ou inexacte, stéréotypique ou non, est une des clés de la compréhension des relations intergroupes.

La métaperception

Les relations intergroupes peuvent être influencées par la manière dont on perçoit les autres, mais aussi par la manière dont on pense être perçu, ou la métaperception[14]. Il est courant de s'interroger sur la manière dont on pense être perçu, mais cela est davantage vrai pour ceux qui croient que leurs expériences dépendent de la perception que l'on a d'eux. Cela est particulièrement vrai dans les situations qui mettent en jeu des rapports de pouvoir. Ceux dont le statut de pouvoir est peu élevé sont intéressés à connaître la manière dont ils sont perçus par ceux qui ont plus de pouvoir sur eux. Le patron ne se préoccupe généralement pas de la manière dont ses employés le perçoivent, mais l'employé n'aimerait pas être vu d'un mauvais œil par son patron. On pourrait dire la même chose des personnes en position de minorité par rapport à celles qui sont en position de majorité. Savoir comment on est perçu permet d'interpréter les comportements des autres avec qui l'on interagit. En effet, on estime que les personnes dont le groupe social est minoritaire sont plus susceptibles d'interpréter une situation sur la base de leurs appartenances groupales. Pour elles, les métaperceptions auront donc une grande importance[15].

12. Voir Y. Shiose, *Les loups sont-ils québécois ? Les mutations sociales à l'école primaire*, Québec, Presses de l'université Laval, 1995.

13. J. R. Saddlemire, « Qualitative Study of White Second-Semester Undergraduates' Attitude toward African American Undergraduates at a Predominantly White University », *Journal of College Student Development*, vol. 37, nº 6, 1996, p. 684-691 ; A. B. Doyle et F. E. Aboud, « A Longitudinal Study of White Children's Racial Prejudice as a Social Cognitive Development », *Merrill-Palmer Quarterly*, vol. 41, nº 2, 1995, p. 209-228 ; Career Equity Assistance Center for Research, « Sex Role Attitudes and Sex Role Stereotyping : Recent Literature », *New-Jersey Research Bulletin*, vol. 16, 1996 ; B. N. Kupetz, « Ageism : A Prejudice Touching Both Young and Old », *Day Care & Early Education*, vol. 21, nº 3, 1994, p. 34-37.

14. J. D. Vorauer, K. J. Main et G. B. O'Connell, « How Do Individuals Expect to Be Viewed by Members of Lower Status Groups? Content and Implications of Meta-Stereotypes », *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 75, nº 4, 1998, p. 917-937.

15. F. E. Frey et L. R. Troop, « Being Seen as Individuals versus as Group Members : Extending Research on Metaperception to Intergroup Contexts », *Personality and Social Psychology Review*, vol. 10, 2006, p. 265-280.

Les personnes qui sont préoccupées par la manière dont elles pensent être perçues sont plus susceptibles d'interpréter une situation ambiguë à partir de leur appartenance groupale et d'anticiper l'exclusion sociale[16]. Une beauté blonde préoccupée par le stéréotype de la blonde peu intelligente sera plus susceptible lors de ses interactions de croire qu'elle est exclue d'une discussion à cause des stéréotypes associés aux belles blondes. Ainsi, certains croient qu'on les évalue en fonction de leur appartenance groupale plutôt que selon leurs caractéristiques individuelles et s'attendent à être perçus négativement et de manière stéréotypée. Ces attentes ont des ramifications importantes selon le degré d'identification au groupe d'appartenance.

En outre, les personnes qui pensent être perçues négativement perçoivent en retour leur présumé évaluateur de manière négative. En fait, des chercheurs ont trouvé que les Afro-Américains qui pensent que les Américains blancs préfèrent les Blancs aux Noirs ont tendance à avoir une attitude discriminatoire envers les Blancs[17]. On a aussi remarqué que si des Canadiens blancs pensent être perçus négativement par les Canadiens autochtones, ils ont tendance à les évaluer négativement[18]. Ces chercheurs démontrent que les métaperceptions intergroupes négatives compromettent les relations intergroupes en contribuant à la perpétuation de la discrimination sociale.

Enfin, les personnes qui pensent qu'elles sont perçues négativement en raison de leur appartenance groupale peuvent se sentir anxieuses lors d'interactions et même face à d'éventuelles interactions. Cette anxiété pousse les personnes concernées à éviter les interactions intergroupes, ce qui rend impossibles les interactions positives[19]. Ces personnes peuvent même adopter des comportements non verbaux nuisibles pour une éventuelle interaction, par exemple baisser le regard et garder inconsciemment une distance sociale[20]. Cela décourage toute tentative de dialogue de la part de ceux à qui on attribue la perception négative. Enfin, des chercheurs avancent que la métaperception négative pousse les personnes qui pensent

16. E. C. Pinel, «Stigma Consciousness in Intergroup Contexts: The Power of Conviction», *Journal of Experimental Social Psychology*, vol. 38, 2002, p. 178-185, cité dans F. E. Frey et L. R. Troop, art. cité.

17. R. W. Livingston, M. B. Brewer et M. G. Alexander, «Images, Emotions, and Prejudice: Qualitative Differences in the Nature of Black and White Racial Attitudes», *Convention of the Society for Personality and Social Psychology*, Austin, 2004. Bien que la notion de race soit vivement contestée et qu'on lui préfère la notion de «groupe racisé», elle est utilisée dans les recensements américains, et de nombreux chercheurs parlent encore de la «race» pour désigner les divers groupes définis par la couleur de la peau.

18. J. D. Vorauer *et al.*, art. cité.

19. I. V. Blair, B. Park et J. Bachelor, «Understanding Intergroup Anxiety: Are Some People More Anxious than Others?», *Group Processes and Intergroup Relations*, vol. 6, 2003, p. 151-169.

20. F. E. Frey et L. R. Tropp, art. cité.

être perçues négativement à être plus réservées, plus froides et de nature belliqueuse dans leurs interactions[21].

Méthodologie

Dans notre recherche de l'image du groupe religieux, nous avons privilégié le point de vue de l'acteur social en adoptant une perspective inspirée de l'ethnométhodologie et de l'individualisme méthodologique. La métaperception des groupes religieux a été examinée selon une approche théorique qui s'inspire de la catégorisation sociale et selon une méthodologie descriptive dans laquelle s'insèrent la technique de l'association libre, surtout utilisée dans le champ de la représentation sociale, et une échelle de mesure des émotions. La méthodologie retenue permet de découvrir l'orientation des métaperceptions et d'examiner l'aspect partagé des métaréponses ainsi que leur contenu. L'analyse combinée des données obtenues par l'entremise des associations libres et des échelles de mesure des émotions permet de valider les résultats. Pour l'intelligibilité de cette recherche, nous définissons une métaperception comme une métaréponse, c'est-à-dire une réponse donnée au nom d'une personne ou d'un groupe de personnes, et un métastéréotype est défini comme une métaréponse partagée par au moins dix personnes.

L'association libre est une technique projective de recueil de données qui consiste à demander aux personnes d'inscrire à quoi leur font penser certains mots[22]. On appelle ces mots des *inducteurs*. L'inducteur est un terme choisi par le chercheur qui renvoie à l'objet de la recherche. Nous avons utilisé l'inducteur «musulman». Les métaréponses recueillies à travers la tâche d'association libre sont soumises à une analyse évaluative et prototypique. Le premier niveau d'analyse, l'analyse évaluative, tient compte de l'ensemble des métaréponses et consiste à les catégoriser selon une connotation positive, négative ou neutre. L'orientation des métaréponses est déterminée par les acteurs eux-mêmes lorsqu'ils répondent à la question suivante: «Quelle est l'image courante, partagée par la société en général, associée aux mots qui suivent? Indiquez que vos réponses sont positives, négatives ou neutres.» Les répondants avaient la possibilité de donner cinq réponses, mais ils ont donné en moyenne deux réponses par personne. La

21. R. C. Curtis et K. Miller, «Believing Another Likes or Dislikes You: Behaviors Making the Beliefs Come True», *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 51, 1986, p. 284-290.

22. Voir par exemple: A. S. De Rosa, «Le réseau "d'association" comme méthode d'étude dans la recherche sur les représentations sociales: structure, contenu et polarité du champ sémantique», *Cahiers internationaux de psychologie sociale*, vol. 28, nº 4, 1995, p. 96-122; C. Guimelli et J.-C. Deschamps, «Effets de contexte sur la production d'associations verbales. Le cas des représentations sociales des Gitans», *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, vol. 47-48, 2000, p. 44-54; M. F. Lacassagne *et al.*, art. cité.

répartition des réponses positives et négatives permet d'établir comment se manifestent les biais de discrimination. L'analyse prototypique consiste à sélectionner les métaréponses évoquées dix fois ou plus, peu importe l'orientation donnée, afin d'établir la présence de métastéréotypes associés au groupe ciblé.

L'étude de la perception sociale permet de comprendre les côtés cognitifs et affectifs de la représentation du monde qui nous entoure[23]. Elle permet donc aussi de comprendre la perception ou, dans notre cas, la métaperception des émotions. En nous inspirant de l'échelle de mesure des émotions utilisée pour évaluer l'attitude des Américains envers les musulmans[24], nous avons évalué à quelle intensité les Canadiens en général ressentent certaines émotions relativement à ce groupe. Nous avons présenté aux participants des émotions positives et des émotions négatives.

L'analyse des métaréponses des participants permet de voir comment les différents biais de discrimination se présentent dans la société canadienne. C'est-à-dire que nous examinons la distribution des métaréponses positives, négatives et neutres et comparons la distribution des personnes qui attribuent aux Canadiens une émotion positive à l'égard des musulmans à celles qui leur attribuent une émotion négative. Nous examinons donc la présence de biais de discrimination virtuelle ou de biais de discrimination tels que les participants les conçoivent, puisque nous n'analysons pas les réponses réelles des participants, mais bien leurs métaréponses. Même si la métaperception représente un moyen d'accéder aux pensées réelles des individus[25], nous ne prétendons pas ici que les métaréponses des participants reflètent leurs propres perceptions des musulmans.

Avant de poursuivre, quelques mots sur le choix des acteurs perçus, des acteurs qui perçoivent et des acteurs à qui la métaperception est attribuée. Nous exposerons la métaperception des musulmans telle qu'elle est partagée par les étudiants chrétiens et musulmans de cette étude ; ces répondants se sont définis comme « chrétien » ou « musulman » à partir du questionnaire utilisé. En fait, nous avons également cherché à savoir comment ces mêmes personnes pensent que les chrétiens sont perçus, ou la métaperception des chrétiens. Il aurait été bien de connaître comment les acteurs chrétiens pensent que les musulmans les perçoivent et comment les acteurs musulmans pensent être perçus par les chrétiens ; cela n'a pas été possible dans le cadre de nos recherches. Enfin, il aurait été bien de découvrir comment, d'après nos participants, les Québécois en général, et non les Canadiens, perçoivent les musulmans.

Un postulat est sous-jacent à notre démarche. Nous supposons qu'il existe chez les étudiants universitaires chrétiens et musulmans du Québec

23. L. A. Zebrowitz, *Social Perception*, Buckingham, Open University Press, 1990.

24. B. Y. Altareb, *Attitudes towards Muslims : Initial Scale Development*, dissertation, Indiana, Ball State University, 1997.

25. C. Guimelli et J.-C. Deschamps, art. cité.

une représentation collective imaginaire des musulmans qui se traduit par la présence de métastéréotypes tels que nous les avons définis.

Résultats et analyse

Nous avons interviewé 243 étudiants et étudiantes, dont 131 chrétiens et 112 musulmans. Pour les chrétiens, les trois quarts se situent dans la tranche d'âge de 15 à 25 ans; chez les musulmans, la moitié se situent entre 25 et 35 ans. Les répondants chrétiens ont été plus généreux dans leurs associations d'images, avec un total de 336 évocations, comparativement à 278 pour les répondants musulmans. Aussi, les répondants sont plus nombreux à être d'accord avec l'énoncé «je suis croyant» qu'avec l'énoncé «je suis pratiquant», et l'écart est plus significatif chez les répondants chrétiens (58 % et 29 %, comparativement à 99 % et 88 % chez les musulmans).

L'imaginaire des acteurs musulmans

Les répondants musulmans ont associé 278 métaréponses à l'inducteur «musulman» dont 27 qui sont considérées comme positives (10 %), 219 comme négatives (79 %) et 32 comme neutres (11 %). Les deux mots qui ont été évoqués dix fois ou plus, «extrémiste» et «terroriste», constituent 17 % des évocations. L'analyse évaluative des métastéréotypes montre de façon convaincante que les acteurs musulmans pensent que la société en général a une image très négative des musulmans.

La réponse des acteurs musulmans à propos de l'intensité ressentie des émotions envers les musulmans — émotions donc que les acteurs musulmans attribuent aux Canadiens — montre que la confiance est la seule émotion sur laquelle la majorité des répondants musulmans s'entendent (les autres étant le respect, la colère, l'intimidation, la peur et la sympathie). Elle indique clairement qu'ils présument que les Canadiens n'ont pas confiance en les musulmans. On en déduit également que plus de la moitié des répondants croient que les Canadiens ne sympathisent et ne respectent pas ou peu les musulmans et qu'ils ont peur d'eux.

L'imaginaire des acteurs chrétiens

Les acteurs chrétiens ont évoqué devant l'inducteur «musulman» 336 métaréponses, dont 27 qui sont qualifiées de positives (8 %), 243 de négatives (72 %), et 66 de neutres (20 %). Il y a trois métaréponses qui ont été évoquées dix fois ou plus. Ces métastéréotypes sont «fanatique», «terroriste» et «voile». Ils constituent 23 % de l'ensemble. L'analyse évaluative montre qu'il n'y a aucun métastéréotype considéré comme positif et que 95 % des métastéréotypes sont considérés comme négatifs. Les réponses des acteurs chrétiens, comme celles des acteurs musulmans, montrent qu'ils présument que la société en général a une image négative des musulmans.

En ce qui concerne l'intensité ressentie des émotions envers les musulmans attribuées aux Canadiens en général, les métaréponses des acteurs chrétiens présentent les mêmes tendances que celles des acteurs musulmans. La majorité des participants chrétiens présument que les Canadiens n'ont pas confiance en les musulmans ou qu'il en ont peu, et plus de la moitié des répondants croient que les Canadiens ne sympathisent et ne respectent pas les musulmans ou les respectent peu. Les avis sont plus partagés en ce qui concerne les émotions négatives.

Analyse et discussion

Les métaréponses données par les participants ne peuvent pas être utilisées pour vérifier les biais de discrimination réels, tels qu'ils sont compris dans la théorie, car nous analysons les biais attribués aux Canadiens par les répondants. Mais il est possible de vérifier s'il existe une tendance à adopter des comportements discriminatoires envers les musulmans telle que les participants l'imaginent. Il s'agit bien de tendance car rien ne prouve qu'une attitude discriminatoire se traduise toujours en comportement discriminatoire. En effet, la fameuse expérience de LaPiere a démontré que l'attitude ne prédit pas toujours le comportement[26]. Ainsi, à partir des métaréponses et de l'intensité des émotions attribuées aux Canadiens, nous pouvons vérifier si les participants de cette étude pensent que la société en général est porteuse de biais à l'égard des musulmans, biais qui peuvent causer des attitudes discriminatoires. Nous ne pouvons pas assurer que ces biais se transforment nécessairement en comportements discriminatoires, mais ils prédisposent à de tels comportements.

L'analyse des métaréponses met au jour un état d'esprit partagé selon lequel la société en général aurait tendance à défavoriser les personnes perçues comme musulmanes. Comme les participants évoquent peu de métastéréotypes positifs, nous pouvons avancer que les musulmans du Québec courent, au mieux, le risque d'être victimes de discrimination privative. Mais le nombre important de métastéréotypes négatifs associés à l'inducteur «musulman», 95 % évoqués par les répondants chrétiens et 96 % par les répondants musulmans, indique clairement un biais d'allo-défavoritisme. La présence du biais de discrimination privative et du biais d'allo-défavoritisme montre que l'ensemble des participants croient que la société en général est porteuse de biais de discrimination à l'égard des musulmans.

En ce qui concerne les réponses obtenues par l'entremise des échelles de mesure des émotions, comparativement à celles tirées des associations libres, il est moins certain que des tendances discriminatoires soient en jeu. Les répondants chrétiens et les répondants musulmans ne sont en effet pas

26. R. T. Lapiere, «Attitudes vs. Actions», *Social Forces*, vol. 13, 1934, p. 230-237.

majoritaires à attribuer aux Canadiens un sentiment négatif à l'égard des musulmans. En effet, 26 % des participants musulmans présument que les Canadiens ressentent la colère envers les musulmans, et 28 % d'entre eux pensent qu'ils sont intimidés par eux. Dans le même sens, 37 % des participants chrétiens pensent que les Canadiens ressentent la colère envers les musulmans, et 22 % pensent qu'ils sont intimidés par eux. Mais nous avons trouvé un nombre important de participants, 59 % des musulmans et 40% des chrétiens, qui croient que les Canadiens ont peur des musulmans. L'incidence de cette peur imaginée sur l'intégration de la communauté musulmane reste à vérifier. Les non-musulmans sont-ils en mesure d'inclure, d'apprécier ou d'interagir avec des personnes dont ils ont peur?

L'examen des réponses sur l'intensité dite ressentie des émotions positives indiquent plus certainement une tendance discriminatoire qui se manifeste par la présence du biais de discrimination privative. En effet, nous trouvons que 2 % des participants musulmans et des participants chrétiens affirment que les musulmans inspirent la confiance auprès des Canadiens, 8 % comparativement à 6 % pensent qu'ils sont respectés dans la société canadienne alors que 5 % des musulmans et des chrétiens pensent qu'ils suscitent la sympathie. Le consensus est plutôt massif. L'absence de sentiments essentiels aux bonnes relations entre musulmans et non-musulmans tels que le respect et la confiance en dit long sur le travail à accomplir.

L'absence de métastéréotypes positifs, la caractérisation négative du voile, la peur ainsi que le manque de confiance et de respect que les participants attribuent aux Canadiens relativement aux musulmans illustrent bien les expériences d'exclusion que vivent les membres de la communauté musulmane au Québec[27]. Un moyen de contrer l'exclusion sociale des personnes de foi musulmane est d'accroître leur niveau de participation sociale. Les musulmans peuvent inviter leurs voisins à partager un repas, ils peuvent s'impliquer dans le conseil scolaire de leur enfant, faire du bénévolat et encourager leurs enfants à en faire autant ou encore participer aux différents comités de la ville ou de la municipalité où ils habitent. Cette participation augmente leur présence à tous les niveaux de la société, facilite les échanges, dissipe l'image stigmatisante du musulman terroriste, augmente les amitiés intergroupes et favorise donc le respect, la confiance et l'inclusion sociale visés tant au Québec qu'au Canada[28].

Sur le plan théorique, il faudrait vérifier si la métaperception des groupes religieux est toujours négative, ou s'il s'agit d'un cas particulier du Québec où la religion occupe une place « distincte ». Il serait également

27. Voir D. Helly, art. cité.

28. Voir les publications suivantes sur les effets de la participation sociale et civique : Policy Research Initiative, *Inclusion for All. A Canadian Roadmap to Social Cohesion*, <http://policyresearch.gc.ca/page.asp?pagenm=rp_inclu#participation>; R. Breton, *La participation sociale et le capital social : Conférence d'ouverture*, deuxième conférence nationale Metropolis en immigration ; *Immigrants et participation civique : politique contemporaine et sujets de recherches*, Montréal, 1997, <http://canada.metropolis.net/events/civic/rbreton_e.html>.

intéressant de voir si les métaperceptions des groupes minoritaires sont toujours négatives, peu importe les rapports entre la personne qui perçoit, le groupe social auquel on attribue la perception et le groupe social perçu. Par exemple, dans l'étude de Guimelli, la métaperception se présente par la perception des Gitans que des acteurs français attribuent aux Français en général. Dans l'étude de Vorauer, la métaperception se présente par la perception des «Blancs» que des acteurs canadiens blancs attribuent aux Canadiens autochtones et celle des «autochtones» que des acteurs canadiens autochtones attribuent aux Canadiens blancs. Ici, nous examinons comment des acteurs musulmans et des acteurs chrétiens pensent que la société perçoit les musulmans. Il s'agit de trois cas distincts dans lesquels les tendances changent selon le groupe perçu, le groupe d'appartenance de celui qui perçoit et le groupe social auquel les réponses sont attribuées.

La notion de métaperception est-elle aussi large? Sinon, les chercheurs peuvent se pencher sur les différentes tendances selon les relations existantes de ce trio de la métaperception. À ce jour, Frey et Troop (en 2006) semblent être les seuls à avoir étudié ces différentes dynamiques perceptuelles. Ils avancent que l'orientation des métaperceptions est plutôt positive dans le cas de la métaperception intragroupe et plutôt négative dans le cas de la métaperception intergroupe. Cela ne concorde pas exactement avec nos résultats. Nous avons effectivement trouvé que le nombre de métaréponses négatives évoquées par les acteurs chrétiens est important (métaperception intergroupe négative), mais que les acteurs musulmans ont également une métaperception négative des musulmans; la métaperception intragroupe n'est pas positive comme le suggère Frey et Troop, mais certainement négative. Il faudrait donc examiner les tendances en tenant compte du statut des groupes, par exemple s'il s'agit de groupes religieux ou non religieux, majoritaires ou minoritaires.

Enfin, selon nous, la métaperception négative d'un groupe social n'est pas problématique en soi; c'est plutôt l'écart existant entre les métaréponses négatives et positives associées à un groupe social qu'il faut considérer afin de prévoir et bien mesurer les conséquences qui en découlent.

En supposant que les métastéréotypes des participants ne reflètent pas leur réelle façon de penser, il n'en demeure pas moins qu'ils sont indicatifs des relations entre musulmans et non-musulmans, et leur incidence sur les processus d'inclusion et d'exclusion sociales doit être davantage approfondie. Que ce soit par choix (repli sur soi) ou par force (rejet), le statu quo en matière d'intégration de la communauté musulmane dans la société québécoise soulève plusieurs questions dont la suivante: quelle est l'impact de la métaperception négative des musulmans sur les relations entre les membres de la communauté musulmane et les non-musulmans?

Afin d'avoir une meilleure appréciation des relations intergroupes au Québec, nous avons effectué une étude sur la métaperception d'un groupe religieux actuellement important, les musulmans. Nous avons ainsi découvert que les participants de cette étude pensent que les musulmans sont

perçus négativement par la société en général et qu'ils pensent que les Canadiens en général ne ressentent pas d'émotions positives envers les musulmans. Cette métaperception négative de la communauté musulmane montre que les musulmans sont susceptibles d'être victimes de biais de discrimination dans des situations de recherche d'emploi ou de logement, notamment du biais de discrimination privative. Ces biais créent des barrières qui nuisent aux relations intergroupes et qui perpétuent les expériences d'exclusion sociale, ce qui va à l'encontre de la vision du ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles, à savoir la pleine participation des communautés culturelles du Québec ainsi que des relations interculturelles harmonieuses.

La nature humaine pousse à être attiré par la beauté, et la beauté est relative à l'histoire, à l'actualité, à la culture, aux représentations collectives... D'après les participants de cette étude, la société ne perçoit pas les musulmans de manière positive. Ainsi, ils ne sont pas beaux dans l'imaginaire, et ce qui n'est pas beau n'attire pas, et celui qui n'attire pas reste seul. Même si la métaperception négative d'un groupe ne représente pas l'image réelle, la littérature signale que la conscience même de leur présence détermine l'orientation des interactions et limite même la possibilité des interactions avec les membres de ce groupe[29].

La recherche sur l'incidence de ces métaperceptions demeure un domaine à explorer et constitue un élément important dans la compréhension des relations entre musulmans et non-musulmans. La prochaine étape consiste à voir comment ces métaperceptions influent sur le quotidien des Québécois, musulmans et non musulmans.

Nous avons vu que, lorsqu'une personne sait ou pense que son groupe d'appartenance est perçu négativement par un autre groupe, elle aura tendance à modifier sa manière d'interagir avec ce groupe. Cette transformation peut se manifester par un comportement plutôt agréable ou plutôt désagréable, selon le tempérament et d'autres circonstances telles que le sentiment d'appartenance au groupe. Par exemple, un musulman peut commencer à dévaloriser les non-musulmans à travers le raisonnement suivant: ils me considèrent comme une mauvaise personne, donc ils sont mauvais. Les musulmans et les non-musulmans peuvent réagir négativement aux métastéréotypes en s'évitant mutuellement. Les musulmans peuvent préférer rester entre eux et éviter de participer activement à la société, car ils préfèrent éviter les regards méprisants ou de pitié (pour la femme voilée), alors que les non-musulmans (et même certains musulmans) peuvent éviter ou exclure leurs collègues ou voisins musulmans par peur de s'associer avec un «terroriste».

L'étude des métaperceptions peut s'étendre à n'importe quel groupe social dont l'intégration et la participation sociale sont en jeu, mais en ce qui concerne cette étude, des questions spécifiques peuvent être investiguées. On peut s'interroger sur la manière dont les métaperceptions

29. I. V. Blair, B. Park et J. Bachelor, art. cité, p. 151-169.

influent sur l'estime de soi des membres de la communauté musulmane. On peut approfondir la recherche sur le lien qui existe entre la métaperception, la discrimination et la participation sociale des communautés musulmanes au Québec et ailleurs. On peut s'interroger sur la façon dont les différents niveaux de la communauté musulmane réagissent face aux métastéréotypes vus dans cette étude et sur la façon dont la stigmatisation des musulmans influence la manière dont ils entrent en relation avec leurs voisins, leurs collègues de travail ou leurs camarades de classe. Ou encore, à quel âge et comment les jeunes musulmans se sentent-ils évalués par ces métastéréotypes?

On peut aussi se pencher sur l'apport de la société et de l'histoire canadienne sur l'orientation des relations intergroupes et se demander, par exemple, comment l'image du musulman terroriste influe sur la manière dont les écoliers ou les travailleurs non musulmans appréhendent une interaction avec un musulman. Ou encore examiner l'influence de la présence de musulmans dans les écoles ou d'autres milieux canadiens sur la perception que l'on a d'eux ou l'incidence du port du voile sur les relations des musulmanes avec les non-musulmans au niveau primaire, secondaire, collégial et universitaire. Ces questions lancent un réel défi pour les communautés musulmanes et la société canadienne, particulièrement au Québec, où la récente commission de la consultation sur les accommodements raisonnables nous rappelle l'éternel conflit avec tout ce qui touche le religieux.

Enfin, sur le plan théorique, on devra tenir compte de trois dimensions de la métaperception — le groupe perçu, l'appartenance groupale de celui qui perçoit et le groupe social à qui les réponses sont attribuées. On pourra examiner l'orientation des métaréponses à partir de la mise en relation de ces dimensions.

La métaperception négative du musulman évoquée par les participants de cette étude influe certainement sur nos pensées et nos comportements vis-à-vis des personnes dont l'appartenance à la communauté musulmane est mise en évidence. Cette image négative doit être prise au sérieux, tant par la communauté musulmane que par la société canadienne en général.

L'image négative de l'islam et des musulmans véhiculée par les médias permet de prévoir une métaperception négative des musulmans, mais quel est l'impact réel des médias? Il va sans dire que l'image du musulman terroriste évoquée par les acteurs de cette étude n'est pas spontanée et sans fondements; et cette image est imprégnée dans la conscience collective des gens, mais elle demeure une image. Les musulmans sont bien d'autres choses et ils sont en mesure de le faire découvrir aux non-musulmans.

En tant que citoyens préoccupés par la participation sociale des minorités visibles, les résultats de cette étude nous interpellent sur le plan personnel. En plus de pousser la recherche sur l'impact de la métaperception négative des musulmans, il y a aussi des démarches concrètes qui peuvent être entreprises par les musulmans eux-mêmes. Ils peuvent se

mobiliser afin de trouver des solutions qui favoriseraient les échanges avec les non-musulmans. Ces échanges permettraient aux non-musulmans de constater que les musulmans se présentent sous diverses formes et personnalités et donc de sympathiser avec eux et de les respecter; cela pourrait même conduire, du moins on peut le souhaiter, à mettre fin aux attitudes et aux comportements discriminatoires envers les musulmans. En même temps, les non-musulmans peuvent aller au-delà des représentations collectives qui incitent à exclure et à défavoriser les membres de la communauté musulmane. Peu importe la véracité des métaperceptions, les musulmans devraient éviter à tout prix de tomber dans le piège du repli sur soi, et les non-musulmans, dans celui de la discrimination privative.

Ces initiatives individuelles doivent être soutenues de l'intérieur et de l'extérieur de la communauté musulmane, en commençant par les imams des mosquées qui, malheureusement, découragent trop souvent les relations avec le monde non musulman[30]. En fait, il y a beaucoup de travail à faire tant au niveau intrareligieux qu'au niveau interreligieux, mais aussi et surtout sur le plan individuel[31].

30. Informations obtenues lors d'entretiens privés avec une pionnière de la communauté musulmane d'Ottawa.

31. Je voudrais remercier Mme Yuki Shiose pour ses précieux conseils et son soutien.