
Le vécu de candidats gothiques dans le processus de sélection

Auteur : Frenay, Maxime

Promoteur(s) : Hansez, Isabelle

Faculté : Faculté de Psychologie, Logopédie et Sciences de l'Éducation

Diplôme : Master en sciences psychologiques, à finalité spécialisée en psychologie sociale, du travail et des organisations

Année académique : 2023-2024

URI/URL : <http://hdl.handle.net/2268.2/22064>

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.



LIÈGE

université

Mémoire partim2 (YMEM0005-1)

*Le vécu de candidats gothiques dans le processus de
sélection.*

Travail réalisé par : FRENAY Maxime

Responsables académiques : HANSEZ I., SUTTOR D., LECLERCQ C.

Année académique 2023-2024

[Image 1](#)



[Image 2](#)

Table des matières

0. Remerciements	4
1. Revue de la littérature.....	5
1.1. Le mouvement gothique :	5
1.1.1. Introduction :.....	5
1.1.2. Histoire et définition du mouvement gothique :	6
1.1.3. La sous-culture :	7
1.1.4. Le profil d'un individu gothique :	9
1.1.5. Synthèse de la culture gothique.....	10
1.2. Les biais en sélection professionnelle :	11
1.2.1. Les biais dans l'analyse des candidatures :	11
1.2.2. Les biais dans la création et passation des tests psychotechniques :	12
1.2.3. Les biais durant la phase d'entretien :	13
1.3. La formation d'impression :	14
1.3.1. Définition du concept :	14
1.3.2. La formation d'impression, les préjugés et les stéréotypes :.....	15
1.3.3. La formation d'impression et la catégorisation (SCM).....	16
1.3.4. La formation d'impression en sélection professionnelle :	18
1.4. L'apparence physique : l'impact des vêtements :	21
1.4.1. Le vêtement (clothing) et l'habillement (dress) :	21
1.4.2. Tenue vestimentaire (outfit or clothing) et style vestimentaire (dress, look or style) :	22
1.4.3. L'apparence physique en sélection professionnelle :	25
1.4.4. Les lois belges pour contrer les biais en sélection professionnelle :	27
1.4.5. L'influence du style gothique dans le milieu du travail :	30
1.4.6. La tenue vestimentaire et son impact dans la sélection :	31
2. Méthodologie :	33
2.1. Population et recrutement :	33
2.2. Un moyen d'évaluer le vécu en sélection professionnelle ?	33
2.3. Définition de la phénoménologie herméneutique :	33
2.4. Utilisation du protocole de la phénoménologie herméneutique :	35
3. Résultats :	38
3.1. Partie 1 : variables socio-démographiques :	38
3.1.1. Âge et genre des participants (Tableau annexe 1.0.) :	38
3.1.2. Adoption du style gothique (Tableau annexe 1.1.) :	39
3.1.3. L'influence du style gothique (Tableau annexe 1.3.) :	39

3.1.4. D'autres influences dans le style vestimentaire (Tableau annexe 1.2.) :.....	40
3.1.5. Nombre de sélections professionnelles (tableau annexe 1.5)	42
3.1.6. Secteur d'activité et poste actuel (Tableau annexe 1.4) :.....	43
3.2. Partie 2 : Le vécu en sélection professionnelle	44
3.2.1. Partie 2.1. Ressenti général en sélection professionnelle (tableau annexe 2.7. et 2.11) : .	44
3.2.2. Caractéristiques de la sélection professionnelle :.....	46
3.2.3 : Les freins à l'embauche :.....	48
3.2.4. Ressources des participants	50
3.2.5. Identité gothique en sélection professionnelle :.....	53
4. Discussion.....	56
4.1. Rappel et interprétation des résultats principaux :	56
4.1.1. Nombre de participants	56
4.1.2. Age des participants	57
4.1.3. Genre des participants :	57
4.1.4. Adoption du style vestimentaire à l'adolescence :	57
4.1.5. Le secteur d'activité :.....	58
4.1.6. Stéréotypes sur les gothiques, place des valeurs et idées préconçues :.....	59
4.1.7. Le lookisme en sélection professionnelle :.....	59
4.1.8. La formation d'impression en sélection	60
4.2. Recommandations :.....	61
4.3. Limites :	62
4.4. Pistes pour des recherches futures :.....	63
5. Conclusion :	64
6. Bibliographie :.....	66

0. Remerciements

Avant d'entamer la lecture de ce mémoire, je souhaite adresser mes remerciements à chacune des personnes ayant participé grâce à leurs conseils, leur aiguillage, leur soutien, à sa réalisation. Tout particulièrement, je souhaite remercier Madame Hansez, ma promotrice, ainsi que ses deux assistantes, Madame Suttor et Madame Leclercq pour leur confiance à mon égard quant à la réalisation de ce projet, pour leurs conseils avisés et leur implication dans mon accompagnement. Un immense merci à tous les participants d'avoir pris le temps de m'expliquer leur vécu et leurs histoires en sélection professionnelle.

En effet, malgré les difficultés auxquelles j'ai été confronté, j'ai toujours pu compter sur mon entourage pour m'aider à mener à bien cet ambitieux projet. Que ce soit pour un travail de relecture, de correction d'orthographe ou encore de réflexion, le soutien reçu durant la rédaction m'a réchauffé le cœur.

Après plus de deux années à travailler sur ce mémoire, j'ai enfin fini par réaliser qu'il m'a apporté un certain nombre de difficultés mais surtout d'apprentissages sur ma façon de travailler, sur moi-même et surtout, il m'a appris à m'occuper d'une tâche à la fois. Etant un étudiant impatient et qui aime se dépasser, j'ai entrepris un grand nombre de projets à la fois alors qu'un mémoire demande du temps, de l'énergie et un attrait grandissant pour son sujet. Travailler sur un mémoire, c'est découvrir un sujet en profondeur afin de diriger les lecteurs vers une meilleure compréhension du sujet abordé, c'est aussi se développer en tant qu'individu en se remettant en question. Tout d'abord, grâce aux commentaires de mes professeures et mes grands-parents, j'ai modifié ce mémoire pour améliorer la qualité syntaxique et la manière de présenter mes idées. Au travers des commentaires et du soutien de ma famille, j'ai également pu combattre ma peur de rendre un mémoire imparfait. Pour ce faire, j'ai dû ajuster mon schéma de pensée et oser me détourner de mon objectif de perfection qui me freinait. Au lieu de rechercher la perfection, je recherche l'apprentissage continu car mon objectif est de me développer et d'apprendre de mes erreurs afin d'évoluer continuellement car comme le dit un [proverbe coréen](#) : « *la perfection est un chemin, non une fin* ».

1. Revue de la littérature

1.1. Le mouvement gothique :

1.1.1. Introduction :

L'individu gothique est défini comme « *une personne qui s'identifie à la sous-culture gothique* » (Young et al., 2006 ; Ter Bogt et al., 2020). Ces personnes sont reconnaissables à leur esthétique particulière, sombre et attirant le regard. En effet, leur caractéristique principale est de se vêtir d'une tenue à dominante noire, tout en y ajoutant une petite touche de couleur froide (couleur qui contient une note bleuâtre). La matière des vêtements peut aller du cuir au lin en fonction de la catégorie de style abordé. Ils portent également des bijoux, des tatouages ou des piercings relatifs au mouvement gothique, qui leur donnent les codes de leur culture alternative. Enfin, leur maquillage est également sombre voire noir et met généralement l'accent sur un teint pâle, l'accentuation des yeux et parfois de la bouche. Si l'individu gothique est reconnaissable à son apparence, ce n'est pas le seul moyen d'être considéré comme un membre de cette culture, l'appartenance au mouvement gothique passant non seulement par l'apparence physique qui englobe la tenue vestimentaire, le maquillage, les accessoires, les tatouages et les piercings, mais également par d'autres centres d'intérêts moins visibles au premier abord tels que l'écoute de musiques rock/gothique, la lecture de textes gothiques ou encore l'adhésion à la philosophie et aux valeurs véhiculées par ce mouvement (Young et al., 2006 ; Ter Bogt et al., 2020). Les auteurs s'accordent pour exprimer l'idée que les différents centres d'intérêts cités précédemment permettent d'associer un individu au mouvement gothique (Bowes et al., 2015 ; Newman, 2018 ; Ter Bogt et al., 2020), mais bien entendu, l'individu gothique n'est pas obligé de répondre à tous les critères pour appartenir à ce mouvement.

Enfin, une notion clef revenant dans la plupart des articles scientifiques consultés pour ce mémoire est le côté « *sombre* » de ce mouvement (Young et al., 2006 ; Newman, 2018 ; Ter Bogt et al., 2020). En effet, que ce soit pour décrire leur esthétique (tenue noire, maquillage noir), leur musique ou encore leur fascination pour la mort (collections d'ossements, tendance à banaliser l'automutilation), ils sont perçus comme étant des individus renvoyant une image sombre. Il en découle que ces individus atypiques ont tendance à être perçus négativement de la part des personnes n'appartenant pas à ce mouvement alternatif. Nous reviendrons sur les raisons de cet à priori négatif dans la section « *formation d'impression* ».

1.1.2. Histoire et définition du mouvement gothique :

Le gothisme émerge après l'apogée du mouvement punk qui se termine fin des années 1970. La frontière entre les deux mouvements est floue et l'apparition du mouvement gothique est estimée entre la fin des années 1970 et le début des années 1980 (Goulding & Saren, 2009 ; Newman, 2018 ; Ter Bogt et al., 2020). Ter Bogt et al. (2020), expliquent que le mouvement gothique s'est développé parallèlement au style musical gothique. *The Banshees, The Cure, Siouxsie, Bauhaus, Christian Death*, et plus tard *Marilyn Manson*, ont marqué la culture gothique par leurs chansons et leur style vestimentaire scénique. Plus récemment, la chanteuse *Billie Eilish* est devenue une superstar en adoptant un style « *Néo-Goth* » (Ter Bogt et al., 2020), ses chansons faisant référence à la souffrance vécue et aux stratégies qu'elle utilise pour l'atténuer. Comme souligné dans l'étude de Ter Bogt et al. (2020), l'attrait pour la musique gothique commence majoritairement chez les jeunes adolescents vers l'âge de 14 et 15 ans (10,8%). La musique est donc un levier pour ces jeunes qui arrivent à trouver d'autres jeunes ayant les mêmes centres d'intérêts musicaux.

En outre, les valeurs prônées par le mouvement sont également une manière d'adhérer à la culture gothique (Goulding & Saren, 2009 ; Ter Bogt et al., 2020). Celles des gothiques sont apparues en réponse à une inadéquation avec les valeurs prônées par le mouvement punk. Certains membres du mouvement gothique s'intéressent également à la littérature dite gothique qui comprend différentes œuvres d'auteurs tels que *Edgar Allan Poe, Mary Shelley et Lord Byron*, incontournables de ce mouvement (Newman, 2018).

Enfin, le style vestimentaire gothique est défini par une esthétique sombre mettant en valeur le corps pâle de la personne et les détails saillants de la tenue (Bowes et al., 2015). Au-delà de la simple apparence, le style vestimentaire est aussi une manière d'affirmer ses propres goûts, son appartenance au mouvement et parfois certaines idéologies (Glevarec, 2010). Aucune définition précise n'est donnée dans les différents articles scientifiques sur le style vestimentaire gothique. Il paraît évident qu'une telle définition serait difficilement imaginable vu l'évolution constante de la mode et des styles vestimentaires (tant de manière générale que dans le mouvement gothique). Cependant, certains éléments permettent de facilement catégoriser son porteur comme membre du mouvement gothique, dont essentiellement la couleur noire (Goulding & Saren, 2009 ; Ter Bogt et al., 2020). Mais certains gothiques utilisent des couleurs, surtout chez les *gothiques lolita* qui elles, utilisent des couleurs pastel dans leur tenue ou encore chez les emos qui utilisent des couleurs fluos (surtout dans les coiffures). Les matériaux utilisés à la confection des vêtements sont davantage du PVC, du velours, du cuir,

du satin et de la dentelle. Le maquillage des gothiques demande de la préparation. Ils pâlisent leur teint, (surtout chez les gothiques vampiriques) tranchant avec un maquillage foncé et prononcé.

Le mouvement gothique est aussi défini comme une sous-culture du mouvement punk mais aussi une sous-culture de notre société. Penchons-nous sur la définition d'une sous-culture, qui nous permettra un éclairage sur l'identité des individus gothiques.

1.1.3. La sous-culture :

Le terme sous-culture est apparu à partir des années 1950 en réponse aux politiques d'après-guerre (Glevarec, 2010). Les membres de ces sous-cultures percevaient cela comme un moyen d'expression de soi et de rejet des décisions politiques de l'époque. La première sous-culture répertoriée selon Hebdige (Cité dans Glevarec, 2010) est le hippie. Elle fait son apparition en tant que pensée contestataire aux décisions d'après-guerre, en prônant la bienveillance et le respect de tous au travers d'actes pacifistes. En revanche, les punks des années 1970 sont les derniers à s'inscrire dans un mouvement contestataire (Glevarec, 2010). En outre, le punk est le mouvement qui représente le plus l'écart entre les valeurs politiques du mouvement marginal et celles de la société dans laquelle il se développe.

Dawson donne une autre définition de la sous-culture : « *un segment de la culture qui utilise différentes coutumes, normes et valeurs* » (Dawson, cité dans Newman, 2018). Cela corrobore l'explication des précédents auteurs : étant donné que la sous-culture gothique est apparue comme étant une réponse aux idéologies prônées par le mouvement punk, nous pourrions tout aussi bien penser que le mouvement gothique est une sous-culture du mouvement punk et que le gothique s'inspire de son prédécesseur pour créer sa propre culture. Par exemple, dans une même situation émotionnellement éprouvante, un punk répondra de manière fataliste alors que le gothique tentera d'y trouver un espoir, de la beauté ou un apprentissage (Ter Bogt et al., 2020). Young et al. (2006), définissent le gothisme comme un sous-genre du punk. Selon ces auteurs, la différence entre les deux mouvements se manifeste dans l'esthétique du gothique qui est plus sombre et plus sinistre. Goulding et Saren, en 2009 définissent également le mouvement gothique comme une sous-culture dans laquelle les individus tendent à exprimer leurs goûts personnels, leur identité propre tout en montrant l'appartenance à leur culture gothique). Sklar, en 2021 compare l'attrance pour ce mouvement à l'attrance sexuelle et l'attrait au sport : l'appréciation et l'appropriation de la culture gothique sont propres aux goûts de chacun. Ainsi, il est donc logique de retrouver dans le mouvement gothique des individus qui écoutent d'autres styles musicaux étant donné que ceux-ci sont reliés à des appréciations

personnelles. L'étude Goulding et Saren (2009) explique qu'au fil du temps, ce mouvement s'est répandu et a développé différents sous-embranchements. Sklar (2021) ajoute que c'est grâce à la diversité des individus et de leurs goûts personnels que le mouvement gothique a vu naître un grand nombre de sous-embranchements. Nous comprenons donc que l'importance d'exprimer son identité au travers de la sous-culture est cruciale et permet de s'identifier à une sous-culture plus représentative (Glevarec, 2010 ; Newman, 2018 ; Ter Bogt et al., 2020). En effet, les gothiques lolita, les gothiques vampiriques, les gothiques romantiques, les emos et encore bien d'autres sont le fruit de l'évolution du mouvement gothique en différents embranchements relatifs au style vestimentaire utilisé et aux centres d'intérêts prédominants au sein de cette sous-culture.

Glevarec (2010) ajoute qu'une sous culture repose sur l'utilisation de codes spectaculaires de la culture-mère. Ainsi, la sous-culture utilise toujours certains éléments dits spectaculaires de la culture-mère tout en s'en appropriant d'autres. Inversement, la culture mère fait de même et utilise certains éléments spectaculaires de la sous-culture. De cette manière, celles-ci s'alimentent mutuellement, amenant à une évolution des deux cultures et de leurs codes respectifs au fil du temps. Cette double alimentation renouvelle les tendances à la mode, les valeurs et favorise la mixité des goûts au sein des deux entités (Glevarec, 2010 ; Newman, 2018). L'étude de Goulding et Saren (2009) corrobore cette information. Lorsqu'à la fin des années 1970, le mouvement punk disparaît, le mouvement gothique apparaît comme une nouvelle sous-culture à part entière (Goulding & Saren, 2009). Ils ajoutent que ce mouvement, au fil du temps, s'est répandu et scindé selon le style, la musique et les affiliations (Goulding & Saren, 2009). Ainsi, nous pouvons comprendre que le gothique est une sous-culture du mouvement punk (Glevarec, 2010 ; Goulding & Saren, 2009), mais le mouvement gothique est également devenu la culture-mère de sous-cultures gothiques apparues au fil des années comme le gothique vampirique, le gothique romantique, l'emo, l'e-girl, etc. (Goulding & Saren, 2009).

Enfin, l'article écrit par Sklar et al., (2021) explique que depuis les années 2000, l'appartenance à une sous-culture est plus aisée grâce à l'évolution d'internet et plus spécifiquement des réseaux sociaux (Sklar et al., 2021). En revanche, cela a également mené à un certain nombre de controverses. En effet, les membres de ces mouvements sont jeunes et grandissent parallèlement à l'évolution du mouvement, créant, de ce fait, des nouveaux sous-mouvements. En ce sens, déceler un membre d'une sous-culture peut être plus compliqué. Les frontières entre la culture et la sous-culture semblent floues non seulement suite à l'arrivée d'internet et des réseaux sociaux mais encore par l'expression de soi (Sklar, 2021).

Ainsi, même si nous savons que tous les individus sont différents et possèdent des caractéristiques spécifiques étant donné qu'ils choisissent leur sous-culture au travers de leurs goûts personnels, intéressons-nous aux généralités recensées dans la littérature scientifique, permettant de définir le profil prototypique d'un individu gothique.

1.1.4. Le profil d'un individu gothique :

Les profils des individus gothiques sont assez similaires selon les études menées par Young et al. en 2006 et 2014. Le gothique est défini comme étant « *un individu introverti, névrotique, impulsif, qui prend des risques et qui a des tendances non conformistes* » (Young et al., 2014). Comparativement à leurs pairs non atypiques, ce sont des personnes qui ont davantage de risques de tomber dans des actes d'automutilation et de développer des symptômes dépressifs. Young ajoute que « *l'identification au mouvement gothique par des jeunes âgés de 19 ans est le meilleur prédicteur d'automutilation et de tentative de suicide* » (Young et al., 2006). D'autres facteurs individuels tels que le sentiment de solitude, l'isolement et l'éloignement des pairs sont des facteurs pouvant fortement influencer ces actes (Young et al., 2014 ; Van Zalk et al., 2011). Le mouvement gothique est également un lieu de refuge pour les adolescents qui sont le plus en désaccord avec les autorités (parents, professeurs, lois, etc.). (Ter Bogt et al., 2020). Young et al., dans leur étude en 2014, ont révélé les grandes causes des comportements d'automutilation, mettant ainsi en lumière les raisons de ces actes.

En règle générale, les jeunes, gothiques ou non, s'automutilent pour réguler leurs émotions. Il s'agit d'un acte fort qui répercute la souffrance ressentie par l'individu. C'est un moyen permettant à celui-ci d'exprimer sa détresse sans pour autant en parler directement (Young et al., 2014). Pour la population en général, ces explications suffisent à décrire leur motivation à s'infliger des actes d'automutilation.

En revanche, pour les individus gothiques, l'appartenance au mouvement joue un rôle important (Young et al., 2014) qui démontre l'importance de l'identité groupale créée autour d'intérêts communs. Les gothiques ont tendance à davantage « *normaliser* » ces actes dits d'auto-destruction car ils permettent la création de liens avec les membres du groupe. En effet, si les autres individus gothiques s'automutilent, alors il est raisonnable de penser que ceux-ci le font pour appartenir au groupe (Young et al., 2014). Young et al. (2014) parlent de « *Peer contagion of self-harm* ». Ce comportement de « *contagion par les pairs* » démontre que l'identité sociale joue un rôle dans les comportements de ses membres (Leyens, 2020).

Certes l'influence des pairs est présente pour les individus gothiques, mais il existe également une influence indirecte, celle des médias et des réseaux sociaux qui reflètent tous

deux les comportements et attitudes attendus non seulement des membres du groupe gothique mais également des individus n'appartenant pas à ce groupe (Young et al., 2014).

En somme, les actes d'automutilation chez les adolescents gothiques, sont régis par deux processus distincts : la régulation émotionnelle (instaurée pour atténuer la souffrance ressentie vis-à-vis de la difficulté rencontrée) et l'influence du groupe d'appartenance (Young et al., 2014 ; Ter Bogt et al., 2020). Tout comme pour des adolescents non gothiques, l'acte d'automutilation est un puissant moyen de communication. Bien que cette caractéristique soit un aspect important de l'acte, les jeunes gothiques risquent davantage de passer à l'acte étant donné l'enjeu d'appartenir à un groupe. En ce sens, les jeunes se conforment à la « norme » qui est de s'auto-mutiler pour expier leurs souffrances (Young et al., 2014 ; Bowes et al., 2015 ; Ter Bogt et al., 2020). Il apparaît néanmoins nécessaire de nuancer ce propos : tous les individus gothiques ne sont pas dépressifs ou malheureux, mais ils ont davantage de risques d'être atteints par ces symptômes comparativement aux autres adolescents. Ainsi, tout comme la musique ou encore la littérature gothique, les actes d'automutilation et le sentiment de dépression seraient des facilitateurs à l'intégration au mouvement gothique. Il apparaît dès lors important de mieux comprendre le contexte dans lequel un gothique se développe.

1.1.5. Synthèse de la culture gothique

Le tableau 1.1. reprend les informations importantes à connaître sur les individus gothiques :

Tableau 1.1. Les caractéristiques principales du mouvement gothique et des individus gothiques

<p>CARACTERISTIQUES MOUVEMENT GOTHIQUE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apparu suite à la contestation de la culture punk et/ou la culture capitaliste des années 1980. • Est une sous-culture • S'est transformé en plusieurs sous-cultures
<p>CARACTERISTIQUES INDIVIDUS GOTHIQUES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Intérêt pour le mouvement gothique (art, musique, littérature, les valeurs transmises, l'apparence véhiculée, ...). • Appartient à une sous-culture gothique au sein du mouvement gothique • Est un moyen de se définir (identité de l'individu)

Au vu des informations ci-dessus, intéressons-nous à notre contexte de recherche : la sélection professionnelle et les biais qui peuvent en découler.

1.2. Les biais en sélection professionnelle :

La sélection professionnelle consiste à choisir le candidat qui répond au mieux aux exigences du poste à pourvoir au sein d'une équipe de travail. Le Larousse corrobore cette information en définissant la sélection comme « *l'action de sélectionner les personnes ou les choses qui conviennent le mieux : la sélection des participants* ». L'article de Pohl et Klein (2014) décrit les différentes étapes par lesquelles il est nécessaire de passer pour vérifier que le profil du candidat correspond aux tâches à effectuer dans le poste à pourvoir. Ils énumèrent d'ailleurs que la sélection passe d'abord par l'évaluation du CV¹. Après cette première étape, les participants peuvent passer des tests psychotechniques et un ou plusieurs entretiens (Pohl & Klein, 2014). Au travers de ce cheminement, l'objectif est de déterminer, parmi un nombre indéterminé de participants, celui qui correspond le mieux aux exigences définies antérieurement pour le poste à pourvoir. Il est important de noter que la sélection professionnelle appartient aux sciences humaines. Au vu de cette information, elle est sujette à de nombreux biais, pouvant survenir aux différentes étapes du processus cité précédemment (Pohl & Klein, 2014).

Ces biais peuvent revêtir différentes natures. Toutefois, cette étude se concentre spécifiquement sur les biais liés à la formation d'impressions durant les différentes étapes du processus de sélection professionnelle. Ainsi, un chargé de sélection peut être influencé par diverses informations lui forgeant sa première impression (Pohl & Klein, 2014). Pour contrer les effets de ces biais, la législation belge a évolué au fil des années afin de rendre le processus plus équitable, donnant de ce fait, les mêmes chances à tous les candidats.

1.2.1. Les biais dans l'analyse des candidatures :

Lors de l'analyse d'un CV, le chargé de sélection fait involontairement intervenir les stéréotypes sociaux associés au groupe d'appartenance du candidat (Pohl & Klein, 2014). Le candidat pourrait donc être écarté de la sélection sur base d'informations personnelles telles que son âge, son genre, sa corpulence ou simplement son prénom. Toutes ces informations permettent de définir l'identité du candidat. Ces informations sont facilement observables au travers de la photo et des données démographiques inscrites. Cependant, certaines informations sont plus pertinentes pour l'évaluation d'une candidature. Dans l'optique de se concentrer sur les compétences du candidat, un guide de bonne pratique pour augmenter la qualité d'un CV et éviter toute discrimination a été créé par Gottlieb et al. (2021). Il explique que la présentation du

¹ CV = curriculum vitae qui est un document qui décrit le candidat en quelques mots et qui reprend ses informations personnelles, ses expériences et compétences utiles au poste à pourvoir.

document est importante, l'organisation et l'agencement des informations également (Gottlieb et al., 2021). Il est également conseillé d'adapter le CV et les informations et d'avoir un contenu exhaustif permettant de se faire une idée précise et relatives aux compétences du candidat. Ainsi, au travers de ces bonnes pratiques, le candidat devrait être moins discriminé lors de la lecture du CV.

Il est toutefois essentiel de souligner que ces biais dépendent de diverses variables, notamment les caractéristiques personnelles du recruteur², les qualifications du candidat, le poste à pourvoir, ainsi que le contexte socio-culturel de l'entretien et de l'entreprise (Pohl & Klein, 2014). Le jugement basé sur la première impression est particulièrement prédominant dans les situations de surcharge cognitive. Diverses études (Kruglanski & Freund, 1983 ; Macrae, Milne & Bodenhausen, 1994 ; Fiske & Neuberg, 1990, citées par Pohl & Klein, 2014) ont montré que l'émergence des stéréotypes dans une situation de surcharge cognitive facilite la catégorisation. Face à un grand nombre de stimuli à traiter simultanément, l'individu a tendance à catégoriser les éléments extérieurs pour simplifier sa prise de décision et avancer dans sa tâche (Leyens & Scaillet, 2018). Cette tendance peut avoir lieu lors du processus de sélection où le professionnel doit prendre en compte de nombreuses informations provenant de la candidature pour évaluer les compétences et la personnalité du candidat par rapport au poste à pourvoir.

Ainsi, l'utilisation de stéréotypes dans une situation de surcharge cognitive permet de créer des raccourcis cognitifs simplifiant l'analyse des stimuli. En fin de compte, les informations du CV pourraient conduire à l'identification d'un candidat à un groupe minoritaire aux yeux du recruteur (par exemple, un chômeur ou une personne d'un certain âge) et entraîner une catégorisation préjudiciable (Pohl & Klein, 2014). De même que la photo mise sur le CV pourrait amener le recruteur à catégoriser le participant et potentiellement biaiser l'entretien.

1.2.2. Les biais dans la création et passation des tests psychotechniques :

Dans la conception des tests psychotechniques, divers biais peuvent être présents, tels que l'utilisation de connaissances spécifiques ou la standardisation des questionnaires selon une perspective occidentale, ce qui peut réduire les chances des individus n'appartenant pas à cette culture (Pohl & Klein, 2014). D'autres biais peuvent découler des stéréotypes associés au groupe d'appartenance des individus minoritaires. En effet, la menace de stéréotype se réfère à la situation où un individu se sent menacé par la possibilité de confirmer un stéréotype lié à son groupe d'appartenance (Leyens & Scaillet, 2018). Dans ces situations, les individus peuvent

² Dans ce mémoire, recruteur et chargé de sélection sont utilisés comme des synonymes.

ajuster leur comportement pour se conformer aux attentes de la personne avec qui ils interagissent, ce qui crée un phénomène connu sous le nom de prophétie auto-réalisatrice. Il convient de noter que ce phénomène se manifeste davantage lorsque l'appartenance à un groupe stigmatisé est particulièrement saillante, notamment dans le contexte du processus de sélection où les candidats sont confrontés à des enjeux de performance (Pohl & Klein, 2014).

Lors d'un processus de sélection, un candidat peut être affecté par ce phénomène en réduisant volontairement ses performances dans un domaine que son groupe d'origine (endogroupe) est présumé ne pas maîtriser. Cette théorie soulève des interrogations quant à l'impact possible de la tenue vestimentaire gothique lors d'une évaluation dans le cadre d'un processus de sélection. L'existence de stéréotypes sur les participants gothiques peut induire une fausse idée sur les compétences réelles de ce groupe. En ce sens, nous vérifierons si cette théorie s'applique à notre population par l'intermédiaire de la méthode utilisée pour retranscrire les dires de nos participants.

1.2.3. Les biais durant la phase d'entretien :

Durant la phase d'entretien, les biais provenant de la première impression continuent de jouer un rôle crucial. Lorsque le chargé de sélection rencontre le candidat, une première impression se forme dès les premières minutes de l'interaction. Des recherches menées par Ash, Anderson, Fiske, Rosenberg et d'autres ont démontré les processus liés à cette formation d'impression ainsi que les risques potentiels qui en découlent (Leyens & Scaillet, 2018). Cette formation d'impression est rapide et nécessite une brève exposition au candidat, souvent de quelques secondes seulement (Leyens & Scaillet, 2018).

Le recruteur peut également être influencé par les stéréotypes associés au groupe d'appartenance du candidat. Si le candidat appartient à un groupe stigmatisé ou perçu comme moins compétent dans un domaine particulier, il risque d'être jugé plus négativement par rapport à un autre candidat pour qui la première impression est plus favorable. Ce phénomène peut conduire le recruteur à focaliser son attention sur les détails qui confirment son impression initiale, en négligeant les autres éléments qui pourraient contredire cette impression (Pohl & Klein, 2014 ; Leyens & Scaillet, 2018).

L'effet de Halo est un autre biais qui peut influencer l'évaluation lors de l'entretien. Il stipule que si le candidat présente une caractéristique positive dès le début de l'entretien, le recruteur peut être enclin à considérer toutes les autres informations avancées par le candidat comme positives, confirmant ainsi sa première impression d'un candidat « parfait ».

D'autres biais peuvent également surgir lors des entretiens. *L'effet de primauté* se traduit par une meilleure mémorisation des premières informations divulguées par le candidat, tandis que *l'effet de récence* indique que les dernières informations délivrées sont plus facilement mémorisées. Le *biais de cadrage* conduit à poser des questions qui valident les idées préconçues du recruteur, tandis que le *biais de similarité* favorise les candidats qui sont similaires au recruteur tout en étant un frein pour ceux qui sont différents.

En somme, de nombreux biais sont présents lors de cette phase cruciale de la sélection. Les informations communiquées par le candidat lors de l'entretien jouent un rôle essentiel dans la formation de la première impression du recruteur. Il est donc primordial de communiquer efficacement et de peser ses mots afin de délivrer le message souhaité. Dans la présentation d'un CV par exemple, des références à des informations relatives au mouvement gothique peuvent être discriminatoires si la photo utilisée reflète une apparence différente.

Cependant, les mots ne sont pas les seules données communiquées lors d'un entretien. En effet, le langage non verbal et le paraverbal (intonation, expressions faciales, etc.) jouent également un rôle dans la communication avec autrui (Hauser, 2023). Ces informations véhiculées par différents canaux sont également soumises à une évaluation indirecte de la part du recruteur.

Au cours de la phase d'entretien, la formation d'impression joue un rôle primordial pour faciliter la catégorisation du candidat, ce qui amènera l'individu gothique à être catégorisé selon les idées préconçues du chargé de sélection. En outre, son apparence physique peut influencer la décision de sélection. Nous développerons toutes ces informations dans les dernières sections de la partie théorie.

Intéressons-nous à présent à la formation d'impression et son impact en sélection professionnelle.

1.3. La formation d'impression :

1.3.1. Définition du concept :

Le terme *formation d'impression* fait référence à un processus psychologique permettant une évaluation rapide d'un inconnu comme décrit dans le livre « *Sommes-nous tous des psychologues* » rédigé par Leyens et Scaillet. (2018). Elle est également définie par Swider et al. (2022) comme un processus permettant d'évaluer différents indices propres à l'interlocuteur pour s'en créer une première idée. Ce concept a été longuement étudié dans le domaine de la psychologie sociale et les résultats démontrent que les informations initialement perçues influencent la création de relations (Swider et al., 2022).

Le processus de formation d'impression est une réponse automatique suite à l'apparition d'un nouveau stimulus. Celui-ci amène l'individu à catégoriser ce nouveau stimulus de manière à simplifier la lecture de son environnement. Selon Ash (1946) (cité dans Leyens et Scaillet, 2018), « *La perception d'un individu est plus complexe que la perception des autres objets* ». Celui-ci a d'ailleurs démontré qu'au travers de la formation d'impression, il est possible de se créer une impression d'un inconnu seulement avec un nombre restreint d'informations (Harris et Fiske, 2006 ; Leyens & Scaillet, 2018). En effet, avant même d'interagir avec un inconnu, différents mécanismes sont en cours³. Lors de la rédaction, nous avons décidé de nous centrer sur l'utilisation des préjugés et des stéréotypes dans la formation d'impression, la catégorisation décrite par Susan Fiske et les théories implicites qui influencent tout le processus de formation d'impression.

Afin de rentrer dans le vif du sujet, nous prendrons comme fil conducteur une situation de sélection professionnelle où un candidat et un chargé de sélection se rencontrent pour la première fois. Penchons-nous sur la définition d'un stéréotype et son impact en sélection professionnelle.

1.3.2. La formation d'impression, les préjugés et les stéréotypes :

Dans le langage commun, le terme préjugé est utilisé comme un synonyme de stéréotype alors que la différence entre les deux est fine et complexe. Ces deux phénomènes sont utilisés de manière inconsciente lors de la première rencontre avec un inconnu et permettent de faciliter la formation d'impression. Le stéréotype est décrit comme étant « l'ensemble de croyances d'un individu relatives aux caractéristiques ou aux attributs d'un groupe » (Légal & Delouée, 2015). Dans cette définition, nous constatons que si la cible est perçue comme appartenant à un groupe, toutes les croyances relatives à ce groupe seront activées (Légal & Delouée, 2015 ; Strinić et al., 2021).

Le préjugé quant à lui est défini comme « *un jugement à priori, une opinion préconçue relative à un groupe donné de personnes ou à une catégorie sociale* » (Légal & Delouée, 2015). Les préjugés sont généralement perçus comme un trait négatif alors que ces traits peuvent également avoir un sens positif (Légal & Delouée, 2015). Tous les individus appartenant à un groupe peuvent être confrontés à des préjugés. Il en existe pour toutes les

³ Il est important de noter que ces mécanismes de nature inconsciente, sont présents lors d'une rencontre. La sélection professionnelle sera donc également teintée par ces éléments, ce qui peut amener certains biais dans le jugement du recruteur si celui-ci n'est pas conscient des processus déployés par chaque partie.

catégories d'individus appartenant à un groupe minoritaire (Légal & Delouée, 2015). Le tableau qui suit différencie les stéréotypes des préjugés selon l'article de Légal et Delouée (2015).

Tableau 1.2 : Différenciation des termes stéréotypes et préjugés selon l'article de Légal et Delouée, 2015.

	Stéréotypes	Préjugés
Caractéristiques	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Sont des idées consensuelles (socialement partagées) ;</i> - <i>Sont rigides, ils résistent à la preuve du contraire ;</i> - <i>Sont des généralisations excessives ;</i> - <i>Sont faux ou mal fondés.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Dimension affective : attirance ou répulsion envers le groupe d'appartenance de l'individu évalué ; - Dimension cognitive : influence des croyances et stéréotypes relatifs à ce groupe ; - Dimension motivationnelle : tendance à agir d'une certaine façon envers un groupe spécifique.
Conséquences	Ils façonnent la perception du monde.	Ils guident l'action basée sur la première impression.
Niveau individuel	Stéréotypisation : « <i>appliquer un jugement qui les rend interchangeables avec les autres membres de leur catégorie</i> ».	Utiliser les jugements relatifs au groupe d'appartenance de la personne cible afin de se faire une première idée.
Véracité	Théories naïves Il peut y avoir un fond de vérité dans les stéréotypes tout en ayant un socle erroné transmis socialement.	Théories naïves : Il peut y avoir un fond de vérité sans pour autant comprendre les nuances apportées.

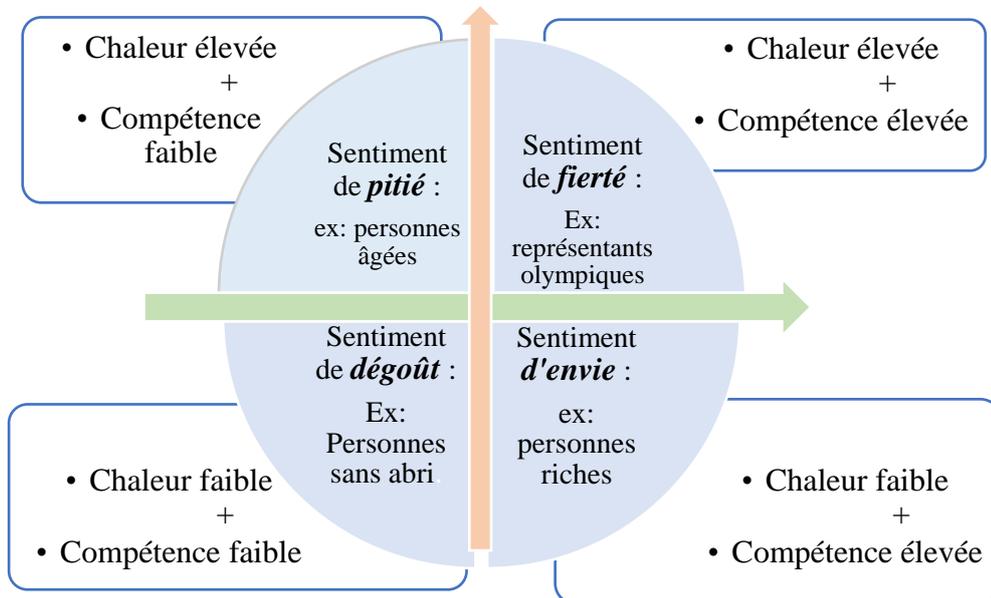
Etant donné que ces mécanismes ne sont pas toujours conscients (Polh & Klein, 2014 ; Strinić et al., 2021), nous y sommes confrontés lors dans diverses situations de rencontre avec un inconnu, comme la sélection (Leyens & Scaillet, 2018). Ainsi, nous comprenons que ce processus entre en ligne de compte lors de la procédure de sélection professionnelle. Cependant, avant de vérifier leur impact dans ce contexte, développons la catégorisation relative au *modèle de contenu des stéréotypes (SCM)*.

1.3.3. La formation d'impression et la catégorisation (SCM)

Pour rappel, la formation d'impression se crée au travers d'une analyse instantanée et rapide qui conduit à la catégorisation de la cible (Leyens & Scaillet, 2018). Cette évaluation se

fait dans les premiers instants de la rencontre et les premières informations⁴ perçues au sujet de la cible (la personne évaluée) ont une influence prépondérante dans la formation d'impression et de ce fait dans la catégorisation de celle-ci (Ash, 1946 cité dans Leyens & Scaillet, 2018 ; Harris & Fiske, 2006). Les travaux sur la catégorisation ont démontré que les humains jugent un inconnu selon sa chaleur et sa compétence (Fiske et al., 2007). La figure 1.1. représente la catégorisation selon les deux axes *chaleur et compétence* (Harris et Fiske, 2007). Il est à noter que ces deux processus (catégorisation et formation d'impression) s'influencent mutuellement : la première impression se crée au travers de différents processus implicites tels que l'utilisation des théories implicites, des stéréotypes ou encore des préjugés (Leyens & Scaillet, 2018 ; Harris & Fiske, 2006, Strinić et al., 2021).

Figure 1.1. SCM : Modèle de contenu des stéréotypes de Fiske décrit dans Harris et Fiske (2006).



Comme décrit dans la figure ci-dessus, à chaque cadran correspond une émotion ressentie lors de l'évaluation de la personne-cible (Harris & Fiske, 2006). En revanche, les théories implicites jouent un rôle important dans la catégorisation (Fiske et al., 2007). Lorsqu'un individu est évalué par un trait qui le caractérise, il est aisé d'inférer d'autres traits qui sont implicitement liés au précédent (Leyens & Scaillet, 2018). Par exemple, Leyens et Scaillet. (2018) expliquent que si un individu est perçu comme généreux, alors un autre trait de personnalité qui lui est lié sera chaleureux ou encore sympathique. Cela permet de simplifier l'environnement qui entoure l'évaluateur et, de ce fait, de faciliter les interactions sociales. Ces théories implicites sont d'ailleurs appréhendées de manière directe (expérience vécue) et

⁴ Cela fait référence à l'effet de primauté qui consiste à davantage se souvenir des premières informations perçues d'une cible.

indirecte (conseils de l'entourage, la culture, les histoires et les dessins animés) (Leyens & Scaillet, 2018). Ainsi, la personnalité, les expériences de vie et l'environnement influencent la manière dont un individu sera évalué car cela implique l'utilisation des théories implicites de l'évaluateur (Fiske et al., 2007 ; Leyens & Scaillet, 2018). Les théories implicites figent donc les caractéristiques d'un individu afin de faciliter sa catégorisation et répondre aux idées stéréotypées du groupe d'appartenance (Strinić et al., 2021). Un trait apparaît donc comme étant immuable à l'individu qui le porte ; les utiliser pourrait induire une impression erronée de la cible, ce qui demanderait une nouvelle évaluation.

En résumé, le SCM offre un cadre pour comprendre comment les stéréotypes sont formés et comment ils influencent les interactions sociales, en mettant l'accent sur les dimensions de chaleur et de compétence (Strinić et al., 2021).

La section qui suit se penche sur l'impact des stéréotypes et du SCM dans le milieu du travail et la sélection professionnelle.

1.3.4. La formation d'impression en sélection professionnelle :

Avant tout, il est important de rappeler que la sélection professionnelle fait partie des sciences humaines et nécessite donc certaines qualités chez le chargé de sélection telles que l'utilisation d'outils permettant de donner à tous des chances identiques comme, par exemple, créer une trame d'entretien semi-structurée et vérifier la validité et la fidélité des tests psychotechniques utilisés (Pohl & Klein, 2014 ; Prickett et al., 2000). Il est démontré que la première impression influence le processus de sélection lors des entretiens d'embauche (Prickett et al., 2000). Au travers de l'article de Gottlieb et al., (2021), nous constatons que la formation d'impression peut également survenir lors de la lecture d'un CV : soigner la mise en page permet d'acquérir une meilleure impression du candidat. Il en va de même lorsque celui-ci spécifie ses qualifications et expériences en fonction des compétences attendues pour le poste (Gottlieb et al., 2021).

Dans leur étude en 2014, Fiske et Dupree ont démontré que la chaleur et la compétence perçue peuvent également s'appliquer aux personnes travaillant dans certaines catégories d'emplois. Strinić et al., (2021) conclut également que la chaleur et la compétence sont les deux axes sur lesquels les membres d'une fonction de travail sont évalués. Par exemple, les professeurs, de manière générale, sont perçus comme des personnes dites compétentes et chaleureuses (Strinić et al., 2021).

Le tableau 1.3 reprend les différentes caractéristiques évaluées derrière la dimension de chaleur et celle de compétence.

Tableau 1.3. Caractéristiques évaluées sous les termes « chaleur » et « compétence » (Strinić et al., 2021 ; Fiske et al., 2007).

	Chaleur	Compétence
Caractéristiques :	<ul style="list-style-type: none"> • Bienveillance ; • Amabilité ; • Intention positive 	<ul style="list-style-type: none"> • Intelligence ; • Efficacité ; • Habilité
Perception :	Amicaux et dignes de confiance	Capables et performants

Au travers de ce tableau nous comprenons que chaque dimension fait référence à différentes caractéristiques en leur sein. Si la perception de ces caractéristiques est favorable, elle induira une image positive de l'individu qui les possède. Ainsi, nous pourrions penser qu'en sélection professionnelle, il est nécessaire, pour chaque candidat, d'obtenir un score élevé dans les deux dimensions. Cependant, la réalité est davantage nuancée : tout d'abord, le sentiment de crédibilité est la perception qu'un individu (ou un groupe) est fiable. Notons que ce sentiment est essentiel pour communiquer et faire passer un message pour que son interlocuteur l'accepte (Fiske & Dupree, 2014). Le sentiment de crédibilité apparaît chez le chargé de sélection au travers de deux composantes essentielles : l'expertise et la confiance envers le candidat (Fiske & Dupree, 2014 ; Strinić et al., 2021). L'expertise fait référence aux connaissances et capacités du candidat à fournir des informations exactes et précises sur son contenu de travail alors que la confiance fait référence au degré de sincérité perçu dans son discours (Fiske & Dupree, 2014). Enfin, ces deux composantes sont reliées aux dimensions de compétence et de chaleur. La compétence (capacité de mettre en pratique des connaissances de manière efficace) englobe l'expertise alors que la chaleur (individu chaleureux) permet de faciliter la confiance envers le discours du candidat (Fiske & Dupree, 2014 ; Strinić et al., 2021). Ainsi, pour paraître crédible aux yeux de notre interlocuteur (le chargé de sélection), il est nécessaire de paraître compétent et fiable à ses yeux.

En outre, il est démontré que, lors d'un entretien d'évaluation des compétences, la représentation que se fait le chargé de sélection du candidat, créée dans les premières secondes, reste similaire à l'impression finale (Prickett et al., 2000). En outre, se forger une première impression sur un individu influence notre focalisation d'attention, validant ainsi les premières impressions, ce qui amène le chargé de sélection à orienter son attention vers ce qu'il pense du candidat afin de confirmer ses hypothèses (Prickett et al., 2000). Ainsi, si le chargé de sélection perçoit un candidat comme compétent mais froid (donc peu fiable) celui-ci risque d'être perçu sous cet angle durant l'entièreté du processus de sélection. Bien entendu, les chargés de

sélection doivent suivre un protocole strict et sont soumis à des lois pour éviter tout type de transgression et laisser des chances égales à tous les candidats. Cependant, étant donné que cette impression se forme automatiquement en fonction des caractéristiques du recruteur, du groupe auquel il s'identifie et de l'influence des stéréotypes, il est parfois compliqué d'anticiper cette discrimination (Fanning et al., 2021 ; Prickett et al., 2000).

L'impact des stéréotypes est une cause importante de la formation d'impression en sélection professionnelle (Fanning et al., 2021 ; Deng et al., 2020). Deng et al. (2020), ont trouvé qu'en sélection professionnelle, la discrimination (au travers de l'apparence physique) dépend des goûts de l'individu. Ce phénomène est également alimenté par les stéréotypes et biais culturels (Deng et al., 2020 ; Fanning et al., 2021). Ainsi, des personnes perçues comme plus belles sont souvent considérées comme plus intelligentes ou plus compétentes, ce qui peut influencer les décisions des employeurs de manière inconsciente, ce qui souligne l'impact des théories implicites (Leyens & Scaillet, 2018 ; Deng et al., 2020).

La formation d'impression est influencée par le groupe d'appartenance. Il est démontré que les individus font plus confiance aux personnes qui appartiennent à leur groupe social (Fiske & Dupree, 2014). Les individus possédant des caractéristiques similaires à l'évaluateur seront perçus comme partageant des objectifs et valeurs en commun (Fiske & Dupree, 2014). Ces auteurs ajoutent d'ailleurs que le second élément permettant de gagner en crédibilité est la confiance envers les propos tenus, qui est une stratégie d'adaptation permettant de s'entendre avec son groupe d'appartenance (Fiske & Dupree, 2014). En fait, l'identité de groupe se forme au travers de caractéristiques communes telles que la couleur de peau, le genre, les goûts personnels, un attrait pour une activité, etc. (Cassoria et al., 2020). De plus, l'impact de l'identité de groupe en sélection professionnelle existe de manière significative : sans prendre en considération la compétence ou l'honnêteté des travailleurs, les chargés de sélection ont tendance à favoriser les candidats partageant leur identité de groupe, surtout si celle-ci est fixe, par exemple le genre (Cassoria et al., 2020).

Certes une identité de groupe est fixe et fonction des caractéristiques et goûts personnels. Cependant, une personne peut partager un grand nombre d'identités de groupe selon les individus avec qui il communique (Banks et al., 2015 ; Cassoria et al., 2020). En effet, l'identité de groupe mise en avant dans un contexte est fonction du type d'interaction et des caractéristiques de l'interlocuteur (Banks et al., 2015) ou encore des situations dans lesquelles l'individu se trouve (Cassoria et al., 2020). Ce phénomène est d'ailleurs sous-tendu par différentes sources de motivations : l'appartenance sociale, l'altruisme et la solidarité envers les personnes qui lui ressemblent, la construction de sa propre identité et sa valorisation, la

facilitation des interactions sociales (réduire l'incertitude) et une stratégie d'adaptation au contexte (Cassoria et al., 2020).

La discrimination de l'exogroupe est basée sur les goûts (Cassoria et al., 2020 ; Leyens & Scaillet, 2018). Elle découle d'une préférence personnelle pour les membres du groupe (endogroupe) et induit un rejet des personnes hors du groupe (exogroupe). En revanche, modifier l'identité d'une personne de l'endogroupe diminue la confiance envers celle-ci car elle ne met plus en avant les similitudes avec ses pairs (Cassoria et al., 2020 ; Banks et al., 2015). En ce sens, si un candidat modifie son identité de groupe durant l'entretien avec le recruteur, alors le lien créé au travers des caractéristiques partagées diminue, induisant une diminution de la confiance accordée au candidat (Cassoria et al., 2020). Cependant, un candidat montrant une appartenance à un autre groupe ne recevra pas pour autant plus de discrimination (Cassoria et al., 2020).

En définitive, l'identité de groupe est aussi un facteur facilitant la formation d'impression. Bien que la place de la formation d'impression soit prépondérante dans des situations de surcharge mentale telles que la sélection professionnelle (Pohl & Klein, 2014 ; Fiske et al., 2007 ; Fiske & Dupree, 2014 ; Strinić et al., 2021), le recruteur devrait rester naïf de ses propres représentations du mouvement gothique et découvrir la personne et son potentiel au fil de l'entrevue au lieu de se fier aux représentations mentales liées à ce groupe. Nous comprenons que les idées préconçues aident à la formation d'impression, mais que l'apparence physique joue également un rôle. Etant donné que notre population de recherche (les individus gothiques) possède une esthétique particulière, intéressons-nous plus spécifiquement à la tenue vestimentaire, qui est une composante de l'apparence physique.

1.4. L'apparence physique : l'impact des vêtements :

De manière générale, vêtement, tenue vestimentaire et style vestimentaire sont des termes qui portent facilement à confusion. Dans cette section, nous nous centrerons sur la définition et la délimitation de chacun de ces concepts. Afin de cerner ces différents concepts théoriques, nous décrirons dans un premier temps les fonctions d'un vêtement et celles d'une tenue vestimentaire. Ensuite, nous nous attarderons sur le concept de style vestimentaire et sur l'impact que celui-ci peut avoir dans un processus de sélection professionnelle.

1.4.1. Le vêtement (clothing) et l'habillement (dress) :

Selon l'article de Gilligan (2023), il existe deux théories opposées pour comprendre la fonction première d'un vêtement : la vision des sciences physiques et la vision artistique des sciences humaines. Ces deux visions correspondent aux termes de vêtement et d'habillement

qui sont respectivement décrits par les termes « *clothing* » et « *dress* ». L’auteur insiste sur l’absence de consensus relatif à l’utilité première d’un vêtement. En effet, soit le vêtement est perçu comme une protection contre les intempéries (*clothing*), soit il est perçu comme un moyen d’embellir le corps et de s’exprimer (*dress*) (Gilligan, 2023). Bien que ces deux termes soient quotidiennement utilisés comme synonymes dans la langue anglaise, il est important de les différencier afin de comprendre les fonctions associées. Le tableau ci-dessous reprend les caractéristiques qui différencient les deux termes selon l’article de (Gilligan, 2023).

Tableau 1.4. : différenciation « *clothing* » et « *dress* » selon Gilligan (2023)

	« <i>Clothing</i> »	« <i>Dress</i> »
Vision	Sciences physiques : <ul style="list-style-type: none"> • Protection contre les intempéries • Conservation de la chaleur corporelle • Moyen de se couvrir 	Sciences humaines : <ul style="list-style-type: none"> • Moyen d’expression • S’habiller en fonction de l’occasion • Phénomène social • Vecteur de communication • Sublimation du corps

Cependant, les mots *dress* et *clothing* dans la littérature scientifique anglaise n’ont pas qu’une seule signification. Ils peuvent aussi désigner un terme plus général : celui de tenue vestimentaire et de style vestimentaire. Il est important de retenir que les explications précédentes permettent de distinguer les deux concepts suivants qui décrivent avec plus de précision l’esthétique gothique de notre population cible.

1.4.2. Tenue vestimentaire (outfit or clothing) et style vestimentaire (dress, look or style) :

Reprenons brièvement notre définition du vêtement tirée du Larousse : la seconde partie de cette définition le décrit comme « *une pièce de l’habillement* ». Toujours selon le Larousse, l’habillement signifie « *Façon, manière de s’habiller ; ensemble des vêtements dont on est vêtu : les différentes pièces de l’habillement militaire* », en d’autres termes, c’est la façon de créer une tenue à partir de vêtements dans une situation donnée. Cela démontre qu’il existe un terme plus large qui englobe la manière dont un individu associe ses vêtements : la tenue vestimentaire qui est définie comme « *l’ensemble de vêtements propres à une profession, à une activité, à une circonstance : Tenue de soirée* ». En anglais, les termes *clothing* et *dress* sont souvent utilisés comme synonymes. En effet, le terme « tenue vestimentaire » peut être traduit par « *dress* », « *clothing* » et plus rarement « *dress code* ». Il en va de même pour le style vestimentaire : les

termes « *dress (style)* » et « *clothing (style)* » sont le plus fréquemment utilisés suivi du terme « *look* » (qui englobe généralement toute l'apparence physique). Bien entendu, le terme « tenue » ne se cantonne pas simplement à une apparence vestimentaire. Il fait également référence à une action (ex : tenir une corde), ce qui démontre qu'une tenue est également une expression corporelle. Il est important de souligner que la tenue (sous toutes ses formes) est modifiée chez un même individu en fonction du contexte et des normes en vigueur. Ainsi, la tenue corporelle et la tenue vestimentaire font partie des composantes non verbales qui permettent de recueillir de l'information sur l'apparence physique d'un individu, sur ses préférences, ses goûts, etc. (Saravanan, 2015). De ce fait, la tenue fait partie intégrante du style vestimentaire qui est, quant à lui, une manifestation des goûts personnels.

Le style est selon le Larousse, une forme de langage fonctionnel qui permet l'expression de soi. Il est défini comme « *une manière d'agir, de parler, mais aussi comme une apparence (d'un objet ou d'une personne)* », c'est-à-dire qu'il peut regrouper des caractéristiques physiques et non verbales donnant des informations sur son porteur (Badaoui et al., 2015). En outre, il comporte bien plus de composantes que le simple port de vêtements. En effet, le style vestimentaire se manifeste également par la manière de se coiffer, de se maquiller, les accessoires portés (bijoux, couvre-chefs, sac, piercings et tatouages, ...) ou encore le choix des couleurs dans les tenues (Naumann et al., 2009 ; Badaoui, 2015 ; Ter Bogt et al., 2020). Badaoui et al. (2015) ajoutent que le style peut également être utilisé pour « cataloguer » un stimulus (humain ou non) en soulignant son appartenance à une catégorie. Par exemple, des individus portant des vêtements ayant des caractéristiques similaires dans leur tenue peuvent être regroupés sous un même style, même s'ils portent des tenues différentes (Marion, 2003 cité dans Badaoui et al., 2015).

En revanche, appartenir au style gothique nécessite de s'identifier à celui-ci. Cela fait davantage référence à l'attrait pour la globalité du mouvement comme décrit dans la première section (attrait pour le style, littérature, musique, art, valeurs, ...) (Badaoui et al., 2015 ; Ter Bogt et al., 2020). De manière générale, les styles atypiques (Rockers, mods, teddy boys, hippies, punk, gothiques, etc.) se créent leur identité au travers de leur groupe d'appartenance mais également au travers du style arboré (Guern, 2010 ; Badaoui et al., 2015). En outre, le style vestimentaire peut également être perçu comme un moyen de catégoriser son porteur. Cela voudrait dire que la manière dont un individu est habillé suscite un jugement de la part d'autrui, permettant de classer l'individu sous une catégorie bien spécifique (Leyens et Scaillet, 2018).

En ce sens, la tenue vestimentaire constitue un moyen de communication sociale que tout un chacun utilise, de manière intentionnelle ou non, lors d'interactions sociales (Naumann

et al., 2009). Les vêtements, instantanément, donnent des indices sur leur porteur. Prenons l'exemple d'un gothique qui arbore une tenue sombre comportant une longue robe noire en tulle avec un maquillage rendant le teint blanc. Cette brève description renvoie à une image peu conforme à la norme, rendant de ce fait son porteur une cible facile de préjugés et de stéréotypes liés à son apparence physique (Bowes et al., 2015). En somme, si la tenue vestimentaire est un habillement situationnel (Gilligan, 2023) alors, le style vestimentaire englobe la tenue vestimentaire car elle décrit un style que la personne adopte dans la majorité de ses tenues. En ce sens, un individu gothique est reconnu comme étant gothique grâce à son style vestimentaire qui comporte des éléments distinctifs au sein même d'une tenue (Ter Bogt et al., 2020 ; Young et al., 2014). En outre, il n'est pas nécessaire d'appartenir à un style vestimentaire pour aimer le porter, mais une influence sociale pourra pousser à l'adopter (Guern, 2010 ; Saravanan, 2015).

Nous avons vu que la formation d'impression se crée non seulement au travers de stéréotypes mais également au travers de la communication et que l'habillement (dress) peut être perçu comme un phénomène social étant donné qu'il apparaît comme une norme contextuelle (Gilligan, 2023). L'apparence physique adoptée par un individu donnerait donc des informations significatives pour se créer une représentation rapide de ce dernier (Deng et al., 2020). En outre, le père de la psychanalyse, Freud, décrit le vêtement comme un moyen d'éviter la gêne occasionnée à la vue d'un corps nu (Freud, cité par Gilligan, 2023). Cependant, l'élément le plus important à retenir des écrits de Freud quant aux vêtements, est le terme « *sublimation* ». En effet, il définit celle-ci comme « *La dissimulation progressive du corps qui accompagne la civilisation* ». Les vêtements sont donc un compromis entre le désir de montrer son corps et celui de le couvrir. Une tension sous-jacente apparaît donc : le désir de créer une forme attirante visuellement (Gilligan, 2023). Ainsi, les pulsions sexuelles sont détournées du simple corps pour s'intéresser à l'art que crée le mélange des vêtements avec l'apparence de l'individu (Gilligan, 2023). Cela démontre que la sublimation est un art individuel, permettant à tout un chacun d'exprimer sa personnalité ou de ressentir de la gêne en se montrant nu (Gilligan, 2023). Ceci est lié au fait que la tenue vestimentaire fait partie des « static cues » (Naumann et al., 2009). En effet, les indices non verbaux sont classés en deux grandes catégories : les « static cues⁵ » et les « dynamic cues⁶ ». La première catégorie renvoie aux informations non verbales véhiculées par des indices corporels stables, c'est-à-dire qui restent identiques pendant toute la durée de l'interaction (Naumann et al., 2009). Ils comprennent, entre

⁵ Static cues = indices qui ne changent pas (indices statiques)

⁶ Dynamic cues = indices mouvants

autres, l'apparence physique, la taille et le style vestimentaire. La seconde catégorie fait référence aux informations non verbales qui peuvent être modifiées lors d'une même interactions telles que l'expression faciale, la posture ou encore les mouvements du corps (Naumann et al.,2009). Ces informations sont mouvantes en fonction de l'évolution de l'interaction sociale.

La tenue vestimentaire est donc une composante non verbale statique qui offre des informations stables lors d'une rencontre (Naumann et al., 2009). Son rôle dans les interactions sociales apparaît non négligeable et influence la formation d'impression (Gilligan, 2023 ; Naumann et al., 2009). Nous comprenons que même si le vêtement a une fonction principalement axée sur la protection du corps, la tenue vestimentaire fait intervenir un grand nombre de concepts relatifs à la psychologie sociale, comme la formation d'impression, la communication d'informations personnelles (goûts), la sublimation du corps ou encore l'appartenance à un groupe (Gilligan, 2023).

Ainsi, une personne gothique inscrite en sélection professionnelle communique ces deux sources d'informations. Les « *static cues* » font références aux caractéristiques propres à l'individu gothique, c'est-à-dire sa coupe de cheveux, sa taille, son poids, la forme de son visage mais aussi les vêtements portés et la sous-culture du mouvement gothique qui est représentée (Naumann et al., 2009). En outre, les « *dynamics cues* » seront également utilisés pour faire passer un message lors des interactions en sélection professionnelle. En effet, l'expression faciale, la posture ou encore la gestuelle du participant peuvent être modifiées en fonction des émotions ressenties (Deng et al., 2020 ; Naumann et al., 2009). Le choix de porter des vêtements gothiques est aussi un moyen communicationnel utilisé comme moyen d'identification rapide au groupe (Ter Bogt et al., 2020 ; Young et al., 2014). Le recruteur doit donc être attentif à sa propre pensée et à ses idées préconçues sur le mouvement gothique, afin d'éviter toute catégorisation rapide du candidat.

En conclusion, une tenue vestimentaire est donc spécifique à un contexte alors que le style vestimentaire est davantage lié aux valeurs et aux informations que l'individu souhaite véhiculer à son sujet. Etant donné que la tenue vestimentaire est indissociable de l'image renvoyée par l'entièreté du corps, regardons ce qu'explique la littérature à propos de l'apparence physique en sélection professionnelle.

1.4.3. L'apparence physique en sélection professionnelle :

Il a été démontré qu'en sélection professionnelle, l'apparence physique joue un rôle dans la prise de décision du chargé de sélection (Chiang & Saw, 2018; Deng et al., 2020 ; Sarwar et

al., 2021). L'étude de Sarwar et al, (2021) s'est intéressée à l'opinion des chargés de sélection quant à l'impact de l'apparence physique dans leur métier. Ceux-ci soulignent son importance dans le processus. L'apparence physique est souvent perçue comme un indicateur de compétences non verbales (Naumann et al., 2009 ; Sawar et al., 2021). Elle donne entre autres des informations sur les capacités de communication du candidat ainsi que son degré de confiance en lui et en ses compétences. Ainsi, un recruteur percevant un candidat attractif, détectera plus de potentiel chez lui comparativement à un candidat perçu moins attractif (Sarwar et al., 2021).

En outre, l'apparence physique entraîne des opportunités d'entretien inégales entre les candidats : indépendamment des qualifications ou expériences d'un candidat, au plus un celui-ci est perçu attractif par le chargé de sélection, au plus il a de chances d'être sélectionné pour effectuer un entretien, indépendamment de ses qualifications ou expériences (Deng et al., 2020). Etant donné que l'apparence physique donne des outils pour se créer une idée de l'individu en face, Deng et al. (2020) ont démontré qu'une apparence physique attrayante peut être associée à des traits positifs tels que la compétence, la sociabilité ou la capacité à interagir avec la clientèle (Deng et al., 2020). En ce sens, ces candidats pourraient recevoir un traitement de faveur car la perception d'une apparence physique attrayante est associée à plus de productivité et d'efficacité dans le travail (Deng et al., 2020 ; Sarwar et al., 2021).

Cette discrimination formée sur l'apparence physique est appelée « lookisme ». Le lookisme, tout comme l'âgisme, le sexisme, le racisme, est une forme de discrimination qui se produit sur base d'informations visuelles perçues par autrui. Nous constatons que la racine du mot est *look* qui fait référence au choix d'une tenue vestimentaire associée avec les caractéristiques physiques chez un même individu (Badaoui et al., 2015 ; Naumann et al., 2009). Le « *look* » est un mot anglais qui peut être traduit en français par « *apparence* ». Le look fait référence aux caractéristiques non verbales et aux caractéristiques physiques d'un individu (Naumann et al., 2009). En d'autres termes, les informations traitées sont de l'ordre de l'apparence physique faisant référence aux caractéristiques propres de l'individu (la forme de son visage, sa taille, son poids, sa morphologie, ...) mais proviennent également du style vestimentaire c'est-à-dire les « *static cues* » de l'étude de Naumann et al. (2009).

En outre, l'étude de Warhurst et al., (2009) tente de comprendre l'importance qu'accordent les employeurs à l'apparence de leurs employés. Il est ressorti que 93% d'entre eux accordent de l'importance à l'apparence de leurs employés. 90% décrivent l'apparence comme étant un critère important dans le recrutement. En outre, Cavico, (2012) explique que la société actuelle accorde une importance forte à l'apparence d'un individu. Cette place est

devenue encore plus importante depuis plusieurs années. L'apparence physique est régulièrement prise en considération dans la prise de décision de sélection (Cavico, 2012) ; Spiegel, 2022). L'article de Spiegel, (2022) affirme que le lookisme crée une forme d'injustice au travail. Il ajoute même que celle-ci est devenue une injustice sociale. Il a été démontré que le manque d'attractivité perçue chez un individu peut jouer en sa défaveur (Deng, 2020 ; Cavico, 2012 ; Sarwar et al., 2021). A compétences égales avec une personne perçue comme attractive, il recevra un salaire moins élevé et ses performances seront évaluées comme étant moins bonnes (Spiegel, 2022). Cependant, comparativement à la discrimination basée sur des critères objectifs (genre, couleur de peau, âge) il est difficile de recenser la discrimination sur l'apparence physique car il est difficile d'établir des critères objectifs pour l'évaluer (Deng et al., 2020).

Bien que cette section démontre que la discrimination sur base de l'apparence physique existe, il est important de noter que le chargé de sélection est soumis à un certain nombre de lois créées pour favoriser l'égalité des chances de chaque participant. La section suivante s'intéresse à ces lois et aux mesures antidiscriminatoires.

1.4.4. Les lois belges pour contrer les biais en sélection professionnelle :

Au travers des sections précédentes, nous avons découvert que la formation d'impression peut être influencée par les stéréotypes des chargés de sélection mais également par l'apparence physique du candidat. Ainsi, lors de sélections professionnelles, plusieurs formes de discriminations sont à envisager (Warhurst et al., 2009). Les discriminations dites acceptables sont celles qui permettent de différencier les candidats compétents pour le poste de ceux qui le sont moins (Warhurst et al., 2009), alors que les discriminations telles que le lookisme, le sexisme, l'âgisme, ... ne sont pas autorisées. Ainsi, il est autorisé de discriminer une personne au travers du niveau d'étude exigé pour le poste, des qualifications attendues ou encore des expériences probantes pour le travail à accomplir. Ces informations reposent sur des compétences et non sur des goûts personnels comme l'âge du candidat, son genre, son orientation sexuelle ou encore sa tenue vestimentaire (Warhurst et al., 2009).

Divers sites populaires ([Medium](#), [lalanguefrançaise](#), [Eveprogramme](#)) décrivent l'apparence physique comme un indicateur de la valeur d'une personne, créant, de ce fait, le phénomène de lookisme. Ils poursuivent en décrivant ce processus comme étant une attitude discriminatoire envers l'apparence vestimentaire d'un individu. Comme les différents articles scientifiques le suggèrent, ainsi que la littérature populaire, le lookisme est davantage présent dans un contexte professionnel (Warhurst et al., 2009, Spiegel, 2022, [lalanguefrançaise](#)). Voici donc les lois créées à cet effet pour tenter de garantir l'égalité des chances de nos candidats.

Les lois écrites pour l'égalité des chances en sélection professionnelle interdisent tout acte de discrimination (directe ou non) sur base d'informations personnelles. Elles ne peuvent être utilisées pour apprécier les compétences des différents candidats (emploi Belgique). Il est donc formellement interdit de refuser une candidature pour un poste sur base de l'âge du candidat, de son origine, de son orientation sexuelle, de son handicap et également de son apparence physique. Cette législation anti-discrimination a vu le jour au travers de deux textes de lois :

- La loi du 10 mai 2007 : lutte contre certaines formes de discrimination ;
- La loi du 30 juillet 1985 : réprimer des actes inspirés par le racisme et la xénophobie (emploi Belgique).

D'autres textes de lois démontrent également le caractère déterminant de l'égalité des chances dans le processus de sélection professionnelle. Dans la constitution belge, plusieurs articles de lois insistent sur la liberté d'action ainsi que sur l'endiguement de la discrimination. Les différents articles ci-dessous, développent cette information :

- Art. 10 : « *Les belges sont égaux devant la loi ; ...* » « *L'égalité des femmes et des hommes est garantie* »
- Art. 11 : « *La jouissance des droits et libertés reconnus aux Belges doit être assurée sans discrimination. A cette fin, la loi et le décret garantissent notamment les droits et libertés des minorités idéologiques et philosophiques* ».

Afin de viser un degré nul de discrimination lors de processus de sélection, la Convention collective de travail numéro 38 (CCT-038) recense les pratiques à adopter :

- Article 2 bis : « *L'employeur est tenu de respecter à l'égard des candidats le principe de l'égalité de traitement tel que visé par la convention collective de travail n°95 du 10 octobre 2008 concernant l'égalité de traitement durant toutes les phases de la relation de travail* » ;
- Il existe des règles de conduite décrites en annexes de la CCT- 038 qu'il faut suivre pour la réalisation d'une sélection professionnelle (article 7) : De manière générale, les directives en matière de non-discrimination en sélection professionnelle exigent une égalité des chances quant à l'obtention de la fonction à pourvoir. Le tableau ci-dessous reprend un résumé du « *code de conduite en matière de recrutement et de sélection décrit en annexe de la CCT-038* ».

Tableau 1.5. Code de conduite en matière de recrutement et de sélection (CCT-038)

Synthèse du code de conduite en matière de recrutement (CCT-038)	
	<ul style="list-style-type: none"> • Chaque candidat est traité de manière identique ; • Vérifier que les canaux de recrutement procurent des chances identiques à toute personne souhaitant postuler ; • Les questions posées doivent tourner autour des notions relatives aux compétences de la fonction à pourvoir ; • La décision doit être prise sur base d'exigences fonctionnelles⁷ ; • Les questions tournent autour des compétences et expériences ; • Les tests utilisés doivent être fidèles et valides et donc représenter le potentiel du candidat pour la/les tâche(s) à effectuer ; • Seules les données pertinentes à l'aptitude du candidat à remplir la fonction pourvue peuvent être divulguées ; • Toutes les informations pouvant discriminer un candidat ne peuvent pas être enregistrées dans le processus de sélection.

En définitive, il est demandé à ce que tout candidat soit traité de manière identique. Seules les informations qui ont trait aux compétences nécessaires pour le poste à pourvoir doivent être prises en considération. Une question reste toujours en suspens : étant donné que la formation d'impression se forge de manière inconsciente sur des informations d'abord visuelles telles que l'apparence physique, comment vérifier l'égalité des chances de chaque candidat ?

Afin de donner une réponse éclairée à cette question, nous avons pris en considération qu'il existe un terme pour décrire la discrimination faite sur base de l'apparence physique : le lookisme. Dans cette nouvelle section, nous allons dans un premier temps parler de lookisme et de l'impact de celui-ci lors de la sélection professionnelle d'une personne lambda et ensuite d'une personne atypique.

Malgré toutes les lois protégeant les candidats de la discrimination, qu'en est-il dans la réalité de terrain ? La section suivante explique le vécu de gothique dans le milieu du travail car aucun article scientifique ne s'est intéressé à leur vécu en sélection professionnelle.

⁷ Exigences fonctionnelles = exigences demandées pour mener à bien la mission relative au poste.

1.4.5. L'influence du style gothique dans le milieu du travail :

Avant d'aborder la partie méthodologique de ce mémoire, il est essentiel de mettre en lumière une étude menée par Philippe Fauquet-Alekhine (2016) qui explore le vécu des participants gothiques au travail. Notamment, cette étude s'intéresse aux phénomènes de discrimination liés à la tenue vestimentaire au travail, ce qui permet de faire un lien avec le lookisme. Il est nécessaire d'aborder cette étude comme un point central du vécu des participants gothiques qui pourrait guider la compréhension de leur vécu en sélection professionnelle. En effet, aucune étude scientifique relative au vécu en sélection d'individus gothiques n'est recensée dans les moteurs de recherche utilisés (Medline, Ovid, Pubmed, google scholar).

Dans cette étude, les participants sont divisés en deux groupes distincts : les « *ingroup job* » et les « *outgroup job* ». Le premier groupe comprend des emplois liés à la sous-culture gothique, tels que tatoueur, barman ou encore galeriste (Fauquet-Alekhine, 2016). Les auteurs indiquent que ces travailleurs interagissent principalement avec des membres de leur propre sous-culture. Le second groupe désigne les gothiques travaillant dans des secteurs non liés à la sous-culture gothique (*outgroup job*). Les participants de « *l'ingroup job* » ne reçoivent pas de commentaires négatifs sur leur apparence gothique contrairement aux participants de « *l'outgroup job* » (Fauquet-Alekhine, 2016).

Trois thèmes principaux ressortent des dix-huit entretiens menés par Philippe Fauquet-Alekhine (2016) : la relation à la couleur noire (un des principaux critères définissant le style gothique dans leur étude), la perception de l'exogroupe sur la sous-culture gothique, et enfin, l'adéquation des compétences avec le poste de travail.

D'abord, la couleur noire est le critère principal définissant le style gothique dans cette étude. D'autres recherches (Ter Bogt et al., 2020 ; Van Zalk et al., 2011 ; Newman, 2018) ont montré que la couleur noire prédomine dans le style gothique, bien qu'il soit également possible d'utiliser d'autres couleurs sombres dans leur apparence. Par exemple, un participant décrit son style vestimentaire comme proche du métal (Fauquet-Alekhine, 2016). En réalité, il existe divers styles gothiques tels que *le style tribal*, *le gothique romantique*, *le batcave*, *le gothique lolita*, *le cybergoth*, *le gothique métalleux*, et bien d'autres. Chez des collègues non atypiques, la tenue vestimentaire sombre des gothiques induit une perception négative des individus gothiques (Fauquet-Alekhine, 2016).

La perception que les individus ont des gothiques est basée sur des préjugés (l'auteur parle de rumeurs étranges sur les goths), des films et des programmes télévisés (Guern, 2010 ;

Fauquet-Alekhine, 2016). En effet, les personnes se font une idée des gothiques en fonction de ce qui est divulgué à leur sujet dans les médias grand public (Guern, 2010). Les stéréotypes, tels que les gothiques dorment dans des cimetières, ce sont des vampires, le gothisme n'est qu'une phase ou encore ils sont asociaux, sont des stéréotypes courants et entretenus (Fauquet-Alekhine, 2016 ; Ter Bogt et al., 2020).

En conclusion, cet article démontre que le style vestimentaire gothique suscite une représentation erronée des compétences des membres de cette communauté. Cependant, l'acceptation par le groupe majoritaire est possible mais reste complexe pour les gothiques travaillant dans la catégorie des « *outgroup job* ». Quant aux gothiques travaillant dans un métier lié à la culture gothique, leur expérience semble plus positive car personne ne leur demande de modifier leur tenue vestimentaire pour s'adapter aux besoins de l'entreprise.

1.4.6. La tenue vestimentaire et son impact dans la sélection :

Les études sur l'impact de la tenue vestimentaire commencent dès les années 1975 avec les études menées par Conner et son équipe. Cette étude a d'ailleurs démontré que la tenue vestimentaire influence réellement la formation d'impression (Conner et al., 1975). Comme expliqué précédemment, la tenue vestimentaire fait partie des « *static cues* » donnant des informations sur son porteur sans que celui-ci n'ait besoin de parler (Naumann et al., 2009). Par la suite, d'autres chercheurs se sont intéressés à ce phénomène : leurs résultats démontrent bel et bien cet effet (Howlett et al., 2013). Cependant, plusieurs nuances sont à ajouter pour une meilleure compréhension de son effet en sélection professionnelle.

Un grand nombre d'études se sont intéressées à l'apparence physique (Fanning et al., 2021 ; Deng et al., 2020 ; Strinić et al., 2021) et d'autres se sont focalisées sur un contenu spécifique de cette apparence : la tenue vestimentaire (Howlett et al., 2013 ; Ntumi & Quarcoo 2016 ; Badaoui et al., 2018). Badaoui et al. (2018) expliquent que l'identité personnelle et l'identité sociale (relatives au(x) groupe(s) d'appartenance(s)) influencent les décisions vestimentaires telles que l'achat de vêtements spécifiques. En outre, les valeurs et les humeurs des individus jouent également un rôle dans le choix des vêtements (Ntumi & Quarcoo, 2016). Ces mêmes auteurs se sont intéressés à la négociation de l'identité au travers de la tenue vestimentaire (Ntumi & Quarcoo, 2016). Ils ajoutent que même si tout un chacun appartient à un groupe, le principe d'unicité qui consiste à penser que tout individu est différent et unique est nécessaire à garder en tête, car lors d'une interaction sociale, les individus négocient leur identité (Ntumi & Quarcoo, 2016). Ainsi, les individus doivent jongler entre identité propre et identité de groupe pour continuer d'appartenir au groupe tout en étant unique. Etant donné que

la tenue portée est fonction de l'humeur de son porteur, des valeurs qu'il prône et de son identité personnelle et sociale, nous constatons que la tenue vestimentaire est bel et bien un vecteur de communication comme le décrivent Naumann et al. dans leur recherche en 2009.

En outre, la tenue vestimentaire est un moyen d'identification d'autrui, mais n'est pas totalement fiable (Ntumi & Quarcoo, 2016). 65,3 % des participants de l'étude de Ntumi et Quarcoo (2016) expliquent avoir reçu un jugement erroné à partir de leur tenue vestimentaire. Il en va de même lors de la sélection professionnelle : une modification (même minime comme la couleur, le type de tissus, la coupe ou les accessoires) de la tenue vestimentaire peut influencer la perception de l'intelligence, de la compétence et de l'attractivité du candidat (Howlett et al., 2013). De plus, le côté formel d'une tenue peut augmenter les chances du candidat (Howlett et al., 2013). Cependant, ce n'est pas le cas pour tous : les candidats possédant de hautes qualifications peuvent adopter tout style vestimentaire, car ils seront perçus comme ayant une forte compétence dans un domaine spécifique (Oostrom et al., 2021). En ce sens, seuls les candidats moins qualifiés seraient impactés par leur look. Cela est lié au statut relatif à leurs compétences : ils sont perçus comme ayant du pouvoir étant donné qu'ils sont compétents (Oostrom et al., 2021). Les candidats plus compétents seraient également plus confiants envers leurs capacités et auraient donc plus d'assurance, perçue comme un gage de compétence par les chargés de sélection (Oostrom et al., 2021). Ainsi, nous pouvons penser que si un individu gothique est hautement qualifié, il devrait recevoir moins de commentaires discriminants sur son apparence physique. Inversement, s'il possède de faibles qualifications, il risquerait d'être discriminé sur base de son apparence physique.

Maintenant que nous avons établi les faits concernant l'impact de la tenue vestimentaire dans un processus de sélection, défini ce qu'est une personne gothique et exploré le vécu de ces individus dans une situation de travail, il est temps de mettre en lumière la méthodologie de recherche utilisée pour interroger nos participants et comprendre le vécu de candidats gothiques inscrits en sélection professionnelle.

2. Méthodologie :

2.1. Population et recrutement :

Pour rappel, nous avons recruté des individus s'identifiant au mouvement gothique et ayant participé au moins à une procédure de sélection professionnelle. Les candidats ont été recrutés par le "bouche à oreille" et surtout via l'effet boule de neige. Cette dernière technique consiste à demander aux participants si une personne de son entourage répondant aux critères d'inclusion de l'étude serait intéressée à y participer. La majorité de nos participants ont été contactés au travers de cette technique. Les implications et les limites de la population et de leurs recrutements (effet boule de neige) sont discutés dans la section discussion.

2.2. Un moyen d'évaluer le vécu en sélection professionnelle ?

Suite à un grand nombre de réunions centrées sur la manière d'analyser les résultats du mémoire, nous avons décidé d'utiliser le canevas **PICO**. Celui-ci permet de synthétiser les informations nécessaires à la création d'une méthodologie qualitative. Comparativement à une méthodologie quantitative qui répond à la question du « *pourquoi* », une méthodologie qualitative permet d'analyser et qualifier un comportement, un fait, une émotion ou un vécu. Elle s'intéresse à un plus petit nombre d'individus et vise à recenser un maximum d'informations relatives à la thématique étudiée pour tenter de répondre à la question du « *comment* ».

Nous utilisons le canevas **PICO** de la manière suivante :

- La **P**opulation = des individus s'identifiant au mouvement gothique et ayant été inscrits dans au moins une procédure de sélection professionnelle.
- L'**I**ntention = comprendre le vécu ;
- Le **C**ontexte = une procédure de sélection professionnelle ;
- Le **R**ésultat (**O**utcomes) = à déterminer en fonction des discours des participants. Il est dès lors nécessaire d'évaluer le discours sans à priori et d'adopter un regard neutre.

Ainsi, le canevas PICO est utilisé pour déterminer les objectifs sous-tendus par l'étude, ce qui nous permet de clarifier les besoins méthodologiques pour déterminer notre analyse méthodologique. Après discussion avec madame Hansez, notre choix s'est tourné vers la phénoménologie herméneutique.

2.3. Définition de la phénoménologie herméneutique :

La phénoménologie herméneutique est avant tout une approche philosophique qui est alimentée et développée par les travaux de philosophes tels que Gadamer, Ricoeur, Heidegger ou encore Husserl (Harada, 2005 ; Ribau et al., 2005). Afin de mieux comprendre le

fonctionnement de la phénoménologie herméneutique, développons tout d'abord ce que signifie les termes phénoménologie et herméneutique séparément.

- La phénoménologie est l'étude des phénomènes au travers du récit de celui qui les vit (Garcia, 2021 ; Ribau et al., 2005). La recherche de compréhension des explications du participant est le point central (Ribau et al., 2005 ; Gobeil-Proulx et al., 2018 ; Garcia, 2021). Harada (2005) décrit la phénoménologie comme étant une « *méthode pour les sciences humaines* ». En effet, elle est propice à la recherche d'informations au travers du discours du participant, ce qui permet de détecter des ressentis subjectifs.
- L'herméneutique quant à elle est un outil d'analyse des phénomènes observés dans les discours des participants (Harada, 2005). Elle met l'accent sur la compréhension empathique des intentions et des significations présentes dans l'histoire racontée. Cette approche permet de saisir le sens profond des événements historiques et de reconstituer le contexte dans lequel ils se sont produits.

Notre choix de méthodologie s'est porté sur la phénoménologie herméneutique car l'influence du style vestimentaire sur le vécu d'un participant gothique en sélection professionnelle demande une analyse de données basée sur l'histoire personnelle d'un individu. Ribau et al. (2005) définissent la phénoménologie comme « *une approche scientifique des expériences vécues* ». En d'autres termes, elle se concentre sur les phénomènes vécus consciemment en mettant l'accent sur le ressenti subjectif et l'intentionnalité du phénomène (Harada, 2005 ; Garcia, 2021). Au regard de cette définition, nous constatons que la phénoménologie herméneutique peut être utile pour travailler avec un matériel brut tel que le récit de nos participants car au travers de différentes techniques, elle apporte davantage d'objectivité, notamment lors de l'analyse des verbatims⁸. Certes, la subjectivité ne peut pas être contrôlée entièrement, cependant, il est possible de la réduire drastiquement en suivant un protocole précis (Ribau et al., 2005). Nous avons donc décidé d'utiliser cette méthode pour plusieurs raisons essentielles.

Tout d'abord, il nous fallait trouver une méthodologie qualitative qui pouvait évaluer de manière objective le discours d'un participant. Comme toute méthodologie qualitative, la phénoménologie répond à la question du « *comment* » en tendant, grâce à certaines stratégies

⁸ « *Reproduction intégrale des propos prononcés par l'interviewé* » c'est-à-dire dire « *son compte rendu fidèle* ». Larousse

décrites ci-dessous, à réduire le degré de subjectivité présent dans l'analyse et demande également de laisser tout à priori de côté pour se concentrer sur l'histoire réelle de sélection vécue par l'individu gothique.

En outre, étant donné que nos participants sont tous uniques, leur vécu l'est tout autant. Il est donc nécessaire de laisser l'individu discuter librement de son vécu en sélection professionnelle. Pour ce faire, la littérature scientifique suggère de préparer un canevas d'entretien semi-structuré (Ribau, 2005 ; Garcia, 2021 ; Gobeil-Proulx et al., 2018). Nous avons suivi la trame d'entretien réalisée par Pierre-Yves Warling (2021) qui évalue le vécu de personnes transgenres inscrites dans une procédure de sélection professionnelle. Les questions que nous avons posées sont inspirées des siennes, tout en les adaptant à notre contexte de recherche. Notre canevas d'entretien est divisé en deux parties distinctes : la première s'intéresse d'abord aux informations socio-démographiques du participant (son âge, son genre, son style vestimentaire, son attirance pour le mouvement gothique) alors que la seconde partie investigate le vécu en sélection professionnelle. Les questions de ce canevas d'entretien se situent aux pages 2 et 3 des annexes.

Enfin, la phénoménologie est également utilisée pour amener le participant à réfléchir sur sa propre expérience (Garcia, 2021). Cela lui permet d'exprimer son vécu sans jugement. C'est donc le participant qui possède les clefs du savoir étant donné qu'il en est le seul détenteur. L'étudiant mémorant, quant à lui, doit avoir une posture d'écoute active et de recherche de compréhension tout en cadrant l'entretien afin d'obtenir les informations nécessaires à la bonne compréhension du vécu de chacun des participants. Pour ce faire, nous avons créé notre protocole sur base de la description des étapes de la phénoménologie et de son utilisation dans l'étude de Ribau et al., (2005).

2.4. Utilisation du protocole de la phénoménologie

herméneutique :

Dans la section précédente, nous avons commencé par créer le canevas d'entretien semi-structuré inspiré du mémoire de Pierre-Yves Warling (2021). Nous avons choisi d'enregistrer les entretiens afin d'avoir la possibilité d'en faire la retranscription fidèle, comme recommandé dans la littérature. L'enregistrement audio permet de répondre à notre objectif et de minimiser les effets indésirables (erreur de compréhension, oubli, interprétation hâtive du discours, etc).

Enfin, l'article d'Oerther (2021) et celui de Ribau (2005) ont permis de déterminer la manière dont nous allons analyser nos données. En effet, Oerther décrit d'ailleurs la phénoménologie comme « *un moyen d'étudier les individus, les événements et leurs pratiques*

au travers de leurs propres termes » (Benner 1994 cité dans Oerther 2021). Le point d’ancrage (aussi appelé « point de départ » (Ribau 2005) est le sujet et son expérience vécue au travers de sa propre perception de la situation (Harada 2005 ; Ribau, 2005 ; Oerther, 2021). Ribau (2005) écrit : « Ainsi, elle⁹ permet d’entrer dans le monde subjectif de la personne qui décrit son expérience dans son champ phénoménal ». Cette phrase est pleine de sens et permet de représenter les trois principes mis en avant par cette méthodologie (Ribau, 2005).

Le premier principe, en lien avec l’essence même de la phénoménologie, est de décrire une expérience. Plus particulièrement, elle explique le sens que l’individu accorde au phénomène qu’il a vécu. Ces données, subjectives, deviennent un matériel d’analyse à plusieurs conditions :

- Aborder le phénomène de manière neutre (sans à priori ou préjugés) ;
- Structurer le dialogue et la conversation (cf. Canevas semi-structuré) ;
- Utiliser les techniques d’entretien (écoute active, reformulation, question ouverte, ...) ;
- Considérer le caractère unique du vécu de chaque participant ;
- Découvrir le « comment » du vécu ; Utiliser le principe de l’épochè¹⁰.

Le second principe fait référence à la construction d’une relation basée sur le principe de l’épochè qui est le seul moyen de rendre compte, au travers des mots utilisés par le participant, de son vécu en sélection professionnelle.

Enfin, le troisième principe est la détection de signification au travers des données récoltées. Cette analyse des données repose sur trois grandes phases. Un tableau récapitulatif explique les étapes effectuées pour analyser les discours des participants.

⁹ Elle = La phénoménologie herméneutique

¹⁰ L’épochè fait référence à la suspension du jugement et de prise de position du chercheur relatif au vécu du participant.

Tableau 2.1. analyse des données : la recherche de sens par Ribau (2005) :

Etapes :	Tâches :	Qualités nécessaires :	Objectif visé
Etape 1 : Le protocole descriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Retranscription de l'entièreté de l'entretien (bégaiement, silences, expressions de langage, redondance, etc.). - Ecriture en « je ». 	<ul style="list-style-type: none"> - Nécessite ouverture d'esprit, objectivité, retranscription fidèle. 	<ul style="list-style-type: none"> - Compréhension générale.
Etape 2 : Identifier les unités de signification¹¹	<ul style="list-style-type: none"> - Réécriture du discours en « il » → Passer de la 1^e personne du singulier à la troisième. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre quand le participant change de signification dans son discours (souvent lié à la modification de son expérience). 	<ul style="list-style-type: none"> - Détection des unités de signification.
Etape 3 : développer le contenu des unités de signification	<ul style="list-style-type: none"> - Rassembler toutes les informations relatives à une unité de signification dans le discours d'un participant. 	<ul style="list-style-type: none"> - Retranscrire le texte dans un langage écrit (imiter un récit). 	<ul style="list-style-type: none"> - Déploiement des expériences au sein d'une même unité de signification.
Etape 4 : synthèse	<ul style="list-style-type: none"> - Répéter l'étape 3 en faisant le même exercice avec tous les participants. 	<ul style="list-style-type: none"> - veiller à conserver intact le sens de l'expérience des participants. 	<ul style="list-style-type: none"> - Déploiement des expériences au sein d'une même unité de signification.

Suite à ces explications, découvrons les informations qui ressortent du discours des participants. La section résultats, développe les informations récurrentes sur lesquelles les participants insistent lors de leur entretien avec l'étudiant mémorant. Toutes les retranscriptions sont, quant à elles, reprises dans les annexes.

¹¹ Unités de signification = « *constituants qui déterminent le contexte du phénomène exploré et dont les significations demeurent inhérentes à ce contexte* » (Ribau, 2005).

3. Résultats :

Pour rappel, l'intérêt de cette recherche est de comprendre le vécu d'une personne gothique inscrite dans un processus de sélection professionnelle. La tenue vestimentaire, l'apparence physique, le niveau d'attractivité et aussi le look, c'est-à-dire l'apparence générale d'un individu, influencent ses interactions par l'intermédiaire de la formation d'impression. En outre, les individus gothiques se créent une identité individuelle et de groupe, en fonction de leur appartenance au mouvement gothique.

Dans la section résultats, les données sont présentées de manière à suivre la trame d'entretien développée en annexe pages 2 et 3. Cette partie est divisée en deux sous-sections intitulées « partie 1 : variables socio-démographiques » et « partie 2 : le vécu en sélection professionnelle ». Au travers de la phénoménologie herméneutique, nous avons fait ressortir les informations saillantes des discours de nos participants dans l'objectif de classer leurs vécus dans différentes catégories de phénomènes.

3.1. Partie 1 : variables socio-démographiques :

Neuf individus gothiques ont accepté de participer à un entretien d'une durée moyenne de quarante minutes. Ce nombre nous paraissait suffisant car nous constatons une redondance dans les thématiques abordées par nos participants. Cet effet est appelé la saturation de données et suggère d'arrêter de questionner de nouveaux participants lorsque leurs réponses n'apportent plus d'informations supplémentaires au contenu déjà existant.

La durée des entretiens était variable. L'entretien le plus court a duré vingt-huit minutes alors que le plus long a duré soixante-neuf minutes. Nous avons constaté que certains participants voulaient davantage s'exprimer sur certains sujets en sélection professionnelle et parfois sur certains vécus difficiles.

3.1.1. Âge et genre des participants (Tableau annexe 1.0.) :

La tranche d'âge des participants interrogés se situe entre 23 et 33 ans, pour une moyenne de 28 ans. Les individus gothiques ayant accepté de participer à cette recherche sont de jeunes adultes débutant dans le monde professionnel. Sept participants sont des femmes alors que deux sont des hommes. La répartition des genres est hétérogène.

Genre	Nombre	Numéro des participants
Femmes	7	P1, P2, P4, P6, P7, P8 et P9
Hommes	2	P3 et P5

3.1.2. Adoption du style gothique (Tableau annexe 1.1.) :

C'est à l'adolescence que nos neuf participants ont adopté leur apparence gothique. **P9** a commencé à 12 ans alors que la grande majorité (**P3, P4, P5, P6, P7 et P8**) arbore un style gothique vers l'âge de 14-15 ans. **P1** et **P2** quant à elles, l'ont adopté à 17 ans, vers la fin de l'adolescence. Dans leurs discours, certains participants utilisent des mots chargés de signification pour expliquer le changement de style vestimentaire :

- **P1** : « *En fait, c'est assez compliqué parce que je suis née une seconde fois à mes 17 ans quand j'ai découvert le style gothique* ».
- **P4** : « *J'ai toujours été attirée par tout ce qui était un peu différent de la norme* ».
- **P6** : « *Ça, c'est compliqué, j'ai ressenti une sorte de transition il y a trois ans mais je dirais que j'ai toujours eu une influence dans mon style depuis au moins mes 14 ou 15 ans* ».

Au travers des mots utilisés, **P1** a vécu une forme de renaissance lors de la découverte du mouvement gothique alors que **P4** exprime davantage un attrait pour le côté hors norme du gothisme. **P6** parle d'une transition de style. Nous constatons donc que le changement de style vestimentaire a également créé un bouleversement dans leur représentation identitaire.

3.1.3. L'influence du style gothique (Tableau annexe 1.3.) :

Les participants démontrent un attrait particulier pour l'esthétique gothique en rappelant les codes de celle-ci au sein de leur style vestimentaire : tous portent des tenues dont la couleur dominante est le noir. Le tableau 3.1. recense les informations des participants démontrant que le style gothique influence leur apparence physique. Ce tableau est créé sur base d'une analyse du tableau annexe 1.3. intitulé « *l'influence du style gothique* » situé à la page suivante.

Plusieurs éléments ressortent de ce tableau : le style gothique peut être utilisé entièrement, comme pour **P1** qui décrit porter différents styles vestimentaires gothiques en créant une esthétique complète de la tête aux pieds en passant par les accessoires et le maquillage. A contrario, **P3**, un homme gothique/métalleux décrit son style vestimentaire comme empreint de la culture gothique sans pour autant y inclure tous les codes. Il dit par exemple ne pas porter de vêtements gothiques avec de la dentelle et pas de maquillage. Ses tenues sont sombres et davantage métalleuses. Pour **P4**, par contre, le style gothique, c'est avant tout de la musique, du maquillage et un côté foncé et sexy dans ses tenues.

Tableau 3.1. Synthèse des différents styles utilisés par chaque participant :

Participants **Caractéristiques du style gothique portés dans leurs tenues vestimentaires**

P1	<ul style="list-style-type: none"> - Gothique tribal (côté primitif) : fausse fourrure, matière proche (voire en cuir), amour des ossements. - Gothique vampirique : sophistiqué et épuré. Longues robes, accentuation de la taille, utilisation de corset, d'une seule couleur, teint pâle. - Gothique romantique : vêtements extravagants, robes bouffantes, beaucoup de bijoux, coiffure soutenue. - Style de vie : tatouages, peau (teint pâle : éviter le soleil), idéologies
P2	Port de vêtements noirs, corsets, bijoux (colliers à clous), esthétique gothique.
P3	Cheveux longs, barbu, t-shirt logos de groupe, short/pantalon camouflage.
P4	Musique, maquillage, tenues foncées et/ou sexy.
P5	Vêtements noirs, t-shirt de groupes de métal, tatouages, rangers, bijoux (bracelets de fer, bracelets de force, bagues), chemises noires, vestons et longs manteaux noirs.
P6	Bijoux, couleurs et vêtements sombres, couleur noire, têtes de mort, grosses bottines noires, pantalons larges et noirs, pantalons avec des dessins, piercings, maquillage foncé.
P7	Musique, style EMO (vêtements noirs avec une touche de couleur), Rock alternatif : jeans slims
P8	Collants à motifs, pantalons et t-shirt amples, t-shirt de groupes rock, hauts à dentelle, jupes courtes, dominante de noir, vêtements moulants etc.
P9	Style noir avec des petites touches super colorées, jupes très courtes, cheveux volumineux, maquillage élaboré. Superpositions de couches, de couleurs, de motifs, de vêtements etc.

Dans la section suivante, nous expliquons les différentes interactions de style exprimées par nos participants.

3.1.4. D'autres influences dans le style vestimentaire (Tableau annexe 1.2.):

Chez la plupart de nos participants, le style vestimentaire gothique n'était pas l'unique style utilisé. D'autres styles avaient également une place dans leur tenue lors de leur recrutement. La plupart de nos participants décrivent porter différents styles vestimentaires et

mélanger leurs goûts personnels avec le style gothique. Le tableau 3.2 reprend les mélanges de styles de chacun de nos participants.

Tableau 3.2. les styles vestimentaires portés par les 9 participants.

<i>Participants</i>	<i>Styles vestimentaires</i>		
P1	<ul style="list-style-type: none"> • Gothique tribal • Gothique romantique • Gothique • Vampirique 	P5	<ul style="list-style-type: none"> • Métalleux • Punk • Gothique
			P6
	P2	<ul style="list-style-type: none"> • Gothique • Western • Oriental 	
P3	<ul style="list-style-type: none"> • Métalleux/gothique 	P8	<ul style="list-style-type: none"> • Punk • Gothique Lolita
P4	<ul style="list-style-type: none"> • Oriental traditionnel 		P9
	<ul style="list-style-type: none"> • Bollywood • Gothique 		

Les raisons de ces choix vestimentaires sont expliquées par leurs goûts personnels. Voici quelques extraits d'entretiens décrivant l'impact des goûts¹² personnels dans le choix vestimentaire :

- **P4** : « *Je porte surtout ce que j'aime en fait. Je ne suis pas dans une case* ».
- **P1** : « *A mes 20 ans, j'ai été obligée de porter un uniforme pour aller à l'école. Par contre, en dehors des cours, j'en profitais en portant les vêtements qui me plaisaient* ».
- **P2** : « *... Parce que vraiment, j'aime que ça ! Que ce soit le goth, j'aime tout ce qui est un peu oriental, parfois j'aime un peu le style Western, j'aime vraiment un peu de tout et en fait, ce qui me plaît, je le mets ...* ».

Malgré un attrait commun pour l'esthétique gothique, leurs goûts personnels leur ont permis de dégager leur propre singularité. La plupart d'entre eux disent ne pas appartenir à un seul style et portent un style dit alternatif (**P4, P6, P7, P9**). Selon eux, il s'agit d'un mélange de deux styles minimums. D'autres participants utilisent différentes sous-cultures du mouvement gothique pour se créer leur style vestimentaire (**P1, P5, P7 et P8**). Enfin, **P3** décrit son style

¹² C'est au travers de ceux-ci qu'est reflétée l'identité propre de l'individu. C'est ce qui leur permet de se démarquer des autres personnes gothiques.

vestimentaire comme métalleux mais, selon son point de vue, il fait également partie du mouvement gothique.

En somme, au travers des mots utilisés pour décrire leur tenue vestimentaire, deux concepts importants ressortent : le premier est que la tenue vestimentaire est un concept mouvant. En effet, leur style vestimentaire subit des modifications au travers de leurs goûts, leurs intérêts, leurs humeurs du jour. Le deuxième est que nos participants souhaitent être perçus comme des individus à part entière sans être catégorisés.

3.1.5. Nombre de sélections professionnelles (tableau annexe 1.5)

Le plus petit nombre provient de notre **P7** qui a suivi 3 procédures de sélection alors que le nombre le plus grand est une approximation : « *au minimum 20* » (**P1**). Les réponses à la question « *A combien de sélections professionnelles avez-vous participé* » ont attiré notre attention. Alors qu'un critère pour participer à cette étude était d'avoir été inscrit au minimum dans un processus de sélection professionnelle, **P5** dit ne jamais avoir participé à aucune procédure de sélection. Suite à cette information à caractère interpellant, nous avons méta-communiqué sur l'objectif de l'étude qui est de découvrir le vécu en sélection professionnelle de candidats gothiques. Au fil de la discussion, **P5** ajoute « *Après, je n'ai jamais fait de recrutement à proprement parler. Mais j'ai déjà eu des petits entretiens de dix minutes* ». Cela peut donc répondre à l'objectif de notre étude.

D'autres participants ont eu des difficultés à répondre précisément à cette question. En effet, ceux qui en ont passé beaucoup ne savaient plus dire combien exactement :

- **P1** : « *Un grand nombre. Je dirais au minimum 20 ...* ».
- **P3** : « *Il y en a, il y a un paquet. Je ne sais pas, je dirais « ... » je dirais une bonne trentaine ?* ».
- **P9** : « *Alors honnêtement, pas mal franchement. Parce que j'ai fait plusieurs postes donc il a fallu entre temps, à chaque fois retrouver un travail. Sur 5 ans, je dirais entre 15 et 20 fois* ».

Enfin, un dernier élément nous a interpellé. Lorsqu'ils répondaient au nombre de sélections auxquels ils participaient, certains scindaient leurs procédures entre celles qui ont abouti à leur engagement et celles pour lesquelles ils n'ont pas été retenus. Par exemple, **P8** se focalise sur les entretiens qui se sont « **mal déroulés** » et dit en avoir passé 5 ou 6. Cependant, au travers de sa réponse, nous constatons qu'elle a dû en faire davantage étant donné qu'elle exprime le fait qu'en général (sous-entendu lors d'autres procédures), elle savait se montrer convaincante.

3.1.6. Secteur d'activité et poste actuel (Tableau annexe 1.4) :

Le tableau ci-dessous (tableau 3.3) reprend le secteur d'activité de chacun des participants ainsi que leur poste actuel.

Tableau 3.3. Secteur d'activité et poste actuel

PARTICIPANTS	SECTEUR D'ACTIVITE	POSTE ACTUEL
P1	Esthétique	/
P2	Vente (Esthéticienne de formation)	Vendeuse adjointe dans un magasin de seconde main (1,5 ans)
P3	Industriel	Tourneur-fraiseur
P4	Vente	Vendeuse (2 mois)
P5	Vente	Vendeur polyvalent (3ans)
P6	Educatrice	/
P7	Esthétique	Esthéticienne (1an)
P8	Secteur tertiaire	Réceptionniste & agent administratif (2mois)
P9	Vente	Vendeuse (6mois)

Bien que **P7** soit notre seule esthéticienne qui professe, deux autres participantes ont également un diplôme dans l'esthétique mais n'ont pas trouvé de place dans ce secteur. Les parcours de **P1** et **P7**, qui sont tous deux dans l'esthétique, sont totalement différents et ont conduit à une trajectoire professionnelle éloignée. **P1** explique avoir postulé dans le domaine de l'esthétique mais avoir dû abandonner l'idée de travailler dans ce secteur : « *On m'a dit clairement qu'avec le style que j'ai, on ne m'embaucherait jamais et ça ... ce n'est pas facile à vivre* ». En revanche, **P7** explique modifier son style vestimentaire afin de rentrer davantage dans les normes socialement attendues et a été embauchée dans un salon d'esthétique. En ce sens, la différence entre les deux parcours dépend de l'apparence physique de ses deux participantes. D'autres pistes expliquent la raison de ces deux trajectoires opposées : par exemple, la personnalité, l'influence du contexte et du groupe de pairs pourrait également influencer leur parcours professionnel.

La section suivante a pour but d'expliquer les vécus en situation de sélection professionnelle.

3.2. Partie 2 : Le vécu en sélection professionnelle

Intéressons-nous maintenant au cœur de notre sujet : la compréhension des expériences de sélection professionnelle vécues par nos neuf participants gothiques. Pour rappel, il était demandé à nos participants de répondre à deux critères : s'identifier au mouvement gothique et avoir participé au minimum à une sélection professionnelle en abordant un look dont l'influence provient du mouvement gothique. Ces critères étaient nécessaires afin d'obtenir le plus d'informations sur la manière dont ces procédures sont vécues et de visualiser l'influence que peut avoir un style vestimentaire. Bien entendu, un individu gothique est bien plus qu'une tenue vestimentaire et c'est pour cette raison que l'analyse effectuée sur les verbatims de nos participants répond à une recherche de thématiques abordées par les participants lors de leurs sélections professionnelles. En ce sens, treize catégories ont été formées au travers de leurs discours (cf. explication de la section méthodologie de ce mémoire). Pour simplifier la lecture des résultats, différentes sections permettront d'aiguiller la lecture des résultats.

3.2.1. Partie 2.1. Ressenti général en sélection professionnelle (tableau annexe 2.7. et 2.11) :

Dans cette section, nous nous intéressons au ressenti général des individus gothiques en sélection professionnelle (*tableau annexe 2.7.*) ainsi qu'à la réaction des recruteurs face à leur style vestimentaire.

Il ressort du **tableau annexe 2.7.** que le ressenti en sélection professionnelle est variable d'un participant à un autre, bien que certaines similarités soient à noter. Lorsqu'ils répondaient à la question relative à leur ressenti général (cf. annexe page 2 « *trame d'entretien* »), la moitié se sentait stressée (**P1**, **P3**, **P7** et **P9**) alors que l'autre moitié disait s'être sentie à l'aise (**P2**, **P4**, **P5** et **P6**), les raisons de ces ressentis étant propres à chacun : **P1** explique que le stress provient de son interaction avec le chargé de sélection : elle a l'impression que le recruteur attend la faute, d'où son sentiment de devoir supporter une forte pression et le stress qui en découle. **P3** explique avoir ressenti du stress mais que toute personne inscrite en sélection professionnelle le ressent. **P7** et **P9** corroborent les dires de **P3**. Ainsi, de leur point de vue, le stress ressenti paraît provenir de la procédure en elle-même. Cependant, **P7** ajoute avoir effectué un entretien en abordant un style vestimentaire dit « tout-venant » qui lui a permis de se sentir « *hyper à l'aise* » car elle avait le sentiment d'être écoutée.

A contrario, les ressources utilisées par les candidats peuvent faciliter un ressenti positif en sélection professionnelle. En effet, quatre participants ont perçu la sélection de manière positive : **P2** explique s'être sentie bien dans les recrutements car pour elle, le fait d'avoir été

inscrite dans un petit nombre de sélections démontre que les recruteurs l'acceptaient. Elle ajoute que les chargés de sélection sont des personnes plus ouvertes d'esprit que ce qu'elle aurait pu penser. En outre, **P2** et **P4** expliquent qu'arborer leur style lors de la sélection leur permet de se sentir à l'aise. De manière générale, pour **P4**, les recrutements étaient assez positifs et les chargés de sélection assez bienveillants. Elle explique ne pas avoir beaucoup de négatif à ressortir de ces situations sauf lorsque le recruteur se concentre simplement sur son style vestimentaire au lieu de ses compétences. **P5** quant à lui, explique ne pas connaître le stress. Il conclut en disant qu'il se sentait à l'aise durant ces procédures. **P6** explique que, globalement, l'entretien de sélection pour son stage ainsi que les autres entretiens se sont bien passés. Cependant, elle ressent une certaine frustration à se sentir obligée de modifier son style vestimentaire pour l'entretien.

De manière générale, il ressort que nos participants ressentent un stress dit « *équivalent* » (**P3**, **P7** et **P9**) alors que **P2**, **P4**, **P5**, **P6** le perçoivent comme « *en deçà du stress ressenti par un candidat non gothique* ». **P8** quant à elle, décrit s'être sentie « *super mal* » car elle dit ne pas comprendre les raisons des recruteurs d'évaluer ses compétences au travers de sa tenue vestimentaire et de son parcours professionnel d'artiste. Une information pourrait également aider à comprendre ce ressenti général : la façon dont les candidats perçoivent les réactions du chargé de sélection (tableau annexe 2.12.).

Le **tableau annexe 2.12** recense les perceptions des candidats relatives aux réactions des chargés de sélection face au style arboré par les candidats. Par exemple, **P1** explique ne pas pouvoir trouver de débouchés dans sa branche (l'esthétique) car son apparence ne correspond pas à ce qui est attendu d'une esthéticienne. **P2** et **P4** ont reçu la demande de modifier leur style vestimentaire respectif pour obtenir un poste dans la vente. Lors d'un autre recrutement, **P2** a ressenti de la moquerie de la part du chargé de sélection. **P3** a quant à lui reçu une demande de modification de son apparence physique. Le *tableau 3.4* décrit les différentes réactions des recruteurs recensées par nos participants et la valence émotionnelle associée.

Tableau 3.4. Description des réactions des recruteurs perçues par les participants gothiques

Valence négative	<ul style="list-style-type: none"> • Rejet de la procédure « ne correspond pas au poste » P5 et P8 • Demande d'atténuer le style gothique P2 • Moqueries P2 • Ne pas savoir ce que le recruteur a en tête P2
Valence positive	<ul style="list-style-type: none"> • La surprise du recruteur P5 • Sentiment d'être écoutée P7 • Modification de l'apparence physique pour des raisons légalement justifiables P3 • Appréciation du style vestimentaire P8

3.2.2. Caractéristiques de la sélection professionnelle :

Caractéristiques de l'évaluateur (tableau annexe 2.5.) :

Il est ressorti du discours de nos participants que certaines caractéristiques des chargés de sélection peuvent faciliter l'engagement d'un individu gothique tout comme d'autres peuvent réduire leurs chances. Le tableau 3.5. ci-dessous reprend les caractéristiques décrites par nos participants :

Tableau 3.5. Caractéristiques des chargés de sélection

<i>Caractéristiques des chargés de sélection facilitant l'engagement</i>	<i>Caractéristiques des chargés de sélection réduisant les chances d'engagement</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Ouverture d'esprit P2, P6 • L'honnêteté P4 • Percevoir que le recruteur n'est pas choqué P4 • L'acceptation du style gothique P6 	<ul style="list-style-type: none"> • Les à priori P1, P9 • Questions centrées le style P4 • Manque de professionnalisme P4 • Rigidité vis-à-vis du style P6

Au-delà des caractéristiques citées précédemment, **P8** nous rapporte que durant ses entretiens, le genre du recruteur et son orientation sexuelle influencent la manière dont elle est perçue. Elle ajoute que si la chargée de sélection est lesbienne, elle aura ses chances. De son point de vue, les femmes émettent plus facilement un jugement basé sur l'apparence physique que les hommes qui, eux, la reluquent et l'engagent grâce à son style attirant et sexy.

Enfin, comparativement aux autres participants ci-dessus, **P1** explique qu'il est impossible de prédire comment se comportera le chargé de sélection, ce qu'il va penser d'elle

ou encore son opinion sur le mouvement gothique. Cela amène **P1** à penser que son interlocuteur peut avoir des « clichés », ce qui lui fait ressentir une forte pression lors des entretiens. Elle ajoute avoir la sensation de partir perdante lorsqu'elle ne se sent pas écoutée.

Secteur d'activité (tableau annexe 2.11.) :

Nous constatons que les vécus de nos participants varient fortement selon le secteur d'activité dans lequel ils postulent. Nous comprenons, au travers du *tableau 3.3*, que parmi les métiers que représentent nos participants, il est demandé d'avoir une image socialement acceptable (agent d'accueil, vendeur en magasin ou encore esthéticienne, serveur). Voici les informations qui ressortent de leurs discours :

Tous deux, **P1** et **P7**, ont fait des études dans le secteur de l'esthétique. **P1** explique ne pas pouvoir exercer dans son domaine d'activité : « *j'ai dû renoncer à travailler dans ce domaine* », alors que **P7** a obtenu un emploi dans ce même secteur. Ce qui lui a permis d'obtenir le poste, c'est d'avoir modifié son style vestimentaire et d'être arrivée avec une apparence qu'elle définit comme « *bobo-chic* ». De son point de vue, la chargée de sélection s'est focalisée sur ses compétences. **P1** quant à elle, ne souhaite pas modifier son style vestimentaire et s'est donc orientée vers un autre secteur d'activité comme l'intérim et les métiers manuels.

Concernant le secteur de la vente, nous constatons que :

- **P2** ressent que les grandes chaînes de magasins font moins attention au style vestimentaire comparativement aux petites boutiques ou aux magasins de luxe qu'elle définit plus stricts. Elle ajoute que c'est dans les magasins de seconde main qu'elle s'est sentie le plus épanouie.
- **P9** ressent que son style vestimentaire n'est pas accepté dans toutes les boutiques. Elle ajoute modifier son style vestimentaire pour faire preuve d'adaptabilité.
- Il est à noter, comme l'ont souligné nos participants **P2**, **P4**, **P5** et **P9** qu'en étant vendeurs (pour la majorité dans des magasins de vêtements : **P2**, **P4** et **P9**), il était nécessaire de représenter l'image de la société, ce qui passe parfois par le port des vêtements du magasin lorsqu'ils doivent travailler.

Concernant les autres secteurs d'activités, **P3** décrit que dans le secteur de l'HORECA, il lui est demandé de modifier son apparence physique (couper sa barbe) pour des raisons d'hygiène. **P6** travaille en relation avec les enfants et décide de se restreindre dans son envie de marquer davantage son style pour éviter de paraître marginal et avoir plus de chances d'obtenir un travail dans ce secteur. Enfin, **P8** explique que son style est plus accepté dans un secteur

d'activité dit "plus artistique" mais également dans des secteurs où il existe déjà une présence de pairs atypiques.

Place des compétences (tableau annexe 2.13.):

La place des compétences en sélection professionnelle chez des individus gothiques est variable. **P2** explique que, de manière générale, les employeurs recherchent une « bonne travailleuse », **P3** rejoint **P2** et ajoute que pour lui, ce n'est pas son apparence qui aurait pu jouer en sa défaveur, mais plutôt son manque de qualifications. **P6** explique que lors de ses entretiens, les chargés de sélection s'intéressaient à son CV et à ses compétences. **P9** explique également que les compétences et les expériences précédentes peuvent également influencer le résultat de la sélection. Elle ajoute que ce n'est pas au travers des vêtements et de l'apparence physique qu'il est possible de voir qui correspond au poste.

A contrario, **P4** explique avoir vécu une situation où la chargée de sélection ne s'est intéressée qu'à son apparence physique et les potentielles conséquences que celles-ci pourraient engendrer au travail, au lieu de s'intéresser à ses compétences effectives. Elle s'est sentie « *comme un objet de curiosité* ». **P8** a également vécu plusieurs sélections difficiles à cause de son apparence physique. Les chargés de sélection s'intéressaient plus à son apparence physique et à son parcours dans le milieu artistique plutôt qu'à ses compétences acquises. Ainsi, elle explique que sa tenue trop aguicheuse et son expérience dans le milieu artistique la stigmatisent doublement.

3.2.3 : Les freins à l'embauche :

Dans cette section, nous allons nous intéresser aux freins rencontrés chez nos neuf participants gothiques.

Lookisme et discrimination en sélection professionnelle (Tableau annexe 2.1.):

Tout d'abord, chaque participant explique avoir ressenti une certaine forme de discrimination relative à son apparence physique¹³ durant au moins un processus de sélection. Le *tableau annexe 2.1.* reprend les dires de nos participants. À sa lecture, nous constatons que le lookisme peut prendre différentes formes :

P1, P2, P4, P8 et **P9** ont tous ressenti du lookisme sous des formes diverses. Il se manifeste soit de manière orale durant l'entretien par le biais de questions posées sur le style vestimentaire plutôt que sur les compétences effectives, soit, après la sélection, par un refus sur base de ce même style ». En voici quelques exemples :

¹³ Le terme décrivant cette discrimination sur base de l'apparence physique est appelé lookisme. Cf. Partie théorie du mémoire.

- **P1** : « ... On m'a dit clairement qu'avec le style que j'ai, on ne m'embauchera jamais et ça, ... Ce n'est pas facile à vivre ... » ;
- **P2** : « mais il faudrait enlever le piercing », « Mais il faudrait peut-être un peu moins se maquiller parce qu'ici on a une clientèle assez âgée » ;
- **P4** : « La patronne me posait des questions uniquement sur mon style en fait, donc ça m'a un peu étonnée de ne demander que des choses personnelles plutôt que professionnelles »
- **P6** : « ... Mais en même temps, je n'avais pas fait d'effort quoi, et je n'avais pas été prise à cause de ça et on me l'a dit genre direct ».

En outre, **P2**, **P8** et **P9** ont reçu des demandes de modification de leur style vestimentaire pour pouvoir obtenir le poste à pourvoir.

P3 et **P5** quant à eux, soulignent l'importance du non verbal du chargé de sélection, qui peut également avoir un impact négatif sur les perceptions des candidats gothiques.

- **P3** : « il a écarquillé les yeux genre « ah, c'est ce type là qui vient travailler ici ? » ».
- **P5** : « déjà quand je suis arrivé, ils m'ont tous regardé en mode « c'est quoi ça ? » ».

Nous constatons qu'indépendamment de leurs caractéristiques individuelles (secteur d'activité, genre, âge, mélange de styles portés), les individus perçoivent que le chargé de sélection juge initialement leur apparence physique plutôt que leurs compétences. Le lookisme peut non seulement se manifester de manière explicite (par le discours et donc la communication digitale) mais aussi de manière implicite (par le non verbal et donc la communication analogique). En revanche, le point commun à toutes ces situations est l'importance que les recruteurs consacrent à l'apparence physique d'un individu gothique, qui apparaît plus importante que leurs compétences pour le poste à pourvoir.

[Les clichés sur les gothiques \(tableau annexe 2.2.\).](#)

P1, **P3** et **P8** expliquent que les clichés véhiculés au sujet du mouvement gothique présentent un frein à leur employabilité. Ce phénomène se manifeste tantôt au travers d'idées préconçues communiquées directement, tantôt par un écart avec l'endogroupe existant au sein de l'entreprise :

- **P3** : « Oui, de toute façon, si vous venez travailler ici, c'est pas le chômage, vous vous levez, vous êtes ici à 06h00 et à 06h00 je veux pas sentir que vous êtes fatigués ».

- **P6** : « ... malheureusement ce n'est pas très bien vu de voir quelqu'un qui s'occupe de tes enfants avec des cheveux rouges, des semelles comme ça, des piercings partout, ... Mais en soi, c'est dommage parce que ça ne veut rien dire le style ».
- **P8** : « ... Les femmes gothiques si elles sont vues comme frivoles, c'est surtout parce qu'elles ont cette manière de s'habiller très près du corps, même si elles sont fortes ... ».

Écart avec les normes sociales (tableau annexe 2.6.) :

P1, P2, P6, P8 et **P9** expriment percevoir un écart délétère entre leur style et les normes sociales en vigueur lors de leur sélection. Dès lors, les recruteurs tentent de faire correspondre ces candidats à un cadre défini sous peine de ne pas être recrutés :

- **P2** et **P8** ont reçu la demande de modifier leur style vestimentaire pour correspondre à l'image de l'entreprise ;
- **P6** refreine son envie d'ajouter un piercing et d'accentuer son style vestimentaire car celui-ci n'est pas bien perçu dans son secteur (travail en contact avec les enfants) ;
- **P1** ressent être jugée sur ses valeurs, ce qui amène le recruteur à juger l'idée stéréotypée du candidat plutôt que son individualité ;
- **P9** explique aborder une tenue vestimentaire plus sobre en sélection professionnelle tout en recevant tout de même des refus à cause de son apparence physique ;
- **P5** explique que même s'il sait qu'il sera jugé négativement en ne s'inscrivant pas dans une case socialement acceptable, il continue d'arborer un style gothique ;
- **P7** se sent contrainte de gommer son style pour être acceptée.

En conclusion, les situations d'entretien qu'ont vécues nos participants ont un effet sur leur identité d'une part mais aussi sur leur acceptation en milieu professionnel. Il leur est imposé de correspondre à un « moule », de rentrer dans une « case ».

3.2.4. Ressources des participants

Ressources internes et externes (tableau annexe 2.8.1 et 2.8.2.) :

Nos participants décrivent d'eux-mêmes des stratégies de défenses mises en place pour faire face aux jugements émis sur leur style vestimentaire. Le tableau ci-dessous reprend les ressources utilisées par nos participants.

Tableau 3.5. Ressources utilisées par les participants

	Ressources Internes	Ressources externes
P1	<ul style="list-style-type: none"> Utilisation des valeurs (philosophie gothique) : « souffrir aide » Le choix du combat Le style vestimentaire gothique 	/
P2	<ul style="list-style-type: none"> Aborder son style gothique durant toute la procédure de sélection ; Utiliser une photo pour le CV sans modifier son style vestimentaire ; Les expériences ; 	<ul style="list-style-type: none"> Ouverture d'esprit du chargé de sélection ; Métacommunication Tenue appréciée par le chargé de sélection
P3	<ul style="list-style-type: none"> Légitimité de la demande de modification du style ; Utilisation des valeurs du mouvement : prendre les choses avec philosophie et recul ; Rechercher différentes raisons expliquant le refus ; L'effort vestimentaire fourni. 	/
P4	/	<ul style="list-style-type: none"> Présence de pairs atypiques sur le lieu de travail
P5	<ul style="list-style-type: none"> Utiliser ses qualités personnels (Humour) ; Exprimer ses émotions ; Affirmation du style durant la procédure ; Indifférence face aux critiques ; Ressource légale (législation du travail), Différencier tenue et compétence 	<ul style="list-style-type: none"> La surprise du recruteur ; La législation du travail.
P6	N/A	
P7	<ul style="list-style-type: none"> Modifier son style vestimentaire (effort vestimentaire) ; Garde trace de son style → garde son identité, Valeur gothique : s'effacer pour mieux s'intégrer = souffrir aide. 	<ul style="list-style-type: none"> Intérêt des chargées de sélection ; Présence de pairs atypiques sur le lieu de travail
P8	/	<ul style="list-style-type: none"> Milieu artistique (secteur plus ouvert d'esprit) ; Acceptation du style par les chargés de sélection ; Tenue vestimentaire appréciée par le chargé de sélection Présence de pairs alternatifs sur le lieu de travail Centre d'intérêts communs (jeux vidéo, écouter du métal)

P9

	<ul style="list-style-type: none">• Secteur de l'intérim facilite la recherche de travail.
<ul style="list-style-type: none">• Faire un effort vestimentaire montrant une capacité d'adaptation• Faire preuve de résilience	<ul style="list-style-type: none">• Ressource légale (législation du travail)• Secteur d'activité ouvert au monde alternatif

Au regard des stratégies utilisées par nos candidats, nous constatons que les ressources des candidats sont variées. Certaines sont propres au candidat : ressources internes (choisir son combat, rester neutre, modification du style vestimentaire, affirmation de soi etc.) alors que d'autres ressources proviennent de l'extérieur (présence de pairs atypiques sur le lieu de travail, législation du travail, perception de l'effort vestimentaire fourni par le candidat). Bien que toutes les ressources soient citées précédemment, l'adaptation du style vestimentaire en sélection professionnelle a attiré notre attention.

Adaptation du style en sélection professionnelle (Tableau annexe 2.3.).

Tout d'abord, nos participants peuvent être classés en 3 catégories au sein de cette section : ceux qui gardent leur style vestimentaire (**P1** et **P5**) pour passer un entretien, ceux qui adaptent leur style vestimentaire (**P2**, **P4**, **P6** et **P9**) et ceux qui changent de style vestimentaire (**P3**, **P7** et **P8**).

Les participants **P1** et **P5** expriment l'idée qu'il leur serait inconcevable de se présenter devant un recruteur sans arborer leur style gothique. Les raisons évoquées pour expliquer l'utilisation de cette stratégie sont de rester eux-mêmes et d'être transparents avec le recruteur tout comme avec l'entreprise. En revanche, cette technique soulève un point important : la complexité de trouver un travail en arborant une tenue vestimentaire entièrement gothique. De plus, la totalité de nos participants ont vécu une situation de lookisme qu'ils ont ressentie comme discriminatoire.

Concernant les participants qui changent de style vestimentaire, **P3** et **P7** le modifient tellement qu'ils disent arriver avec une tenue classique en entretien.

- **P3** porte une tenue dite « classique » : pantalon « habillé » (chino) et une chemise. Il explique que tout candidat inscrit dans une procédure de sélection se doit de faire un effort vestimentaire. Il ajoute qu'en tant que gothique, cet effort est d'autant plus visible et serait un atout pour être sélectionné.
- **P7** porte un style dit « classique » : jeans, chaussures de ville, chemisier bleu marine, maquillage sobre et simple et pas d'écarteurs. Elle modifie son style gothique habituel dans l'optique d'être moins jugée sur son physique et plus sur ses compétences.

Enfin, concernant les participants qui modifient leur style vestimentaire tout en gardant une empreinte de leur mouvement, ceux-ci vivent des expériences assez différentes :

- *P2 explique faire un effort vestimentaire tout en ajoutant une casquette car elle lui permet d'éviter le regard des autres étant donné qu'elle cache une partie d'elle-même.*
- *P4 dit porter des tenues « soft ». Cela se traduit par le port de vêtements sobres, retirer les dreads, porter moins de maquillage.*
- *P6 dit « sortir un peu » de son style pour son entretien. Elle portait un pull bordeaux, un col chemise et un pantalon noir large et des grosses chaussures noires.*
- *P8 explique suivre les conseils de sa sœur et adapter son style vestimentaire pour la sélection. Elle a donc mis des couleurs bleues mais ne spécifie pas changer son esthétique.*
- *P9 explique devoir cacher son style en mettant un jeans noir et une chemise noire pour se rendre à des entretiens. Elle explique que sans le vouloir, elle cache toujours ses tatouages. Cependant, il est important pour elle de pouvoir s'habiller en noir.*

En somme, au travers des exemples ci-dessus, nous constatons que nos participants modifient leur apparence pour des raisons différentes. Que ce soit pour des raisons d'effort perçu (**P3**), pour éviter d'être blessée par une réflexion sur son apparence physique (**P7**), pour mettre toutes leurs chances de leur côté pour obtenir le poste (**P8** et **P9**) ou encore pour rassurer le recruteur (**P9**).

3.2.5. Identité gothique en sélection professionnelle :

Importance du style vestimentaire (tableau annexe 2.9.) :

Certains de nos participants ont manifesté l'importance capitale que revêt leur style vestimentaire. A l'opposé, d'autres acceptent de modifier leur style tout en gardant le lien au mouvement gothique au travers d'autres composantes telles que des détails de leur apparence physique. **P1**, **P2** et **P5** décident de garder leurs styles vestimentaires durant leurs procédures de sélection. Ils ne souhaitent pas cacher aux recruteurs une partie de leur identité. Ils perçoivent leur style comme une partie d'eux-mêmes (**P1** explique que sa tenue fait partie du package à prendre si elle obtient le poste).

P3, **P4**, **P6**, **P7**, **P8** et **P9** modifient leurs styles vestimentaires en sélection professionnelle de manières différentes mais pour une raison commune : tenter d'obtenir plus facilement le poste. Ne pas aborder un style gothique durant la procédure de sélection est un choix de leur part mais ne démontre pas que le style vestimentaire soit moins important pour eux.

- **P3** explique qu'en modifiant son style vestimentaire, il montre au recruteur qu'il fait un effort vestimentaire, ce qui est perçu de manière positive par ce dernier.
- **P4** atténue son apparence gothique : « *je fais toujours plus soft pour les entretiens* ».
- **P6** quant à elle, ressent de la frustration à devoir modifier son style pour « rentrer dans un moule ». Elle ressent qu'elle doit se réfréner dans ses goûts vestimentaires.
- **P7** explique modifier son style vestimentaire mais ne pas se sentir à l'aise dans ses vêtements et dans sa peau.
- **P8** explique que choisir sa tenue vestimentaire pour aller en entretien est une étape importante pour elle. Elle demande même conseil à son entourage.
- **P9** garde une trace de son style tout en le camouflant un peu pour éviter les à priori.

Nous constatons au travers du changement de style que la question de l'apparence physique est une question importante chez nos participants gothiques. Étant habillés hors des normes vestimentaires, leur stratégie est, soit de prôner leur différence, soit de diminuer l'écart perçu entre la norme vestimentaire et leur apparence.

Voyons maintenant le lien entre tenue vestimentaire et identité.

Identité et tenue vestimentaire (tableau annexe 2.10) :

Tous nos participants expliquent dans leurs récits que leur style vestimentaire fait partie intégrante de leur personne : le mouvement gothique (ou simplement le style vestimentaire) est une partie de leur identité :

- **P1** : sa tenue reflète son identité et fait partie du « package » à recruter.
- **P2** : « *...vous m'acceptez telle que je suis ou vous ne me prenez pas du tout* ».
- **P3** : ressent une scission entre son style en sélection (classique) et son apparence physique gothique.
- **P5** : porter son style gothique en sélection lui permet de s'affirmer et d'être perçu tel qu'il se définit.
- **P6** : explique que porter un style différent la fait se définir comme une personne qu'elle ne souhaite pas être.
- **P7** : explique renvoyer l'image d'une écolière en modifiant son style, ce qui lui donne l'impression que l'image renvoyée ne la représente pas.
- **P8** : a refusé de modifier son style pour obtenir un travail car elle explique aimer et s'identifier à cette esthétique.
- **P9** : explique modifier son style en sélection et ne se sent donc pas « *elle-même* ».

Valeurs gothiques (tableau 2.4.) :

Nos participants ressentent que les valeurs prônées par le mouvement gothique ne sont pas comprises ou mal interprétées de la part des chargés de sélection.

- **P1** explique que les valeurs des entreprises sont perçues comme opposées à celle du mouvement gothique. Les recruteurs se forment une impression d'elle au travers de ce constat qui, selon P1, est erroné.
- **P2** affirme son style vestimentaire pour montrer son identité ;
- **P3** explique prendre les refus avec philosophie en évitant de rejeter la faute sur son appartenance au mouvement gothique tout en montrant qu'il peut y avoir d'autres raisons à ce refus.
- **P5** utilise la même stratégie que **P2**. Il ajoute aimer ne pas passer inaperçu et être considéré différent d'autrui.

Suite aux explications de nos participants quant à leurs vécus en sélection professionnelle, nous avons analysé leurs explications à la lumière de concepts théoriques. La discussion reprend ces éléments marquants.

4. Discussion

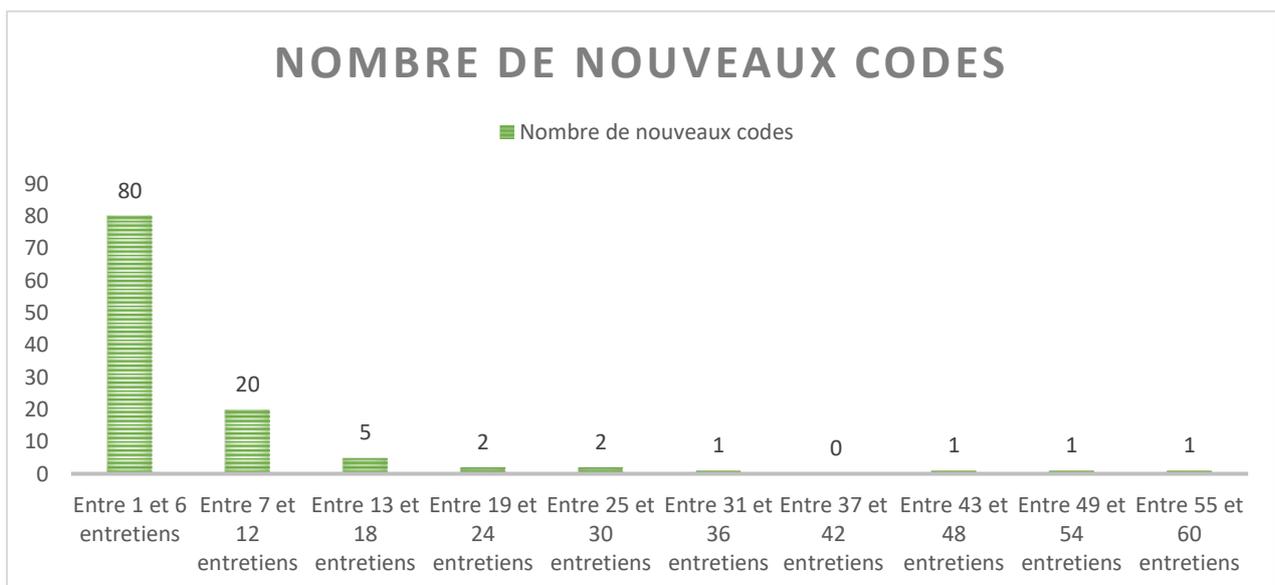
4.1. Rappel et interprétation des résultats principaux :

4.1.1. Nombre de participants

Nous avons donc interrogé 9 participants. Ce nombre nous paraissait suffisant pour ce mémoire qualitatif car nous constatons certaines redondances dans les thématiques abordées par nos participants. Nous avons commencé à ressentir cette redondance (saturation des données) dans les réponses de nos participants à partir de la septième entrevue.

Au-delà de la saturation de données, nous avons également recherché le nombre de participants préconisé pour une recherche qualitative dans la littérature scientifique. Dans leur recherche, Guest et al. (2006) tentent de calculer le nombre idéal de participants pour une recherche qualitative basée sur des entretiens. Après avoir effectué six entretiens, il est probable de trouver une grande majorité de codes (c'est-à-dire des thématiques qui ressortent des entretiens) (Guest et al., 2006). Cependant, six entretiens supplémentaires permettent de détecter de nouveaux codes. Après avoir réalisé un total de dix-huit entretiens, il ne reste que très peu de codes qui seraient oubliés (Guest et al., 2006). Cependant, effectuer un total de dix-huit entretiens s'avère peu utile car la quantité de nouvelles informations sera moindre comparativement à la quantité d'informations redondantes (Gest et al., 2006). La figure 4.1. schématise cette explication.

Figure 4.1. Nombre de nouveaux codes par entretiens : Guest et al., 2006.



En se basant sur les informations ci-dessus, il nous paraissait normal de percevoir nos données saturées après le septième entretien.

En outre, dans la revue systématique de Marshall et al. (2013), il est démontré que seulement 9% des articles recensés parmi les 116 études qualitatives sélectionnées parlent de la taille de l'échantillon comme étant un critère important pouvant impacter significativement les résultats récoltés. Par ailleurs, ils ajoutent que le nombre de participants importe moins dans une étude qualitative étant donné que l'objectif est d'approfondir la compréhension d'un sujet et de pouvoir apporter des nuances aux résultats quantitatifs potentiellement trouvés à ce sujet. La saturation des données serait donc un critère plus important et primerait sur le nombre de participants (Marshall et al., 2013).

4.1.2. Age des participants

Comparativement aux études liées à la compréhension de la souffrance vécue par les individus gothiques (Young et al., 2006 ; Bowes et al., 2015 ; Bogt et al., 2020), nous constatons que notre échantillon diffère au niveau de l'âge. En effet, les participants de ces recherches étaient des adolescents ou des jeunes adultes alors que notre population est un peu plus âgée. En revanche, tant dans cette recherche que dans la revue de la littérature, nous n'avons pas trouvé d'informations relatives aux individus gothiques âgés de plus de 35 ans.

4.1.3. Genre des participants :

La proportion d'hommes et de femmes dans cette étude est hétérogène. **P1** donne une explication à ce phénomène : la communauté gothique est davantage constituée de femmes pour plusieurs raisons. Tout d'abord les hommes préfèrent un style vestimentaire qui se rapproche des « métalleux », ce qui les amène à s'identifier comme métalleux et gothique ou simplement l'un des deux. Ensuite, pour reconnaître un individu gothique, il est nécessaire d'avoir un grand nombre de détails dans la tenue, ce qui se retrouve plus chez les femmes que chez les hommes. **P8** corrobore l'idée que l'élaboration des tenues est importante dans la construction du style chez les filles. Elle exprime également l'idée qu'il existe des hommes gothiques et que ceux-ci s'habillent en utilisant moins de fioriture. Ainsi, nous comprenons que moins d'hommes s'identifient au mouvement gothique car leur style vestimentaire se rapproche davantage du métalleux et qu'ils portent des vêtements qui possèdent moins de détails que les femmes gothiques. Selon **P3** et **P5**, le style métalleux est une sous-culture du mouvement gothique. Ces informations sont soutenues par les articles scientifiques de Ter Bogt et al. (2020) et Young et al. 2014.

4.1.4. Adoption du style vestimentaire à l'adolescence :

La plupart des participants de ce mémoire ont commencé à aborder leur apparence gothique entre 14 et 17 ans. En effet, la plupart (**P3, P4, P5, P6, P7 et P8**) ont adopté leur style

vers l'âge de 14 - 15 ans. **P9** a commencé plus tôt : « depuis mes 12 ans ». Elle exprime que son attrait est venu du style de ses parents qui, eux aussi, sont inscrits dans une communauté alternative. En revanche, **P1** et **P2** ont adopté leur style gothique à l'âge de 17 ans. Ces informations démontrent que c'est à l'adolescence, moment de la recherche identitaire, que le jeune peut s'intéresser au mouvement gothique (Young et al., 2014). En ce sens, nous n'avons aucune information sur l'évolution du style gothique au travers de l'âge. Nous pourrions de ce fait penser que celui-ci se meurt au fil du temps. **P1** explique d'ailleurs qu'elle connaît un grand nombre de gothiques mais ceux-ci n'abordent leur tenue que lorsqu'ils sont hors du milieu du travail.

4.1.5. Le secteur d'activité :

Dans l'article de Fauquet-Alekhine (2016), Les participants du groupe « *ingroup job* » déclarent « *ne pas avoir reçu de commentaires négatifs concernant leur apparence gothique de la part de leur manager* ». De plus, une petite minorité d'entre eux a reçu des commentaires positifs sur leur apparence physique de la part de leur manager. En revanche, 20% de ce groupe ont reçu la demande de retirer leur apparence gothique au travail. Ce nombre est plus que doublé pour le groupe « *outgroup job* », car une petite majorité d'entre eux déclare avoir reçu cette demande. En outre, une majorité des participants du groupe « *outgroup job* » a reçu des commentaires agressifs sur leur apparence gothique de la part de leur manager. Il est également ressorti que plus de 2/3 des participants du groupe « *outgroup* » disent avoir reçu une évaluation négative de leurs compétences en raison de leur apparence gothique (Fauquet-Alekhine, 2016). Il en va de même avec nos participants en sélection professionnelle : **P2** explique avoir vécu une sélection professionnelle pour un magasin de seconde main où son style vestimentaire était apprécié par la manager qui lui a dit que c'était d'ailleurs son style apparent sur le CV qui lui a donné envie de la rencontrer. A contrario, **P7** doit modifier son style vestimentaire pour obtenir un travail dans sa branche (l'esthétique). **P1** quant à elle, a dû renoncer à travailler dans l'esthétique à cause de son apparence physique gothique. Ainsi, nous constatons que les mêmes constats que ceux de l'étude de Fauquet-Alekhine (2016) peuvent être tirés pour conclure que le degré de proximité avec le mouvement gothique influence le sentiment d'inclusion ou d'exclusion avec l'entreprise.

En revanche, les participants travaillant dans un "*ingroup job*" se sentent libres de porter ce qu'ils veulent. Quant aux travailleurs du "*outgroup job*", certains parviennent à trouver du positif dans ces expériences et ne ressentent pas forcément de sentiment négatif par rapport à la situation. Par exemple, une participante explique que les rapports avec ses collègues sont

positifs concernant son style atypique (Fauquet-Alekhine, 2016). Concernant nos participants, le même constat peut être tiré : certains participants portent ce qu'ils souhaitent pour venir à un entretien de sélection (**P1**, **P2**, **P5**). Ces participants affirment leur style gothique, peu importe le secteur d'activité. Leur choix est expliqué par le besoin de montrer leur appartenance au mouvement et donc, leur identité.

4.1.6. Stéréotypes sur les gothiques, place des valeurs et idées préconçues :

En effet, les personnes se font une idée des gothiques en fonction de ce qui est divulgué à leur sujet dans les médias grand public (Guern, 2010). Les stéréotypes, tels que les gothiques dorment dans des cimetières, ce sont des vampires, le gothisme n'est qu'une phase ou encore ils sont asociaux, sont des stéréotypes courants et entretenus (Fauquet-Alekhine, 2016 ; Ter Bogt et al., 2020). **P1** explique également que souvent, ses valeurs ne sont pas comprises et qu'en plus de cela, elles sont souvent perçues comme opposées à celles de l'entreprise alors qu'elles pourraient lui être utiles. L'intérêt d'avoir utilisé une trame d'entretien semi-structuré lors des entretiens de ce mémoire tout comme ceux de la recherche de Fauquet-Alekhine (2016) est que les candidats aient pu se sentir écoutés dans leur vécu tout en laissant de côté les jugements à priori. En outre, les participants expliquent que le mouvement gothique est associé à un certain nombre de clichés (stéréotypes) (cf. partie 3.2.3. Les freins à l'embauche sous la section les clichés sur les gothiques tableau annexe 2.2.). **P1** et **P8** expliquent que ces stéréotypes peuvent d'ailleurs réduire leurs chances d'obtenir un poste. **P3** quant à lui, explique se justifier lorsqu'il est confronté à des clichés sur son mouvement. En ce sens, il serait nécessaire que le chargé de sélection reste naïf de ses propres représentations du mouvement gothique pour que l'identité du candidat n'intervienne pas dans la décision d'engagement. Ainsi, comme indiqué dans l'article de Swider et al., 2022, Fiske 2007 ou encore dans le livre de Leyens et Scaillet, 2018, les idées préconçues (stéréotypes et préjugés) aident à la formation d'impression tout comme la tenue vestimentaire et l'apparence physique. D'ailleurs, nous constatons dans le discours de tous nos participants que la tenue vestimentaire impacte leur sélection professionnelle. Il leur est d'ailleurs arrivé à tous une expérience de lookisme.

4.1.7. Le lookisme en sélection professionnelle :

Nos participants ont subi une forme de discrimination basée sur l'apparence physique (lookisme) qui est perçue chez la plupart d'entre eux. Ils expliquent avoir subi des refus à cause de leur tenue vestimentaire à différents moments : soit lors du dépôt de candidature (qu'elle soit spontanée ou non), soit durant la phase d'entretien. Il ne nous a pas été raconté de vécu relatif

à une phase de tests. Cependant, nous ne pouvons pas exclure que le lookisme puisse également prendre place durant cette partie de la procédure (Pohl et Klein, 2014).

En outre, cette discrimination était vécue comme une injustice, comme expliqué dans l'article de Spiegel (2022). **P9** explique que si elle le souhaitait, elle pourrait d'ailleurs entamer une action contre une entreprise en particulier qui l'a discriminée à cause du port de ses piercings et donc de son apparence dite atypique. **P7** quant à elle, renonce à travailler dans son domaine d'étude (esthétique). Dans ces situations, le sentiment d'injustice peut provenir du rejet du gothique étant donné qu'il appartient à « *l'outgroup* » (Fauquet-Alekhine, 2016 ; Cassoria et al., 2021). D'autres formes d'injustices ont lieu, telles qu'un refus en écourtant l'entretien (**P3**, **P5**, **P6** et **P7**) ou encore une demande de modification du style (**P2**, **P4** et **P9**).

Enfin, nos participants utilisent différentes stratégies personnelles pour leur permettre de faire face à ces discriminations :

- Utiliser leurs atouts personnels (humour de **P5**) ;
- Utiliser les valeurs du mouvement (**P1**, **P3**) ;
- Modifier son style vestimentaire (**P7** et **P9**) ;
- Affirmer son identité et son style (**P1** et **P2**).

Ainsi, les candidats gothiques peuvent faire face aux situations de lookisme grâce à leurs propres ressources, rendant cette situation moins douloureuse.

4.1.8. La formation d'impression en sélection

Au travers de certains éléments du discours de nos participants, nous constatons que ceux-ci ont pu se sentir catégorisés (Harris & Fiske, 2006, Strinić et al., 2021). En effet, **P6** explique se sentir parfois marginalisée à cause de son apparence gothique, **P9** explique devoir rentrer dans une case, tout comme **P5**. Globalement, leur ressenti est qu'ils sont trop vite jugés sur leur apparence en se référant aux stéréotypes du groupe alors qu'ils ont tous leur propre identité (Harris & Fiske, 2006, Strinić et al., 2021). Cela peut s'expliquer par le fait que la sélection professionnelle est une situation dans laquelle il est nécessaire de simplifier le monde environnant étant donné qu'il s'agit d'une rencontre où l'identité du gothique va être questionnée : est-il suffisamment apte à correspondre aux normes que l'entreprise attend de lui ? En ce sens, de manière implicite, cette catégorisation aidera à se former une première idée pour faciliter la tâche du chargé de sélection. Si le chargé de sélection n'est pas conscient de son influence ni de sa présence durant le processus, alors cela pourrait amener à des dérives telles que le lookisme (Naumann et al., 2009 ; Strinic et al., 2021).

4.2. Recommandations :

Au travers de cette section, nous allons mettre en avant des stratégies pouvant améliorer le vécu des candidats gothiques en sélection professionnelle.

Tout d'abord, nous constatons au travers de leurs discours que les chargés de sélection étaient régulièrement des managers d'équipe dont la fonction première de leur travail n'est pas liée à cette activité de sélection. Par exemple, **P2, P4, P5, P6, P7 et P9** ont décrit des endroits où le chargé de sélection était le manager du magasin. En ce sens, nous pouvons penser que ce dernier n'est pas formé à cette tâche. Ainsi, il serait intéressant de sensibiliser tout manager qui est dans l'obligation de pratiquer des recrutements.

En outre, dans la ville de Liège, mais également en région Wallonne, aucune ASBL n'est répertoriée pour soutenir la population gothique. Cependant, il serait intéressant de vérifier ce qui pourrait être fait dans d'autres pays comme l'Allemagne où le gothisme retrouve un second souffle. Bien que les ASBL gothiques pour soutenir et aider au travail n'existent pas en région Wallonne, nous pourrions penser que cette population pourrait tout de même trouver un soutien social au travers de groupes Facebook existants, des bars gothiques ou des magasins qui vendent des vêtements gothiques ou alternatifs. Il serait donc intéressant de pousser la recherche d'informations à ce sujet pour voir ce qui est mis en place dans d'autres pays.

Il existe également des aides à l'emploi qui peuvent faciliter la recherche d'emploi d'un individu gothique sous certaines conditions. En effet, **P5** et **P9** expliquent que certaines personnes en bénéficient, rendant leur recherche d'emploi plus compliquée. Cependant, s'ils ne sont pas en emploi depuis un minimum de 12 mois et qu'ils vivent en région Wallonne, alors, ils peuvent bénéficier d'une aide du Forem appelée « Impulsion 12 mois ». Il existe d'autres plans d'action comme le plan « emploi d'insertion » mis en place par Actiris afin d'insérer professionnellement une personne sur le marché de travail. Certes cette piste pourrait être intéressante mais elle ne s'adresse qu'aux individus bénéficiant d'un revenu d'intégration sociale ou d'une aide sociale du CPAS.

Enfin, il pourrait être intéressant d'avoir une cellule au sein d'un organisme s'intéressant à l'insertion professionnelle et aux discriminations pouvant en découler. De cette manière, un individu gothique pourrait discuter et s'exprimer pleinement sur son vécu en sélection professionnelle et pourrait également exprimer des situations où sa tenue vestimentaire n'était pas forcément acceptée.

4.3. Limites :

Il est difficile, voire impossible, de penser à toutes les variables à contrôler. L'objectif dans la création d'une méthodologie est de rédiger un protocole à suivre qui permet de réduire les erreurs et de diminuer le nombre d'éléments pouvant interagir avec notre thématique de recherche. Bien que nous ayons pensé cette méthodologie durant plusieurs mois, un certain nombre de limites est à noter.

Tout d'abord, il existe un degré de proximité avec certains participants de ce mémoire. En effet, trouver des individus gothiques adultes n'était pas une mince affaire. Les canaux de communication utilisés pour recruter les participants étaient principalement les réseaux sociaux et le bouche à oreille. Ceci pourrait diminuer la neutralité de deux parties et apporter une autre dimension à l'entrevue effectuée. Pour pallier cette situation, un mémoire en binôme aurait pu être envisagé afin que les étudiants questionnent chacun les participants qu'ils ne connaissaient pas.

Le second point de vigilance lors de la lecture de ces résultats est le secteur d'activité de nos participants. En effet, la plupart d'entre eux travaillent dans des secteurs qui demandent de faibles qualifications (Vente, manutention, assistant administratif). Nos participants ne peuvent pas représenter fidèlement tous les types de travailleurs. Il serait donc nécessaire d'effectuer d'autres études relatives aux différents secteurs d'activités pour mieux comprendre ce qui se joue pour des individus gothiques occupant d'autres fonctions.

En outre, la désirabilité sociale peut également entrer en jeu lorsque le participant répond à nos questions. La désirabilité sociale consiste à donner une réponse qu'autrui s'attend à recevoir. Elle peut être exacerbée par la transparence de certaines questions posées. Dans cette situation, nous avons, dans un premier temps, tenté de créer des questions aussi neutres que possible pour laisser le participant s'appropriier le contenu de sa réponse. Malgré notre implication à éviter toute influence de la part de l'étudiant mémorant, il est à noter que ses stéréotypes et les hypothèses émises au préalable suite à la lecture de divers articles au sujet des gothiques auraient pu impacter les réponses des participants, leur suggérant de répondre « ce qui est attendu d'eux ».

La formulation de certaines questions peut également créer une certaine confusion chez les participants. En effet, notre participante **P8** a confondu le mot genre avec le mot style et a répondu en décrivant son style à la question « Quel est votre genre ? ». En outre, la question relative aux éléments marquants de leur(s) sélection(s) a amené des interprétations différentes chez les participants. Alors que certains expliquent de manière générale ce qu'ils ont ressenti

dans toutes leurs procédures de sélection, d'autres ne décrivent que leur ressenti face à un exemple de sélection donné précédemment. Cette question aurait dû être formulée différemment pour retirer toute ambiguïté pour les participants. Des mesures ont été prises pour diminuer cet impact et tenter de retirer un maximum de biais à ce mémoire. En effet, nous avons davantage posé de sous-questions pour pallier un quelconque problème de mauvaise compréhension de la question principale. Ainsi, le sujet est abordé sous différents axes, permettant une compréhension plus détaillée de certaines informations.

Lors de la rédaction des différents phénomènes, il existe un phénomène de familiarisation avec le sujet étudié qui entre en compte. En effet, la manière d'analyser l'information est procéduralisée, ce qui peut entraver l'explication détaillée des phénomènes étudiés. Cela a tendance à diminuer la précision des informations apportées dans les catégories de phénomènes étudiés, apportant donc une limite supplémentaire.

Enfin, il est indispensable de discuter de la subjectivité de l'évaluateur. En effet, avec la phénoménologie herméneutique, une limite est de penser que l'étudiant mémorant a écrit les résultats et posé ses questions lors des entretiens en fonction de sa propre perception du vécu rapporté par les participants. En effet, la perception qu'il possède des réponses des participants peut être altérée par sa personnalité, ses goûts, ses préférences, ses attentes... Malgré l'importance de la neutralité et de l'impartialité, il est à noter qu'un mémoire en binôme lors de l'utilisation d'une telle méthodologie permettrait de réduire le risque d'interprétation. Cependant, plusieurs mesures ont également été prises pour diminuer cet impact. Tout d'abord, l'étudiant tentait de reformuler l'idée des participants lors de l'entretien en méta-communicant sur le besoin de compréhension fine du discours des différents participants. Ensuite, lors de l'analyse des résultats, les catégories tendent à refléter au minimum l'idée synthétisée par l'étudiant ou, au mieux, à reprendre le réel vécu de plusieurs participants différents.

Une dernière limite qui a attiré notre attention est l'âge de nos participants. Etant donné que ceux-ci étaient tous de jeunes employés et que nous n'avons pas d'informations concernant les travailleurs âgés de plus de 35 ans, nous ne pouvons pas tirer de conclusions pour ces participants. Le style gothique s'éteindrait-il avec l'âge ?

4.4. Pistes pour des recherches futures :

Une recherche quantitative aurait également pu comparer deux groupes d'individus et comparer le degré de satisfaction des gothiques en sélection professionnelle comparativement à une population n'appartenant pas à un mouvement dit atypique. Ainsi, nous aurions également

récolté une autre source d'information pour permettre d'apporter des pistes d'actions concrètes dans la prise en compte des personnes atypiques en sélection professionnelle.

Il serait également intéressant de se concentrer sur le vécu des chargés de sélection quant à l'apparence d'une personne gothique en sélection professionnelle en tentant d'obtenir des informations sur la législation qu'ils doivent respecter, ainsi que leur propre opinion sur le sujet (étant donné que les goûts personnels influencent la formation d'impressions). Il aurait été possible de sonder le ressenti envers un individu gothique chez ce même chargé de sélection et de comprendre les raisons sous-jacentes.

5. Conclusion :

En sélection professionnelle, les candidats gothiques ne ressentent pas forcément plus de stress que les autres, mais ils déploient différentes stratégies pour s'adapter au contexte de sélection. D'abord, quelques gothiques décident de laisser tomber leur style vestimentaire durant l'entretien de sélection dans l'optique de permettre au recruteur de se concentrer sur la discussion et leurs compétences et, de ce fait, mettre toutes leurs chances de leur côté.

Certains candidats préfèrent valoriser leurs convictions personnelles, utilisant leur style comme un moyen de se distinguer et d'affirmer leur identité. Ils abordent leur style ouvertement pour se sentir à l'aise et eux-mêmes, tout en espérant que leur singularité ne soit pas perçue comme un frein à leur embauche.

D'autres choisissent de modérer leur apparence, ajustant leur style vestimentaire pour correspondre davantage aux attentes traditionnelles des recruteurs. Cette approche vise à réduire l'impact potentiel de leur esthétique atypique sur la décision finale, en se conformant à des normes jugées plus "recrutables". D'autres encore s'appuient sur leurs valeurs profondes pour démontrer leur engagement et leur authenticité, abordant ouvertement leur style pour affirmer leur identité et se démarquer positivement. Certains expriment également leurs émotions à travers leur apparence, transformant ainsi leur look en un moyen d'engager la conversation et de créer un lien avec le recruteur. Bien que le lookisme soit un facteur déterminant, il est toléré lorsqu'il repose sur des justifications légales et pertinentes par rapport aux exigences du poste. Ainsi, tout en respectant les normes légales, la diversité des apparences peut être intégrée de manière positive dans le processus de sélection, à condition que les compétences et la motivation des candidats restent les critères primordiaux d'évaluation.

Enfin, l'étude de Fauquet-Alekhine (2016) permet de comprendre le vécu des participants gothiques au travail, qui est similaire à celui étudié dans ce mémoire (lors de la sélection professionnelle). Les résultats montrent que différents facteurs tels que le secteur

d'activité, le degré de compétence du travailleur (Ntumi & Quarcoo, 2016 ; Oostrom et al., 2021), la présence de pairs atypiques sont présents tant durant toute la procédure de sélection professionnelle que sur le lieu de travail.

En sachant que ces vécus sont fonction du secteur d'activité, des caractéristiques du chargé de sélection et du degré de confiance que ce dernier octroie au candidat, ou encore des ressources que les participants mettent en place, nous pouvons conclure que le vécu de nos participants est teinté de leur appartenance au mouvement gothique. Ainsi, le proverbe l'habit ne fait pas le moine pourrait être remis en question car l'apparence physique est symbolique et permet non seulement d'exprimer son identité mais également de la faire découvrir au monde extérieur. En conclusion, comme **P8** l'exprime, « *il ne faut pas juger un livre à sa couverture* ».

6. Bibliographie :

- Badaoui, K., Lebrun, A., & Bouchet, P. (2015). L'intérêt des théories psychosociales pour comprendre les styles vestimentaires des adolescents. *Revue Management & Avenir/Management & Avenir*, N° 76(2), 57–76. <https://doi.org/10.3917/mav.076.0057>
- Banks, G. C., Kepes, S., Joshi, M., & Seers, A. (2015). Social identity and applicant attraction : Exploring the role of multiple levels of self. *Journal of Organizational Behavior*, 37(3), 326-345. <https://doi.org/10.1002/job.2043>
- Bowes, L. N., Carnegie, R. E., Pearson, R. M., Mars, B., Biddle, L. A., Maughan, B., Lewis, G. H., Fernyhough, C., & Heron, J. E. (2015). Risk of depression and self-harm in teenagers identifying with goth subculture: a longitudinal cohort study. *The Lancet. Psychiatry*, 2(9), 793–800. [https://doi.org/10.1016/s2215-0366\(15\)00164-9](https://doi.org/10.1016/s2215-0366(15)00164-9)
- Casoria, F., Reuben, E., & Rott, C. (2020). The Effect of Group Identity on Hiring Decisions With Incomplete Information. ERN: *Personnel Policies (Topic)*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3731536>
- Cavico, F. J., Muffler, S. C., & Mujtaba, B. G. (2012). Appearance discrimination, lookism and lookphobia in the workplace. *Journal Of Applied Business Research (JABR)*, 28(5), 791. <https://doi.org/10.19030/jabr.v28i5.7223>
- Chiang, C. I., & Saw, Y. L. (2018). Do good looks matter when applying for jobs in the hospitality industry? *International Journal of Hospitality Management*, 71, 33-40. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.12.001>
- Conner, B. H., Peters, K., & Nagasawa, R. H. (1975). Person and Costume : Effects on the Formation of First Impressions. *Home Economics Research Journal*, 4(1), 32-41. <https://doi.org/10.1177/1077727X7500400103>

- Deng, W., Li, D., & Zhou, D. (2020). Beauty and job accessibility : New evidence from a field experiment. *Journal of Population Economics*, 33(4), 1303-1341. <https://doi.org/10.1007/s00148-019-00744-7>
- Fanning, K., Williams, J., & Williamson, M. G. (2021). Group Recruiting Events and Gender Stereotypes in Employee Selection*. *Contemporary Accounting Research*, 38(4), 2496-2520. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12710>
- Fauquet-Alekhine, P. (2016). Clothing-based discrimination at work : the case of the Goth subculture. *British Journal of Education, Society & Behavioural Science*, 13(4), 1-16. <https://doi.org/10.9734/bjesbs/2016/21592>
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., & Glick, P. (2007). Universal dimensions of social cognition : warmth and competence. *Trends in Cognitive Sciences*, 11(2), 77-83. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2006.11.005>
- Fiske, S. T., & Dupree, C. (2014). Gaining trust as well as respect in communicating to motivated audiences about science topics. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(supplement_4), 13593-13597. <https://doi.org/10.1073/pnas.1317505111>
- Garcia, M. (2021). Éthique de l'accompagnement – Une approche existentielle, par Jacques Quintin (2020). *Canadian Journal of Bioethics*, 4(1), 122–123. <https://doi.org/10.7202/1077642ar>
- Gilligan, I. (2023). Dress or cover? The origin and meaning of clothing. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100730. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100730>
- Glevarec, H. (2010). Dick Hebdig, Sous-Culture. Le sens du style. *Sociologie De L'art, OPuS* 15(1), 197–202. <https://doi.org/10.3917/soart.015.0197>
- Gobeil-Proulx, J., Hamel, C., & Viau-Guay, A. (2018). Apprendre en s'observant sur vidéo : une revue systématique de la littérature. *Pédagogiques*, 34(1). <https://doi.org/10.4000/ripes.1316>

- Gottlieb, M., Promes, S. B., & Coates, W. C. (2021). A guide to creating a high-quality curriculum vitae. *AEM Education and Training*, 5(4), e10717. <https://doi.org/10.1002/aet2.10717>
- Guern, P. L. (2010). Dick Hebdige, Sous-culture. Le sens du style. *Sociologie De L'art, OPuS* 15(1), 203–209. <https://doi.org/10.3917/soart.015.0203>
- Harada, M. (2005). Phénoménologie herméneutique et philosophie des sciences. *Revue Des Sciences Philosophiques Et Théologiques*, Tome 89(4), 697–712. <https://doi.org/10.3917/rspt.894.0697>
- Harris, L. T., & Fiske, S. T. (2006). Dehumanizing the lowest of the low. *Psychological Science*, 17(10), 847-853. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01793.x>
- Hauser, S. (2023). GRHO0031-3 Pratique de l'entretien d'embauche [notes de cours]. Université de Liège, département de psychologie.
- Hester, N., & Hehman, E. (s. d.). Dress is a Fundamental Component of Person Perception. *Personality and Social Psychology Review*.
- Howlett, N., Pine, K., Orakçioğlu, I., & Fletcher, B. (2013). The influence of clothing on first impressions. *Journal Of Fashion Marketing And Management*, 17(1), 38-48. <https://doi.org/10.1108/13612021311305128>
- Légal, J., & Delouée, S. (2015). Stéréotypes, Préjugés et Discrimination. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/279442375_Stereotypes_Prejuges_et_Discrimination
- Leyens, J. (2020). *Sommes-nous tous racistes : Psychologie des racismes ordinaires*. Mardaga. <https://doi.org/10.3917/mard.leyen.2020.01>
- Leyens, J., Scaillet, N. (2018). *Sommes-nous tous des psychologues ?* Mardaga.

- Naumann, L. P., Vazire, S., Rentfrow, P. J., & Gosling, S. D. (2009). Personality judgments based on physical appearance. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 35(12), 1661–1671. <https://doi.org/10.1177/0146167209346309>
- Newman, Sabrina, "The Evolution of the Perceptions of the Goth Subculture" (2018). Honors Theses - Providence Campus. 27. https://scholarsarchive.jwu.edu/student_scholarship/27
- Ntumi, S., & Quarcoo, E. (2016). *The influence of clothing in the negotiation of identities. A study between students and lecturers.*
- Oerther, S. (2021). Designing interview guides on stress and coping related to parenting pre-teen children: an example from a hermeneutic phenomenological study. *Nursing Open*, 8(5), 2142–2152. <https://doi.org/10.1002/nop2.778>
- Oostrom, J. K., Ronay, R., & Van Kleef, G. A. (2021). The signalling effects of nonconforming dress style in personnel selection contexts: Do applicants' qualifications matter? *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(1), 70-82. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2020.1813112>
- Pohl, S., & Klein, O. (2014). Les biais rencontrés lors du processus de sélection professionnelle : une analyse en termes de stéréotypes In *Stéréotypes et préjugés au travail : Des processus aux conséquences.* Paris: Harmattan.
- Prickett, T. J., Gada-Jain, N., & Bernieri, F. J. (2000). Running Head : FIRST IMPRESSIONS IN JOB INTERVIEWS.
- Ribau, C., Lasry, J., Bouchard, L., Moutel, G., Hervé, C., & Marc-Vergnes, J. (2005). La phénoménologie : une approche scientifique des expériences vécues. *Recherche En Soins Infirmiers*, N° 81(2), 21–27. <https://doi.org/10.3917/rsi.081.0021>
- Saravanan, D. D. (2015). *FASHION TRENDS AND ITS IMPACT ON SOCIETY.*

- Sarwar, N., Jahanzeb Khan, M., Sarwar, A., Abid, S., & Ali, H. (2021). Opinion of Recruiters About the Role of Physical Attractiveness in the Process of Selection : Qualitative study. *International Research Journal of Science and Technology*.
- Serban, C. (2012). La méthode phénoménologique, entre réduction et herméneutique. *Les Études Philosophiques*, n° 100(1), 81–100. <https://doi.org/10.3917/leph.121.0081>
- Sklar, M., Strübel, J., Freiberg, K., & Elhabbassi, S. (2021). Beyond Subculture the Meaning of Style: Chronicling Directions of Scholarship on Dress since Hebdige and Muggleton. *Fashion Theory*, 26(6), 715–735. <https://doi.org/10.1080/1362704x.2021.1954834>
- Spiegel, T. J. (2022). Lookism as Epistemic Injustice. *Social Epistemology*, 37(1), 47-61. <https://doi.org/10.1080/02691728.2022.2076629>
- Strinić, A., Carlsson, M., & Agerström, J. (2021). Occupational stereotypes: professionals' warmth and competence perceptions of occupations. *Personnel Review*.
- Swider, B. W., Harris, T. B., & Gong, Q. (2022). First impression effects in organizational psychology. *Journal Of Applied Psychology*, 107(3), 346-369. <https://doi.org/10.1037/apl0000921>
- Ter Bogt, T., Hale, W. W., Canale, N., Pastore, M., & Vieno, A. (2020). Goth Music and Depressive Symptoms among Adolescents: A Longitudinal Study. *Journal of Youth and Adolescence*, 50(9), 1925–1936. <https://doi.org/10.1007/s10964-020-01294-y>
- Van Zalk, N., Van Zalk, M. H. W., & Kerr, M. (2011). Socialization of social anxiety in adolescent crowds. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 39(8), 1239–1249. <https://doi.org/10.1007/s10802-011-9533-3>
- Warhurst, C., van den Broek, D., Hall, R., & Nickson, D. (2009). Lookism : The New Frontier of Employment Discrimination? *Journal of Industrial Relations*, 51(1), 131-136. <https://doi.org/10.1177/0022185608096808>

- Warling, P.-Y. (2022). *Le vécu des personnes transgenres : focus sur la sélection professionnelle*. (Unpublished master's thesis). Université de Liège, Liège, Belgique. Retrieved from <https://matheo.uliege.be/handle/2268.2/15242>
- Young, R., Sproeber, N., Groschwitz, R. C., Preiss, M., & Plener, P. L. (2014). Why alternative teenagers self-harm: exploring the link between non-suicidal self-injury, attempted suicide and adolescent identity. *BMC Psychiatry*, *14*(1). <https://doi.org/10.1186/1471-244x-14-137>
- Young, R., Sweeting, H., & West, P. (2006). Prevalence of deliberate self harm and attempted suicide within contemporary Goth youth subculture: longitudinal cohort study. *BMJ. British Medical Journal*, *332*(7549), 1058–1061. <https://doi.org/10.1136/bmj.38790.495544.7c>