

LES VALEURS DE BASE DE LA PERSONNE : THÉORIE, MESURES ET APPLICATIONS

[Shalom H. Schwartz](#)

Éditions Technip & Ophrys | « [Revue française de sociologie](#) »

2006/4 Vol. 47 | pages 929 à 968

ISSN 0035-2969

ISBN 9782708011564

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-francaise-de-sociologie-1-2006-4-page-929.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour Éditions Technip & Ophrys.

© Éditions Technip & Ophrys. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Shalom H. SCHWARTZ

Les valeurs de base de la personne : théorie, mesures et applications*

RÉSUMÉ

Le concept de valeur en sciences sociales a souffert d'une absence de consensus, que ce soit sur la définition des valeurs, sur leur contenu ou sur la structure des relations qu'elles entretiennent les unes avec les autres ; il a également souffert de l'absence de méthodes fiables permettant de mesurer les valeurs. Pour valider une théorie destinée à combler, du moins partiellement, cette lacune, cet article présente des données provenant de plus de soixante-dix pays et utilisant deux instruments de mesure différents. On traite ici des valeurs de base que les individus reconnaissent comme telles dans toutes les cultures. La théorie distingue dix valeurs de base différentes et décrit la dynamique des oppositions et des compatibilités entre elles. Cette dynamique détermine une structure des relations entre valeurs, structure commune à des groupes appartenant à des cultures différentes, ce qui conduit à penser qu'il existerait une organisation universelle des motivations humaines. Les individus, comme les groupes, se distinguent par les priorités qu'ils donnent à ces valeurs. On examine ici d'où proviennent les différences de priorité que les individus accordent aux valeurs, et les conséquences en termes d'attitudes et de comportements qui découlent de ces différences de priorités. On traite ainsi des processus qui influent sur les valeurs, et de ceux par lesquels elles influent sur l'action.

Les valeurs sont un concept central des sciences sociales depuis leur origine. Pour Durkheim (1893, 1897) comme pour Weber ([1905] 1958), les valeurs sont fondamentales pour expliquer l'organisation et le changement, au niveau de la société comme à celui des individus. Les valeurs ont joué un rôle important non seulement en sociologie, mais aussi en psychologie, en anthropologie et dans l'ensemble des disciplines connexes. On les utilise pour caractériser les individus ou les sociétés, pour suivre le changement au cours du temps, et pour expliquer les motivations de base qui sous-tendent attitudes et comportements.

Malgré, ou peut-être à cause de ce très large usage des valeurs, beaucoup de conceptions différentes de cet objet de recherche ont émergé (par exemple celles de Boudon, 2001 ; Inglehart, 1997 ; Kohn, 1969 ; Parsons, 1951 ; Rokeach, 1973). Quoiqu'il en soit, l'utilisation des valeurs en sciences sociales a souffert de l'absence de consensus concernant la conception des

* Traduit par Béatrice Hammer et Monique Wach avec l'aide précieuse de Henri Jaskarzec.

Cette recherche a bénéficié du soutien de la Fondation Science Israël (Dotation n° 921/02-1).

valeurs de base, leur contenu et la structure des relations qu'elles entretiennent les unes avec les autres ; elle a également souffert de l'absence de méthodes empiriques fiables permettant de mesurer les valeurs (Hitlin et Piliavin, 2004 ; Rohan, 2000). Cet article présente une théorie destinée à combler une partie de cette lacune dans le domaine des valeurs des individus (Schwartz, 1992, 2005a).

Cette théorie traite des valeurs de base que les individus reconnaissent comme telles dans toutes les cultures. Elle identifie dix valeurs de base, différentes en termes de motivations, et décrit la dynamique des oppositions et des compatibilités entre elles. Certaines valeurs sont en opposition avec d'autres (par exemple la bienveillance s'oppose au pouvoir) tandis que d'autres vont de pair (par exemple la conformité et la sécurité). La « structure » des valeurs rend compte de ces relations d'opposition et de compatibilité entre valeurs, et non pas de leur importance relative. Si la structure des valeurs est similaire dans des groupes appartenant à des cultures différentes, cela permet de penser qu'il existe une organisation universelle des motivations humaines. Bien sûr, même si ces types de motivations humaines, dont les valeurs sont l'expression, ainsi que la structure des relations qu'elles entretiennent les unes avec les autres sont universels, les individus et les groupes se distinguent nettement les uns des autres quant à l'importance relative qu'ils attribuent à leurs différentes valeurs. En d'autres termes, les personnes et les groupes ont différentes « hiérarchies » ou « priorités » de valeurs.

Cet article présente une théorie des valeurs de base de la personne et décrit deux instruments différents qui permettent de mesurer les valeurs qu'elle définit. Les données recueillies avec ces instruments dans plus de soixante-dix pays ont permis de valider à la fois la nature des valeurs proposées et la structure postulée par la théorie. J'examinerai également certaines sources des variations observées dans l'importance accordée aux différentes valeurs, et certaines conséquences en termes d'attitudes et de comportements qui découlent de l'importance que l'on accorde à telle ou telle valeur. Ce faisant, je décrirai les processus qui influent sur les valeurs, et ceux par lesquels les valeurs influent sur l'action.

Une théorie sur la nature et la structure des valeurs

La nature des valeurs

Quand nous pensons à nos valeurs, nous pensons à ce qui nous semble important dans la vie. Chacun de nous accorde des degrés d'importance divers à de nombreuses valeurs (par exemple la réussite, la sécurité, la bienveillance). Une valeur particulière peut être très importante pour une personne et sans importance pour une autre. La théorie des valeurs (Schwartz, 1992,

2005a) adopte une conception des valeurs qui leur attribue six caractéristiques principales, implicites dans les écrits de nombreux auteurs (1) :

1) **Les valeurs sont des croyances** associées de manière indissociable aux affects. Quand les valeurs sont « activées », elles se combinent aux sentiments. Les personnes pour qui l'indépendance est une valeur importante sont en état d'alerte si leur indépendance est menacée, désespérées quand elles ne parviennent pas à la préserver, et heureuses quand elles peuvent l'exercer.

2) **Les valeurs ont trait à des objectifs désirables** qui motivent l'action. Les personnes pour qui l'ordre social, la justice et la bienfaisance sont des valeurs importantes sont motivées pour poursuivre ces objectifs.

3) **Les valeurs transcendent les actions et les situations spécifiques.** L'obéissance et l'honnêteté, par exemple, sont des valeurs qui peuvent être pertinentes au travail ou à l'école, dans la pratique d'un sport, dans les affaires, en politique, au sein de la famille, avec les amis ou les étrangers. Cette caractéristique permet de distinguer les valeurs de concepts plus restreints comme les normes ou les attitudes, qui ont trait généralement à des actions, des objets ou des situations particulières.

4) **Les valeurs servent d'étalon ou de critères.** Les valeurs guident la sélection ou l'évaluation des actions, des politiques, des personnes et des événements. On décide de ce qui est bon ou mauvais, justifié ou illégitime, de ce qui vaut la peine d'être fait ou de ce qui doit être évité en fonction des conséquences possibles pour les valeurs que l'on affectionne. Mais l'impact des valeurs sur les décisions de tous les jours est rarement conscient. Les valeurs deviennent conscientes quand les actions ou les jugements que l'on envisage conduisent à des conflits entre différentes valeurs que l'on affectionne.

5) **Les valeurs sont classées par ordre d'importance** les unes par rapport aux autres. Les valeurs d'une personne peuvent être classées par ordre de priorité, et cette hiérarchie est caractéristique de cette personne. Accorde-t-elle plus d'importance à la réussite ou à la justice, à la nouveauté ou à la tradition ? Le fait que les valeurs soient hiérarchisées chez un individu permet aussi de les distinguer des normes et des attitudes.

6) **L'importance relative de multiples valeurs guide l'action.** Toute attitude, tout comportement, implique nécessairement plus d'une valeur. Par exemple, aller à la messe peut exprimer et promouvoir des valeurs comme la tradition, la conformité et la sécurité, au détriment des valeurs d'hédonisme ou de stimulation. L'arbitrage entre des valeurs pertinentes et rivales est ce qui guide les attitudes et les comportements (Schwartz, 1992, 1996). Les valeurs contribuent à l'action dans la mesure où elles sont pertinentes dans le contexte (donc susceptibles d'être activées) et importantes pour celui qui agit.

(1) Voir Allport (1961) ; Feather (1995) ; (1951) ; Morris (1956) ; Rokeach (1973) ; Inglehart (1997) ; Kohn (1969) ; Kluckhohn Schwartz et Bilsky (1987).

Ces caractéristiques concernent *toutes* les valeurs. Ce qui distingue une valeur d'une autre est le type d'objectif ou de motivation que cette valeur exprime. La théorie des valeurs définit dix grands groupes de valeurs selon la motivation qui sous-tend chacune d'entre elles. On peut supposer que ces valeurs englobent le champ des différentes valeurs reconnues par toutes les cultures. Selon la théorie, il est probable que ces valeurs soient universelles parce qu'elles trouvent leur source dans au moins une des trois nécessités de l'existence humaine, auxquelles elles répondent. Ces nécessités sont : satisfaire les besoins biologiques des individus, permettre l'interaction sociale, et assurer le bon fonctionnement et la survie des groupes.

Les individus ne peuvent pas réussir seuls à répondre à ces trois nécessités de l'existence humaine. Bien plus, ils doivent exprimer des objectifs permettant tout à la fois d'y faire face, de communiquer avec les autres à leur sujet, et d'obtenir la collaboration des autres dans leur démarche. Les valeurs sont les concepts, socialement désirables, que l'on utilise pour représenter ces objectifs au niveau mental, et en même temps le lexique utilisé pour parler de ces objectifs dans les interactions sociales. D'un point de vue évolutionniste (Buss, 1986), ces objectifs et les valeurs qui les expriment sont un enjeu central pour la survie.

Je vais maintenant définir chacune des dix valeurs de base par l'objectif global qu'elle exprime, préciser de quelle(s) nécessité(s) universelle(s) elle découle, et recenser les valeurs qui s'y réfèrent. Pour rendre la signification de chaque valeur plus concrète et explicite, je ferai figurer entre parenthèses la liste des items qui se trouvent dans le premier questionnaire utilisé pour mesurer les valeurs (*Schwartz Value Survey [SVS]*, voir *infra*) et qui correspondent à cette valeur de base. Certains items utilisés pour approcher des valeurs importantes (par exemple *l'amour-propre*) ont des significations multiples : ils correspondent à plusieurs valeurs de base. Ces items figureront alors entre crochets.

Autonomie. Objectif : indépendance de la pensée et de l'action – choisir, créer, explorer. L'autonomie comme valeur est ancrée dans les besoins vitaux de contrôle et de maîtrise (voir, par exemple, Bandura, 1977 ; Deci, 1975) et les exigences d'interactions nécessaires à l'autonomie et à l'indépendance (voir, par exemple, Kluckhohn, 1951 ; Kohn et Schooler, 1983 ; Morris, 1956). (Les items utilisés pour approcher cette valeur de base sont : *créativité, liberté, choisissant ses propres buts, curieux, indépendant* ainsi que [*amour-propre, intelligent, droit à une vie privée*]).

Stimulation. Objectif : enthousiasme, nouveauté et défis à relever dans la vie. Les valeurs de stimulation découlent du besoin vital de variété et de stimulation ; elles permettent de maintenir un niveau d'activité optimal et positif tout en écartant la menace qu'amènerait un niveau trop élevé de stimulation (voir, par exemple, Berlyne, 1960). Ce besoin vital est probablement en relation avec ceux qui sous-tendent les valeurs d'autonomie (voir Deci, 1975). (Items associés : *une vie variée, une vie passionnante, intrépide*).

Hédonisme. Objectif : plaisir ou gratification sensuelle personnelle. Les valeurs d'hédonisme proviennent des besoins vitaux de l'être humain et du plaisir associé à leur satisfaction. Beaucoup d'auteurs dans de nombreuses disciplines se réfèrent à l'hédonisme (par exemple Freud, 1933 ; Morris, 1956 ; Williams, 1968). (Items associés : *plaisir, aimant la vie, se faire plaisir*) (2).

Réussite. Objectif : le succès personnel obtenu grâce à la manifestation de compétences socialement reconnues. Être performant dans la création ou l'accès à des ressources est une nécessité pour la survie des individus ; c'est également indispensable pour que les groupes ou les institutions puissent atteindre leurs objectifs. Les valeurs de réussite sont mentionnées par de nombreux auteurs (par exemple Maslow, 1965 ; Rokeach, 1973). Telles qu'on les définit ici, ces valeurs de réussite concernent principalement le fait d'être performant au regard des normes culturelles dominantes, et d'obtenir ainsi l'approbation sociale. (Items associés : *ambitieux, ayant du succès, capable, ayant de l'influence* ainsi que [*intelligent, amour-propre, reconnaissance sociale*]) (3).

Pouvoir. Objectif : statut social prestigieux, contrôle des ressources et domination des personnes. Le fonctionnement des institutions sociales nécessite apparemment un certain degré de différenciation des statuts sociaux (Parsons, 1951). Une dimension domination/soumission apparaît dans la plupart des analyses empiriques des relations interpersonnelles, que ce soit à l'intérieur d'une même culture ou entre les cultures (Lonner, 1980). Pour justifier cet aspect de la vie sociale et pour faire en sorte que les membres du groupe l'acceptent, le pouvoir doit être traité comme une valeur. Les valeurs de pouvoir peuvent aussi découler des aspirations individuelles au contrôle et à la domination (Korman, 1974). Le pouvoir est également mentionné par les auteurs qui ont étudié les valeurs (par exemple Allport, 1961). (Items associés : *autorité, richesse, pouvoir social* ainsi que [*préservant mon image publique, reconnaissance sociale*]).

Le pouvoir et la réussite sont deux valeurs qui visent la reconnaissance sociale. Cependant, les valeurs de réussite (par exemple, *ambitieux*) mettent l'accent sur la démonstration d'une compétence effective lors d'une interaction concrète, tandis que les valeurs de pouvoir (par exemple *autorité, richesse*) concernent plutôt le fait d'atteindre ou de conserver une position dominante à l'intérieur d'un système social plus global.

Sécurité. Objectif : sûreté, harmonie et stabilité de la société, des relations entre groupes et entre individus, et de soi-même. Les valeurs de sécurité

(2) Bien qu'il s'agisse d'une valeur importante, le bonheur n'y figure pas, parce que chacun y parvient par des voies différentes, et en a une définition différente : le bonheur découlera du fait qu'une personne aura atteint une valeur importante pour elle, et ceci quelle que soit cette valeur (Sagiv et Schwartz, 2000).

(3) Les valeurs de réussite se distinguent de la motivation « accomplissement » de McClelland (1961). Sa conception de l'accomplissement traite des critères d'excellence que l'on se définit soi-même, et qui sont une des composantes de la valeur de base « autonomie ».

découlent des nécessités fondamentales du groupe et de l'individu (voir, par exemple, Kluckhohn, 1951 ; Maslow, 1965 ; Williams, 1968). Il y a deux sortes de valeurs de sécurité. Certaines concernent avant tout des intérêts individuels (par exemple, *propre*) (4), d'autres concernent surtout des intérêts collectifs (par exemple, *sécurité nationale*). Mais même ces derniers sont liés, de manière non négligeable, à un objectif de sécurité pour soi-même (ou pour ceux auxquels on s'identifie). Les deux sortes de valeurs de sécurité peuvent donc être réunies dans une valeur qui les englobe. (Items associés : *ordre social, sécurité familiale, sécurité nationale, propre, réciprocité des services rendus* ainsi que [*en bonne santé, modéré, sentiment d'appartenance*]).

Conformité. Objectif : modération des actions, des goûts, des préférences et des impulsions susceptibles de déstabiliser ou de blesser les autres, ou encore de transgresser les attentes ou les normes sociales. Les valeurs de conformité proviennent de la nécessité pour les individus d'inhiber ceux de leurs désirs qui pourraient contrarier ou entraver le bon fonctionnement des interactions et du groupe. De fait, tous les auteurs traitant des valeurs mentionnent la conformité (par exemple Freud, 1930 ; Kohn et Schooler, 1983 ; Morris, 1956 ; Parsons, 1951). Telles que je les conçois, les valeurs de conformité concernent l'autolimitation dans les interactions quotidiennes, généralement avec des personnes proches. (Items associés : *obéissant, auto-discipliné, politesse, honorant ses parents et les anciens* ainsi que [*loyal, responsable*]).

Tradition. Objectif : respect, engagement et acceptation des coutumes et des idées soutenues par la culture ou la religion auxquelles on se rattache. Partout, les groupes développent des pratiques, des symboles, des idées et des croyances qui représentent leur expérience et leur destin commun et deviennent ainsi les coutumes et les traditions du groupe, qui leur accorde beaucoup de valeur (Sumner, 1906). Ces coutumes et traditions deviennent l'expression de la solidarité du groupe, expriment sa valeur singulière et contribuent à sa survie (Durkheim, 1912 ; Parsons, 1951). Elles prennent souvent la forme de rites religieux, de croyances, et de normes de comportement. (Items associés : *respect de la tradition, humble, religieux, acceptant ma part dans la vie* ainsi que [*modéré, vie spirituelle*]).

Les valeurs de tradition et de conformité sont particulièrement proches en termes de motivation ; toutes deux ont pour objectif la subordination du sujet aux attentes imposées par les autres. Cependant la nature de cette subordination diffère d'un type à l'autre : la conformité subordonne le sujet aux personnes avec lesquelles il est fréquemment en interaction – parents, professeurs, patrons ; la tradition subordonne le sujet à des objets plus abstraits – coutumes, idées religieuses ou spécifiques d'une culture. Corollairement, les valeurs de conformité amènent à répondre à des attentes présentes, qui peuvent varier. Les valeurs de tradition, elles, exigent que l'on se conforme à des attentes immuables, qui proviennent du passé.

(4) Cet adjectif renvoie à la notion de propreté. Le libellé complet de l'item « propre » est propre (net, soigné) [NdT].

Bienveillance. Objectif : la préservation et l'amélioration du bien-être des personnes avec lesquelles on se trouve fréquemment en contact (l'« endogroupe »). Les valeurs de bienveillance proviennent de la nécessité pour le groupe de fonctionner de manière harmonieuse (voir, par exemple, Kluckhohn, 1951 ; Williams, 1968) et du besoin d'affiliation de l'individu en tant qu'organisme biologique (voir, par exemple, Korman, 1974 ; Maslow, 1965). Les relations au sein de la famille ou des autres groupes de proches sont ici cruciales. La bienveillance met l'accent sur le souci du bien-être des autres. (Items associés : *secourable, honnête, indulgent, responsable, loyal, amitié vraie, amour adulte* ainsi que [*sentiment d'appartenance, un sens dans la vie, une vie spirituelle*]).

Bienveillance et conformité contribuent toutes deux à développer la coopération et la solidarité. Cependant, les valeurs de bienveillance procèdent d'une base motivationnelle intériorisée débouchant positivement sur ces types de comportement. À l'inverse, les valeurs de conformité incitent à la coopération afin de protéger l'individu contre les conséquences négatives possibles pour lui-même de l'absence de coopération. Ces deux valeurs de base peuvent, ensemble ou séparément, conduire aux mêmes comportements.

Universalisme. Objectif : compréhension, estime, tolérance et protection du bien-être de *tous* et de la nature. Ceci contraste avec l'importance apportée à l'endogroupe pour les valeurs de bienveillance. Les valeurs d'universalisme proviennent du besoin de survie des individus et des groupes. Mais ce besoin n'est pas identifié tant que l'individu n'a pas été en contact avec d'autres groupes que celui de ses proches, et tant qu'il n'a pas pris conscience du caractère limité des ressources naturelles. L'individu peut alors réaliser que le fait de ne pas accepter que les autres soient différents et de ne pas les traiter de manière juste va provoquer un conflit mortellement dangereux. Il peut aussi réaliser que le fait de ne pas protéger l'environnement va conduire à la destruction des ressources dont la vie dépend. Les valeurs d'universalisme peuvent être divisées en deux sous-catégories, celles qui concernent les êtres humains (y compris les plus éloignés) et celles qui concernent la nature. (Items associés : *large d'esprit, justice sociale, égalité, un monde en paix, un monde de beauté, unité avec la nature, sagesse, protégeant l'environnement* ainsi que [*harmonie intérieure, une vie spirituelle*]).

Une version antérieure de la théorie des valeurs (Schwartz, 1992) émettait l'hypothèse d'une onzième valeur de base quasi universelle : la spiritualité. L'objectif des valeurs de spiritualité est le sens, la cohérence et l'harmonie intérieures, obtenus en transcendant la réalité quotidienne. Si la question du sens ultime est un besoin humain de base (voir, par exemple, Niebuhr, 1935), alors la spiritualité doit être une valeur de base que l'on doit retrouver dans toutes les sociétés. Des items permettant d'approcher la spiritualité, recueillis dans des travaux très variés, ont donc été intégrés à l'enquête sur les valeurs. Les voici : *une vie spirituelle, sens de la vie, harmonie intérieure, détachement* ainsi que [*unité avec la nature, acceptant ma part dans la vie, religieux*]. Comme on le verra plus loin, les données empiriques montrent que la spiritualité

lité n'est pas une valeur dont la signification est comprise de façon similaire dans toutes les cultures.

La structure des relations entre les valeurs

Outre l'identification de dix valeurs fondamentales, la théorie décrit les relations de compatibilité et d'antagonisme que ces valeurs entretiennent les unes avec les autres, en d'autres termes la structure des valeurs. Cette structure provient du fait que lorsque l'on agit selon une valeur, quelle qu'elle soit, cela a des conséquences qui entrent en conflit avec certaines valeurs et sont compatibles avec d'autres. Par exemple, la recherche de la réussite entre la plupart du temps en conflit avec les valeurs de bienveillance. En effet, la quête du succès personnel a tendance à entraver les actions visant à améliorer le bien-être de ceux qui auraient besoin de notre aide. Mais rechercher à la fois la réussite et le pouvoir est généralement compatible. La quête de la réussite personnelle a tendance à renforcer et à être renforcée par des actions destinées à conforter la position sociale du sujet et son autorité sur les autres. Un autre exemple : rechercher la nouveauté et le changement (valeurs appartenant au type stimulation) a des chances d'entrer en conflit avec la préservation des coutumes consacrées par le temps (valeurs appartenant au type tradition). En revanche, les valeurs de tradition sont compatibles avec les valeurs de conformité. Toutes deux impliquent que l'on réponde à des attentes extérieures.

Une action visant telle ou telle valeur a des conséquences pratiques, psychologiques et sociales. Du point de vue pratique, choisir d'effectuer une action particulière conforme à une valeur (par exemple se droguer dans le cadre d'un rituel païen – visant la stimulation) peut clairement transgresser les prescriptions d'une autre valeur (suivre les préceptes de la religion – conforme à la tradition). Du point de vue psychologique, au moment de choisir une action, la personne peut se rendre compte que les deux actions qu'elle envisage sont psychologiquement dissonantes. Et du point de vue social, les autres peuvent la sanctionner en mettant en lumière la contradiction pratique et logique entre l'action choisie et les valeurs contraires que la personne professe. Bien sûr, les individus peuvent avoir (et ont) des valeurs antagonistes, mais ils ne cherchent pas à les atteindre ensemble dans un seul et même acte. Ils poursuivent plutôt des valeurs antagonistes dans des actes différents, à des moments différents et dans des contextes différents.

La structure circulaire de la Figure I (Annexe) décrit l'ensemble des relations d'antagonisme et de compatibilité entre valeurs. La tradition et la conformité sont situées dans la même région parce que, comme nous l'avons noté plus haut, elles partagent le même grand type d'objectif motivationnel. La conformité est située plus vers le centre de la figure, et la tradition plus vers la périphérie. Ceci signifie que les valeurs de tradition sont plus fortement opposées aux valeurs qui leur sont antagonistes. Les attentes liées aux valeurs de tradition sont plus abstraites et plus absolues que celles qui sont

liées aux valeurs de conformité, qui apparaissent dans l'interaction concrète. De ce fait, les valeurs de tradition engendrent un rejet plus fort et sans équivoque des valeurs qui leur sont opposées.

Deux grandes dimensions structurent les relations d'antagonisme et de compatibilité entre les valeurs et permettent de les résumer. Comme on le voit sur la Figure I, une dimension oppose l'*ouverture au changement* (« *openness to change* ») et la *continuité* (« *conservation* »). Cette dimension rend compte du conflit entre les valeurs qui mettent en avant l'indépendance de la pensée, de l'action et des sensations ainsi que la disposition au changement (autonomie, stimulation), et celles qui mettent l'accent sur l'ordre, l'autolimitation, la préservation du passé et la résistance au changement (sécurité, conformité, tradition). La seconde dimension oppose l'*affirmation de soi* (5) (« *self-enhancement* ») au *dépassement de soi* (6) (« *self-transcendence* »). Cette dimension rend compte du conflit qui oppose les valeurs qui mettent en avant le bien-être et l'intérêt des autres (universalisme, bienveillance) aux valeurs qui mettent au premier plan la poursuite d'intérêts individuels, la réussite personnelle et la domination (pouvoir, réussite). L'hédonisme relève à la fois de l'*ouverture au changement* et de l'*affirmation de soi*.

Bien que la théorie définisse dix grandes valeurs, elle suppose qu'à la base les valeurs forment un continuum en termes de motivations. Ce continuum explique la structure circulaire. Pour rendre plus claire la nature de ce continuum, je vais préciser les motivations communes à deux valeurs adjacentes :

a) La motivation commune au pouvoir et à la réussite est la recherche de reconnaissance sociale ;

b) La motivation partagée par la réussite et l'hédonisme est de mettre en avant la satisfaction personnelle ;

c) Le point commun entre l'hédonisme et la stimulation est que ces deux valeurs amènent à rechercher des sensations excitantes et des émotions agréables ;

d) La motivation conjointe de la stimulation et de l'autonomie est l'intérêt intrinsèque pour la nouveauté et pour la maîtrise ;

e) La motivation que partagent l'autonomie et l'universalisme est le fait de se fier à son jugement personnel et d'être à l'aise avec la diversité ;

f) L'universalisme et la bienveillance accordent tous deux la priorité aux autres et relèvent tous deux du dépassement des intérêts égoïstes ;

g) La motivation commune à la bienveillance et à la tradition est l'importance accordée au dévouement envers le groupe d'appartenance (l'endogroupe) ;

(5) Il s'agit de poursuivre ses propres intérêts sans tenir compte de ceux des autres, y compris si c'est à leur détriment [NdT].

(6) Il s'agit ici de dépasser ses propres intérêts et de faire passer les intérêts des autres avant les siens propres [NdT].

h) Le point commun entre la bienveillance et la conformité est que ces deux valeurs requièrent un comportement normatif qui facilite les relations avec les proches ;

i) La conformité comme la tradition nécessitent la subordination de l'individu aux attentes imposées par la société ;

j) La motivation partagée par la tradition et la sécurité est de pérenniser les arrangements sociaux qui existent et assurent la sécurité ;

k) Conformité et sécurité mettent toutes deux en avant l'ordre et l'importance de relations harmonieuses ;

l) La sécurité et le pouvoir supposent tous deux que l'on évite ou que l'on jugule les menaces en contrôlant les relations et les ressources.

En bref, l'agencement circulaire des valeurs représente un continuum en termes de motivations. Plus deux valeurs sont proches l'une de l'autre sur ce cercle, plus les motivations correspondantes sont similaires ; plus deux valeurs sont au contraire distantes, plus les motivations qui les sous-tendent sont antagonistes. L'idée que les valeurs forment un continuum a une implication importante : la partition du domaine des valeurs en dix grands types est une commodité arbitraire. On peut diviser le domaine en plus ou moins de valeurs de base selon les besoins et les objectifs de l'analyse. Le fait de concevoir les valeurs comme étant organisées selon une structure circulaire a des conséquences importantes sur les liens qu'elles entretiennent avec d'autres variables. Cela implique que les relations des dix valeurs de base avec n'importe quelle autre variable suivent un schéma intégré ; je développerai ce point plus loin.

Mesurer les valeurs

L'inventaire de Schwartz

Le premier instrument mis en place pour mesurer les valeurs selon la théorie est maintenant connu sous le nom de « *Schwartz Value Survey* » (questionnaire des valeurs de Schwartz) ou *SVS* (Schwartz, 1992, 2005a). Il se présente sous la forme de deux listes de valeurs. La première comprend 30 items qui décrivent des buts potentiellement désirables sous forme de substantifs ; la seconde comprend 26 ou 27 items qui décrivent des manières d'agir potentiellement désirables sous forme d'adjectifs (7). Chaque item exprime un aspect de la valeur de base auquel il appartient. Une phrase entre paren-

(7) Ceci reprenait l'idée de Rokeach (1973) selon laquelle les valeurs fonctionnent différemment si elles constituent une fin ou un moyen. Les résultats de ma recherche laissent penser que cette distinction n'est pas très perti-

nente (Schwartz, 1992). Un item du *SVS* en 56 items a été abandonné, et deux nouveaux ont été ajoutés à la version en 57 items révisée en 1994.

thèses, à la suite de chaque item, en précise la signification. Par exemple, l'item « égalité (chances égales pour tous) » est un item du type universalisme. L'item « plaisir (satisfaction des désirs) » est un item du type hédonisme.

Les personnes interrogées notent l'importance de chaque item « en tant que principe qui guide MA vie » sur une échelle en 9 points : 7 (d'importance suprême), 6 (très important), 5, 4 (sans précision), 3 (important), 2, 1 (sans précision), 0 (sans importance), -1 (opposé à mes valeurs) (8).

La plupart des valeurs sont perçues comme variant de « moyennement » à « très » importantes. Cette échelle non symétrique, dilatée vers le haut et condensée vers le bas, permet de rendre compte de la façon dont les gens conçoivent les valeurs (résultat établi par des prétests). Cette échelle permet aussi aux personnes interrogées de rendre compte de leur opposition aux valeurs qu'elles essaient d'éviter de promouvoir ou d'exprimer. Ceci est particulièrement nécessaire pour les études transculturelles, parce que les personnes appartenant à une culture ou une subculture peuvent rejeter les valeurs d'autres cultures. Le SVS a été traduit en 47 langues.

Pour calculer l'importance accordée à une valeur de base, on fait la moyenne des notes mises aux différents items que l'on pense *a priori* constitutifs de cette valeur. Le nombre d'items permettant de mesurer chaque valeur varie de trois (hédonisme) à huit (universalisme), ce qui reflète la largeur du champ conceptuel associé à chaque valeur de base. Seuls les items dont on a pu démontrer la quasi-équivalence en termes de signification d'une culture à l'autre, grâce à des analyses utilisant l'échelonnement multidimensionnel (*Smallest Space Analysis* [SSA] ; Schwartz, 1992, 1994, 2005a) et l'analyse factorielle confirmatoire (*Confirmatory Factoriel Analysis* [CFA] ; Schwartz et Boehnke, 2004) sont conservés pour le calcul de la moyenne. Sur 212 échantillons (échantillons nationaux représentatifs, échantillons de professeurs, échantillons d'étudiants) la valeur moyenne des alphas de Cronbach pour les dix valeurs est de 0,68 (ils varient de 0,61 pour la tradition à 0,75 pour l'universalisme) (Schwartz, 2005b).

Le questionnaire des valeurs par portraits

Le questionnaire des valeurs par portraits (*Portrait Values Questionnaire* [PVQ]) est une alternative au SVS conçu pour mesurer les dix valeurs de base chez les enfants de 11 ans et plus, chez les personnes âgées, ou encore chez des personnes n'ayant pas reçu une éducation occidentale qui valorise la pensée abstraite, indépendante des contextes particuliers. On a en effet constaté que le premier instrument de mesure, le SVS, ne convenait pas à de telles populations. Cet instrument de mesure alternatif permet, en outre, de déterminer

(8) Schwartz (1994) explique pour quelle raison il est préférable de donner une note à chaque item plutôt que de demander à la personne interrogée de les classer.

si la théorie des valeurs est valide indépendamment de la méthode de mesure utilisée (9).

Le *PVQ* est constitué d'une série de 40 courts portraits décrivant des personnes différentes, du même sexe que la personne interrogée (Schwartz, 2005b ; Schwartz *et al.*, 2001). Chaque portrait décrit les objectifs, les aspirations ou les souhaits d'une personne et fait implicitement référence à une valeur de base. Par exemple : « C'est important pour cette personne d'avoir des idées nouvelles et d'être créative. II/Elle aime faire les choses à sa façon, de manière originale » décrit une personne qui valorise l'autonomie. « C'est important pour cette personne d'être riche. II/Elle veut avoir beaucoup d'argent et posséder des choses qui coûtent cher » décrit une personne qui valorise le pouvoir.

Pour chaque portrait, les personnes interrogées répondent à la question « Jusqu'à quel point cette personne est-elle comme vous ? » Les réponses possibles sont : « tout à fait comme moi », « comme moi », « un peu comme moi », « un petit peu comme moi », « pas comme moi », « pas du tout comme moi ». On déduit l'importance d'une valeur donnée pour un individu du degré de ressemblance qu'il a déclaré entre le portrait qui fait référence implicitement à cette valeur particulière et lui-même. On demande aux personnes interrogées de comparer le portrait à elles-mêmes plutôt que de se comparer elles-mêmes au portrait. Quand on compare un autre à soi-même, on dirige son attention sur les aspects de l'autre qui sont effectivement décrits dans le portrait. Dans ce cas, on aura donc tendance à se centrer, au moment d'effectuer la comparaison, sur les éléments du portrait qui font référence implicitement aux valeurs.

Les portraits décrivent chaque personne selon ce qui est important pour elle. De ce fait, ils permettent d'approcher les valeurs sans identifier clairement celles-ci comme étant le sujet de l'investigation. Le *PVQ* traite de ressemblance avec une personne qui a des objectifs et des aspirations (autrement dit des valeurs) particuliers, plutôt que de ressemblance avec une personne qui aurait une personnalité particulière. Le même terme peut faire référence aussi bien à une valeur qu'à un trait de personnalité (par exemple l'ambition, la sagesse, l'obéissance). Cependant, les personnes qui valorisent un objectif n'ont pas nécessairement le trait de personnalité correspondant. Par exemple, on peut valoriser la créativité en tant que principe directeur dans la vie et ne pas être créatif. Inversement, il peut arriver que des personnes qui sont créatives n'accordent pas une grande importance à la créativité en tant que valeur qui puisse les guider.

Le nombre de portraits pour chaque valeur va de trois (stimulation, hédonisme et pouvoir) à six (universalisme), ce qui témoigne de la largeur du champ conceptuel associé à chaque valeur de base. La note qui détermine l'importance d'une valeur de base est obtenue en faisant la moyenne des notes

(9) Brocke et Bilsky (2005) et Oishi, Schimmack, Diener et Suh (1998) ont ensuite développé des instruments de comparaison par

paire, fondés sur le *SVS* pour mesurer les dix valeurs de base.

prises à chacun des portraits que l'on a défini *a priori* comme correspondant à cette valeur. Les techniques d'échelonnement multidimensionnel (*Smallest Space Analysis* [SSA]) montrent que tous ces portraits ont des significations quasi équivalentes dans les différentes cultures. Sur la base de quatorze échantillons, venant de sept pays différents, la consistance de chacune des valeurs de base, mesurée par l'alpha de Cronbach, varie de 0,47 pour le type tradition à 0,80 pour le type réussite, la valeur moyenne des alphas étant de 0,68 (Schwartz, 2005b).

Les concepteurs de l'Enquête sociale européenne (*European Social Survey* [ESS] : www.europeansocialsurvey.org) ont choisi la théorie décrite ici et le *PVQ* comme base pour mettre au point une échelle des valeurs humaines à inclure dans l'enquête. La version utilisée dans l'ESS comprend vingt-et-un items, pour la plupart tirés du *PVQ*, quelques-uns ayant été légèrement modifiés pour améliorer l'outil. Avec ce questionnaire, posé à vingt échantillons nationaux représentatifs, l'alpha de Cronbach, qui permet d'évaluer la consistance de chacune des échelles, est en moyenne de 0,56 (il varie entre 0,36 pour le type tradition et 0,70 pour le type réussite). Ces chiffres reflètent le fait que les différentes valeurs ne sont approchées qu'au travers de deux items (trois pour le type universalisme). Contraints de travailler avec très peu d'items, nous avons sélectionné des items permettant de couvrir au maximum le champ conceptuel varié de chaque valeur plutôt que d'augmenter la consistance interne de chaque mesure. Comme on le verra plus tard, bien que les niveaux des alphas soient assez bas, ces valeurs sont de bons prédicteurs des comportements et des attitudes.

Corriger les biais de réponse individuels

Deux personnes différentes n'utilisent pas forcément les échelles de réponse de la même manière, que ce soit pour le *SVS* ou pour le *PVQ*. Certaines personnes déclarent que la plupart des valeurs sont très importantes pour elles, ou que la plupart des portraits leur ressemblent beaucoup. D'autres utilisent les modalités intermédiaires des échelles de réponse, et d'autres encore déclarent que la plupart des valeurs ont peu d'importance pour elles, ou que la plupart des portraits ne leur ressemblent pas. L'échelle doit mesurer la *hiérarchie* des valeurs d'une personne, l'importance relative des différentes valeurs pour elle. En effet, c'est le classement relatif des valeurs et non l'importance d'une valeur isolée dans l'absolu qui influence le comportement et les attitudes. Prenons l'exemple de deux personnes qui auraient donné toutes les deux la note 4 à la valeur de base tradition. Si l'une de ces personnes a donné une note inférieure à 4 à toutes les autres valeurs tandis que l'autre personne a donné une note supérieure à 4 à toutes les autres valeurs, il est évident que la tradition sera plus haut dans la hiérarchie des valeurs de la première que dans celle de la seconde, bien que toutes deux lui aient donné la même valeur absolue. Pour mesurer la hiérarchie des valeurs de manière pertinente, il faut donc corriger les différences individuelles dans

l'utilisation des échelles de réponse. Pour effectuer cette correction, je recommande de centrer les réponses par individu, en utilisant la note moyenne mise par chaque individu à l'ensemble des valeurs (on trouvera plus de détails dans Schwartz, 2005a, 2006). Ceci permet de transformer les notes brutes en notes qui rendent compte de l'importance relative des valeurs pour une personne, autrement dit, de son système de valeurs.

Validation empirique de la théorie

Pour valider la théorie, j'utilise les données obtenues avec le SVS et avec la version du PVQ intégrée dans l'enquête ESS. Les données obtenues avec le SVS ont été recueillies entre 1988 et 2002 dans 233 échantillons de 68 pays appartenant à tous les continents (au total 64 271 personnes). Ces échantillons sont extrêmement variés en termes de localisation géographique, de culture, de langue, de religion, d'âge, de sexe et de profession. Il s'agit soit d'échantillons représentatifs d'un pays ou d'une région d'un pays (16), soit d'échantillons d'enseignants du premier et du second degré (74), soit d'échantillons d'étudiants du premier cycle de différentes disciplines (111), d'adolescents (10), ou encore de divers échantillons d'adultes (22).

Pour chacun de ces échantillons, j'ai calculé la matrice des corrélations de Pearson des 56 ou 57 valeurs. J'ai ensuite effectué sur cette matrice une analyse des plus petits espaces (*Similarity Structure Analysis* [SSA] ; Borg et Shye, 1995 ; Guttman, 1968). Cette technique d'échelonnement multidimensionnel non métrique représente les items comme des points dans un espace multidimensionnel, de telle sorte que les distances entre ces points rendent compte des interrelations entre items. Plus deux items sont similaires en termes conceptuels, plus ils doivent être liés d'un point de vue empirique et donc plus ils doivent être proches dans l'espace multidimensionnel. La SSA fournit des représentations graphiques à deux dimensions des relations entre les valeurs semblables à la Figure II (Annexe), mais sans lignes de séparation. On trace ces lignes de séparation en s'aidant de la répartition *a priori* des items dans les valeurs de base.

Si c'est bien le contenu motivationnel des valeurs qui est le principe le plus puissant qui structure la hiérarchie des valeurs des individus, les relations entre items dans un espace à deux dimensions devraient refléter ce contenu. Plus particulièrement, il devrait être possible de diviser l'espace en régions distinctes qui contiendraient les items représentant chacune des dix valeurs de base. Si la théorie décrit de manière pertinente la *structure* des relations entre les valeurs, alors ces régions distinctes devraient s'agencer selon une structure circulaire similaire à la structure théorique représentée par la Figure I. Les valeurs formant un continuum, l'emplacement exact des frontières est arbitraire. Des items appartenant à deux valeurs adjacentes qui seraient tous deux proches de la frontière entre ces deux valeurs de base seraient nécessairement proches en termes de signification. De ce fait, il arrive souvent, quand

on analyse un échantillon de réponses, que l'on accepte que les items correspondant à deux valeurs adjacentes soient mélangés plutôt que totalement séparés dans deux régions distinctes. On trouvera les règles pour effectuer cette partition dans Schwartz (1992, 2005a).

La Figure II présente les résultats d'une SSA menée sur l'ensemble de l'échantillon multinational pour les 57 items correspondant aux 10 valeurs de base. Les items « repères » sont représentés en gras. La position des items sur la carte est conforme à nos hypothèses sur le contenu de chaque grande valeur de base ainsi que sur la structure circulaire des relations entre valeurs. Lorsque l'on conduit le même genre d'analyse sur les échantillons un par un, on observe généralement de légères variations par rapport à cette configuration, par exemple des interversions d'items appartenant à deux valeurs adjacentes, ou des localisations différentes de tel ou tel item dans une région voisine. Lorsque l'on effectue ce type d'analyse sur chacun des 233 échantillons, cependant, on constate que, pour 96 % d'entre eux, chaque valeur de base constitue soit une région à part, soit forme une région commune avec une valeur de base adjacente. Les items constituant le type spiritualité ne forment une région distincte que dans 38 % des cas. Le plus souvent, les items appartenant au type spiritualité apparaissent dans les régions correspondant aux valeurs tradition, bienveillance, universalisme ou sécurité.

Ces données montrent que, dans la plupart des cultures, on peut distinguer les dix valeurs de base, et que les types de valeurs plus larges constitués par le regroupement de valeurs adjacentes peuvent, eux, être distingués de manière presque universelle. L'étude des données tirées de l'ESS, utilisant le PVQ en 21 portraits, donne les mêmes résultats. Une SSA sur les réponses des 35 161 personnes appartenant à vingt pays interrogées dans le cadre de cette enquête permet d'établir une représentation graphique de ces items que l'on peut diviser en dix régions distinctes, regroupant chacune les items affectés *a priori* à chacune des valeurs de base. De plus, l'ordre dans lequel apparaissent les régions correspondant à chaque valeur de base est conforme à la structure circulaire annoncée par la théorie. Si l'on conduit des analyses séparées pour chacun des vingt pays concernés, on trouve des structures très semblables à celles de la Figure II. Dans quinze pays, les dix valeurs de base forment dix régions distinctes. Dans les cinq pays restants, huit valeurs de base forment des régions distinctes, et les items de deux valeurs de base adjacentes sont mélangés.

La SSA donne donc des résultats graphiques qui confirment la validité de la théorie à travers différentes cultures, et ceci en mesurant les valeurs avec deux méthodes bien différentes. Des analyses factorielles confirmatoires permettent de tester la validité de la théorie d'un point de vue statistique, aussi bien en ce qui concerne l'agrégation des items en valeurs de base qu'en ce qui concerne leur structure. Schwartz et Boehnke (2004) ont montré l'invariance d'une configuration à dix facteurs latents correspondant aux dix valeurs de base dans vingt-trois pays, en utilisant le SVS. Davidov, Schmidt et Schwartz (2005) ont dû regrouper des variables proches du point de vue de la motivation pour constituer sept facteurs latents invariants en termes de confi-

guration et de métrique dans les vingt pays de l'ESS. On peut supposer qu'il a été nécessaire d'opérer un tel regroupement en sept facteurs parce que l'outil utilisé dans l'ESS en 21 items mesurait chaque valeur avec très peu d'items.

Une autre question qui se pose est celle de savoir si les dix valeurs de base identifiées par la théorie sont exhaustives. Y a-t-il ne serait-ce qu'une valeur de base, à laquelle les personnes accordent au moins une importance modérée dans les différentes sociétés, qui serait oubliée par la théorie ? Il est difficile de rejeter définitivement la possibilité que certaines valeurs universelles manquent. Mais d'après nos résultats, cela est peu probable. Dans de nombreux pays, des chercheurs associés à cette recherche ont ajouté des items dont ils pensaient qu'ils manquaient dans le SVS. Quand on les inclut dans la SSA, ces items se retrouvent de façon caractéristique dans des régions qui correspondent à leur signification (par exemple l'identité nationale dans la sécurité, la chasteté dans la conformité). On n'a donc pas identifié de nouvelles valeurs potentiellement universelles.

Si de grands types de valeurs manquaient, on devrait trouver des régions vides sur les cartes de SSA. Pour tester le fait que les analyses étaient assez précises pour que l'on puisse identifier de possibles valeurs de base manquantes, j'ai réalisé des SSA sur les données du SVS après avoir volontairement retiré certaines valeurs. C'est seulement après avoir retiré tous les items correspondant à *deux valeurs adjacentes* qu'une région vide apparaissait. Le fait que l'on ne trouve pas de région vide dans les cartes SSA complètes montre qu'aucun grand groupe de valeurs ne manque. Il est possible que les développements futurs de la théorie amènent à intégrer des valeurs additionnelles spécifiques, de faible largeur conceptuelle. Il est probable, cependant, que les valeurs de la théorie couvrent l'ensemble des valeurs quasi universelles dont le champ conceptuel est large (10).

Le référentiel pan-culturel de la hiérarchie des valeurs (11)

Il y a beaucoup de variations interindividuelles dans l'importance attribuée aux dix valeurs de base. En revanche, lorsque l'on se place au niveau de la société, on observe des similitudes étonnantes dans les hiérarchies des valeurs. Même quand on utilise des instruments différents, on constate que l'ordre d'importance des dix valeurs de base est très similaire d'un échantillon représentatif à un autre. La bienveillance, l'universalisme et l'autonomie sont les valeurs qui arrivent en tête. Le pouvoir et la stimulation

(10) Wach et Hammer (2003) ont ajouté au PVQ deux séries d'items afin de mesurer la « vérité rationnelle » et la « vérité non rationnelle » lors d'une enquête portant sur un échantillon représentatif de la population française. Les premiers items sont apparus dans la région de la valeur de base autonomie, dont elles

expriment l'objectif. Les seconds ont formé une région entre pouvoir et sécurité. Toutefois, ces items sont plutôt formulés comme des croyances que comme des valeurs.

(11) Schwartz et Bardi (2001) ont procédé à un examen détaillé de cette question, dont nous donnons ici un résumé.

arrivent en dernier. La tradition, mesurée avec le SVS ou avec le PVQ complet a, dans les deux cas, une importance relativement faible, mais l'utilisation des deux items intégrés dans le PVQ en 21 items de l'enquête ESS aboutit à ce que l'on attribue plutôt une importance moyenne à cette valeur. La sécurité arrive en quatrième position, la conformité en cinquième ou sixième position, l'hédonisme en septième, et selon les cas la réussite occupe la sixième, la septième ou la huitième place. Cette hiérarchisation fournit une référence pour comparer les résultats de n'importe quel échantillon. Ceci permet de déterminer, le cas échéant, quelle valeur de base est particulièrement bien ou mal notée dans un échantillon donné. Ainsi, par exemple, on peut constater que, bien que la bienveillance soit la valeur la plus importante dans un échantillon, le score attribué à cette valeur de base est relativement bas lorsqu'on le compare à celui qu'il obtient dans d'autres échantillons.

Pourquoi y a-t-il un consensus pan-culturel dans la hiérarchie des valeurs ? Et pourquoi observe-t-on cette hiérarchie particulière ? Il est probable que ce consensus découle de ce qui est commun à la nature humaine, ainsi que du fait que les valeurs ont des capacités adaptatives pour assurer le maintien des sociétés (voir, par exemple, Campbell, 1975 ; Parsons, 1951 ; Schwartz et Bardi, 1997). Ceux qui participent à des activités de groupe et ceux qui jouent un rôle dans le contrôle social déprécient les valeurs qui entrent en conflit avec le fonctionnement harmonieux de groupes sociaux importants ou de la société dans son ensemble. Il y a peu de chances pour que des valeurs contraires à la nature humaine aient un rôle important.

La fonction sociale de base des valeurs est d'inspirer et de maintenir sous contrôle les comportements des membres du groupe (Parsons, 1951). Deux mécanismes sont cruciaux. Tout d'abord, les valeurs constituent des modèles que les individus ont intériorisés ; ils évitent ainsi au groupe de devoir exercer sur eux un contrôle social en permanence. Ensuite, les individus invoquent telle ou telle valeur pour prouver que tel ou tel comportement est approprié, pour justifier leurs exigences vis-à-vis des autres, et pour susciter les comportements désirables. Consciemment ou non, les agents de socialisation cherchent à inculquer des valeurs qui permettent la survie du groupe et la prospérité. Pour expliquer le fait que la hiérarchie des valeurs soit similaire dans de nombreuses cultures, on doit expliquer pourquoi, quelle que soit la société, certaines valeurs particulières sont perçues comme plus ou moins désirables (12).

Trois exigences de la nature humaine indispensables au fonctionnement social permettent d'expliquer cette régularité dans la hiérarchie des valeurs que l'on peut observer empiriquement. 1) La plus importante est la nécessité de mettre en œuvre et de préserver la coopération et le soutien entre les

(12) Ceci ne veut pas dire que cette hiérarchie pan-culturelle reflète les tendances individuelles à répondre de manière socialement désirable aux enquêtes sur les valeurs. La variable de personnalité mesurant la désira-

bilité sociale n'est pas corrélée de manière consistante avec l'importance que les individus donnent aux valeurs haut placées dans la hiérarchie pan-culturelle (Schwartz *et al.*, 1997).

membres des groupes de base. Le point le plus crucial dans la transmission des valeurs est de faire en sorte de développer l'engagement dans des relations positives, l'identification au groupe et la loyauté envers ses membres. 2) Ensuite, on doit donner aux individus la motivation pour consacrer du temps et fournir les efforts physiques et intellectuels nécessaires à la réussite d'une tâche productive ; il faut qu'ils aient envie de résoudre les problèmes rencontrés à cette occasion, de concevoir de nouvelles idées et de trouver des solutions techniques. 3) Enfin, il est utile socialement de donner une légitimité à la satisfaction des besoins et des désirs personnels dans la mesure où cela ne s'oppose pas aux objectifs du groupe. Si l'on rejetait toutes ces gratifications individuelles, les individus seraient frustrés, ce qui les amènerait à arrêter de mettre leur énergie au service du groupe et de ses actions.

La grande importance de la bienveillance (1^{re} position) découle du caractère central des relations sociales positives et coopératives au sein de la famille, qui est le lieu principal d'acquisition et d'apprentissage des valeurs. La bienveillance constitue la base intériorisée de ce qui motive de telles relations. Cette valeur de base est façonnée dès le plus jeune âge et renforcée ensuite à de nombreuses reprises.

L'universalisme (2^e) contribue également à l'établissement de relations sociales positives. Il est très utile principalement quand les membres du groupe doivent entrer en relation avec d'autres auxquels ils ne s'identifient pas facilement, à l'école, au travail, etc. L'universalisme peut aller jusqu'à mettre en péril la solidarité interne au groupe en cas de conflit avec un autre groupe. C'est la raison pour laquelle l'universalisme arrive derrière la bienveillance.

La sécurité (4^e) et la conformité (5^e) débouchent toutes deux sur l'harmonie des relations sociales. En effet, elles contribuent à ce que les conflits soient évités, et à ce que les normes du groupe ne soient pas transgressées. Mais ces valeurs sont généralement acquises en réponse à des exigences et à des sanctions destinées à éviter les risques, à contrôler certaines pulsions et à imposer des limites aux individus. Ceci réduit leur importance, parce que cela entre en conflit avec la satisfaction des besoins et des désirs individuels. De plus, le fait que ces valeurs soient destinées à maintenir le *statu quo* entre en conflit avec l'innovation nécessaire à la recherche de solutions nouvelles pour mener à bien les tâches du groupe.

Promouvoir la tradition (généralement en 8^e position) peut aussi améliorer la solidarité au sein du groupe et de ce fait faciliter le fonctionnement et la survie du groupe. Mais la tradition s'exprime rarement dans des comportements d'importance cruciale pour les différents acteurs en présence. Elle concerne bien plus souvent l'engagement vis-à-vis de croyances abstraites ou de symboles.

Rechercher le pouvoir (10^e) peut faire du tort aux autres, les exploiter et détériorer les relations sociales. Le pouvoir a tout de même de l'importance en tant que valeur parce qu'il peut donner aux individus la motivation

d'œuvrer pour les intérêts du groupe. Il justifie aussi la hiérarchie sociale dans toutes les sociétés.

L'autonomie (3^e) participe aux deuxième et troisième fonctions des valeurs sans nuire à la première. Elle développe la créativité, l'innovation et incite à se confronter aux défis que le groupe peut rencontrer en temps de crise. Le comportement fondé sur ces valeurs trouve sa motivation en lui-même. Il satisfait les besoins individuels sans faire de mal aux autres. De ce fait, il est rare qu'il menace l'harmonie des relations sociales.

Le rang modeste des valeurs de réussite (7^e) pourrait exprimer un compromis entre les bases de la hiérarchisation des valeurs. En positif, cette valeur de base amène les individus à s'investir dans certaines tâches du groupe. Elle rend également légitime l'affirmation de soi, tant qu'elle contribue au bien-être du groupe. En négatif, cette valeur de base encourage certains efforts pour obtenir l'approbation sociale qui peuvent désorganiser les rapports sociaux harmonieux et perturber la réalisation des objectifs du groupe.

L'importance de l'hédonisme (6^e) et celle de la stimulation (9^e) proviennent de la nécessité de rendre légitimes les besoins innés d'atteindre l'excitation et le plaisir. Ces deux valeurs de base sont probablement plus importantes que le pouvoir puisque, contrairement à lui, le fait de les rechercher ne menace pas nécessairement l'harmonie des relations sociales positives (13).

Les fondements de la structure dynamique des relations entre valeurs

Après avoir montré que la structure des relations entre valeurs pouvait être universelle, nous examinons maintenant plus précisément quels en sont les fondements. Jusqu'à présent, nous avons identifié un premier principe dynamique qui organise leur structure : il s'agit des relations de compatibilité et d'antagonisme entre valeurs qui interviennent simultanément dans les décisions. Un examen attentif de la structure suggère l'existence d'autres principes dynamiques (voir Figure III, Annexe) (14).

Un second principe réside dans le type d'intérêt qui motive les différentes valeurs. Les valeurs qui figurent en haut de la Figure III (pouvoir, réussite, hédonisme, stimulation, autonomie) traitent principalement de la façon dont on exprime les intérêts individuels. Les valeurs qui figurent en bas (bienveillance, universalisme, tradition, conformité, sécurité) traitent principalement du type de relations sociales que l'on entretient avec les autres et de la façon

(13) Schwartz et Bardi (2001) invoquent ces mêmes principes pour expliquer l'important écart que l'on constate entre les échantillons d'Afrique subsaharienne et cette hiérarchie panculturelle, les valeurs de conformité étant extrêmement importantes dans ces échantillons.

(14) La théorie des valeurs donne l'ordre des dix valeurs de base. Les Figures I, II et III correspondent au même ordre, mais avec un sens de rotation différent. Ceci ne change pas la signification de la structure.

dont on influe sur leur réussite dans la poursuite de leurs intérêts. La Figure I montre que l'universalisme et la sécurité se situent au contact de ces deux groupes de valeurs. Elles traitent en premier des intérêts des autres, mais les objectifs qu'elles permettent d'atteindre concernent également les intérêts personnels.

Les rapports entre les valeurs et l'anxiété sont un troisième principe organisateur de la structure des valeurs. Les valeurs qui figurent sur la gauche de la Figure III permettent de gérer l'anxiété générée par l'incertitude qui existe dans le monde de la nature et dans la société. On cherche à éviter le conflit (conformité), à maintenir l'ordre existant (tradition, sécurité) ou à juguler les menaces (pouvoir). Les valeurs qui figurent sur la droite (hédonisme, stimulation, autonomie, universalisme, bienveillance) expriment des motivations d'où l'anxiété est absente. La réussite peut figurer dans ces deux catégories : on peut contrôler son anxiété en réussissant socialement, on peut aussi confirmer par cette réussite son sentiment de compétence.

Cette lecture de la structure des valeurs en termes d'anxiété fait écho aux deux formes fondamentales d'autorégulation que Higgins (1997) a proposées. La première gouverne le fait d'éviter les sanctions et de faire en sorte, de façon plus générale, d'éviter les pertes. Les besoins de sécurité, les obligations, ainsi que la menace de possibles pertes activent ce système. Les valeurs qui figurent sur la gauche de la Figure III, et plus spécifiquement la sécurité et la conformité, mettent en œuvre cette forme de régulation. Elles concentrent l'attention et l'action sur le fait d'éviter ou de surmonter les dangers, réels ou potentiels. La seconde gouverne la recherche de récompenses et, de façon plus générale, incite les individus à rechercher des gains. Les besoins de s'occuper des autres, les idéaux, les aspirations intellectuelles et les possibilités de gain activent ce système. Les valeurs qui figurent sur la droite de la Figure III, et plus particulièrement l'autonomie, mettent en œuvre cette forme d'autorégulation. Elles concentrent l'attention et l'action sur les possibilités intrinsèques de « récompenses » sociales, intellectuelles ou émotionnelles.

La structure des relations entre les dix valeurs peut également avoir des fondements biologiques et génétiques. Les dix valeurs concordent avec les quatre pulsions innées proposées par Lawrence et Nohria (2002). Vraisemblablement, ces pulsions, au cours de l'évolution, se sont dégagées comme un ensemble de règles pour la décision, et elles sont au cœur de la nature humaine. Ces quatre pulsions sont :

- 1) Acquérir – rechercher, prendre, contrôler et conserver les ressources matérielles, les signes de statut social, et les expériences gratifiantes ;
- 2) Relier – nouer des relations sociales et développer l'engagement mutuel dans des relations d'entraide ;
- 3) Apprendre – savoir, comprendre, croire, apprécier et appréhender son environnement et soi-même, en exerçant sa curiosité ;
- 4) Défendre – se défendre soi-même et défendre les réalisations que l'on valorise chaque fois que l'on a l'impression qu'elles sont menacées.

Les pulsions « acquérir » et « relire » entrent souvent en conflit lorsque l'on doit prendre une décision au sujet d'une action, de la même façon que les pulsions « apprendre » et « défendre ».

On constate que chaque valeur de base exprime une pulsion ou une combinaison de deux pulsions. Les valeurs transforment les pulsions en objectifs désirables dont on peut être conscient, et qui peuvent de ce fait être invoqués lorsque l'on prend une décision ou lorsque l'on planifie une action. Voici les correspondances que l'on peut établir entre valeurs et pulsions :

- Bienveillance : relire ;
- Universalisme : relire + apprendre ;
- Autonomie : apprendre ;
- Stimulation : apprendre (+ acquérir des expériences gratifiantes) ;
- Hédonisme : (apprendre +) acquérir des expériences gratifiantes ;
- Réussite : acquérir ;
- Pouvoir : acquérir + défendre ;
- Sécurité : défendre ;
- Conformité et tradition : défendre et relire.

Quand on établit ces correspondances entre valeurs et pulsions, on le fait en suivant le cercle des valeurs. Les oppositions entre valeurs correspondent aux oppositions entre pulsions identifiées par Lawrence et Nohria (2002). Cette correspondance entre valeurs et pulsions laisse penser qu'un fondement inné peut aider à expliquer la quasi-universalité de la structure des valeurs.

Les causes des différences de valeurs interindividuelles

Les processus reliant les variables sociodémographiques à la hiérarchie des valeurs

Les circonstances de la vie donnent aux individus des opportunités de rechercher ou d'exprimer certaines valeurs plus facilement que d'autres. Par exemple, les personnes riches peuvent rechercher le pouvoir plus facilement, et les membres des professions libérales peuvent exprimer les valeurs d'autonomie plus aisément. Les circonstances de la vie imposent aussi des contraintes qui empêchent de rechercher ou d'exprimer certaines valeurs. Le fait d'avoir des enfants à charge contraint les parents à limiter leur recherche de stimulation. Et les personnes dont l'entourage est fortement ethnocentrique ont du mal à exprimer leurs propres valeurs universalistes. En d'autres termes, les circonstances de la vie rendent la recherche ou l'expression de telle ou telle valeur plus ou moins facile ou gratifiante.

Typiquement, les gens adaptent leurs valeurs aux circonstances de leur vie. Ils augmentent l'importance qu'ils attribuent aux valeurs qu'ils peuvent atteindre sans difficulté et diminuent l'importance des valeurs qu'ils ne

peuvent pas atteindre (Schwartz et Bardi, 1997). Ainsi, les personnes dont le travail rend possible la liberté de choix se mettent à accorder plus d'importance à l'autonomie au détriment de la conformité (Kohn et Schooler, 1983). La propension à donner plus d'importance aux valeurs accessibles et moins aux valeurs inaccessibles s'observe pour la plupart des valeurs, mais pas pour toutes. On observe le contraire pour les valeurs qui concernent le bien-être matériel et la sécurité. Quand ces valeurs sont inaccessibles, leur importance augmente, quand on peut les atteindre facilement, elle diminue. De ce fait, les personnes qui souffrent de difficultés économiques et de perturbations sociales accordent plus d'importance au pouvoir et à la sécurité que celles qui vivent dans un confort et une sûreté relatifs (Inglehart, 1997).

L'âge, le niveau d'éducation, le sexe, le revenu et les autres caractéristiques sociodémographiques ont un impact sur les relations que l'on noue, sur les expériences d'apprentissage, sur les rôles sociaux que l'on tient, sur les aspirations que l'on a, sur les sanctions que l'on rencontre, et sur les capacités que l'on développe. De ce fait, les différences entre caractéristiques sociodémographiques déterminent largement les différences dans les circonstances de la vie des uns et des autres, ce qui, ensuite, a un impact sur leur hiérarchie de valeurs. On étudie ici dans quelle mesure les variables sociodémographiques les plus importantes sont des déterminants majeurs des différences dans la hiérarchie des valeurs des individus.

Âge et cycle de vie

En vieillissant, les gens ont tendance à être plus impliqués dans des réseaux sociaux, plus engagés dans la reproduction de schémas comportementaux (habitudes), et moins exposés à des changements stimulants ou à des défis passionnants (Glen, 1974). Ceci implique que les valeurs de *continuité* (tradition, conformité, sécurité) devraient prendre de l'importance et que les valeurs d'*ouverture au changement* (autonomie, stimulation, hédonisme) devraient en perdre. À partir du moment où les individus fondent une famille, procréent, et disposent d'une position sociale stable, ils ont tendance à être moins préoccupés par leurs propres efforts et plus par le bien-être des autres (Veroff, Reuman et Feld, 1984). Ceci implique que les valeurs de *dépassement de soi* (bienveillance, universalisme) devraient augmenter avec l'âge et que les valeurs d' (pouvoir, réussite) devraient décroître (15).

La première colonne du Tableau I (Annexe) présente les corrélations entre l'âge et les valeurs dans les 20 pays qui ont participé à l'ESS. Le nombre de pays dans lesquels les corrélations sont dans le même sens que celle observée sur l'échantillon global apparaît entre parenthèses. Toutes les corrélations observées confirment les hypothèses sur le sens des corrélations ce qui étaye les hypothèses faites sur les processus probablement en œuvre. Toutes les associations sont monotones.

(15) Pour plus de détails, voir Schwartz (2005b).

Sexe

Différentes théories traitant des différences entre sexes amènent les chercheurs à supposer que les hommes mettent en avant des valeurs instrumentales concernant l'« agir » comme le pouvoir et la réussite tandis que les femmes défendent des valeurs d'expression et de communauté comme la bienveillance et l'universalisme (Schwartz et Rubel, 2005). La plupart des théoriciens pensent que ces différences sont faibles. La colonne 2 du Tableau I confirme ces hypothèses, aussi bien sur le sens que sur la force des relations entre valeurs et sexe dans l'enquête *ESS*. On trouve le même type de résultat lorsque l'on analyse les données recueillies dans 68 pays avec le *SVS* ou avec le *PVQ*. Les différences entre sexes sont statistiquement significatives et de faible importance pour huit valeurs ; on n'observe pas de différences pour la conformité et pour la tradition. On peut l'expliquer aussi bien par la théorie de l'évolution que par la théorie des rôles sociaux, en montrant comment l'adaptation aux circonstances de la vie préhistorique et de la vie actuelle a pu les produire (Schwartz et Rubel, 2005).

Niveau d'éducation

On peut supposer que le fait de bénéficier d'une éducation donne une plus grande ouverture d'esprit, une flexibilité et une largeur de vue essentielles aux valeurs d'autonomie (Kohn et Schooler, 1983). Cela permet aussi d'être plus ouvert aux idées ou aux activités qui sortent de l'ordinaire, ce qui est essentiel pour les valeurs de stimulation. En revanche, cela remet en cause l'acceptation aveugle des normes, des attentes et des traditions, ce qui devrait affaiblir la conformité et la tradition. L'éducation, du fait qu'elle permet également de mieux faire face aux difficultés de la vie, peut réduire l'importance des valeurs de sécurité. La colonne 3 du Tableau I montre que l'on observe en effet des corrélations positives entre le niveau d'instruction (exprimé en nombre d'années d'études) et l'autonomie et la stimulation, et des corrélations négatives avec la conformité, la tradition et la sécurité.

De plus, on observe des corrélations positives entre niveau d'instruction et réussite. L'habitude de noter et de comparer les performances à l'école, en mettant l'accent sur le fait de se conformer à des normes imposées par d'autres, pourrait expliquer cela. Les relations entre le niveau d'éducation et les valeurs sont généralement linéaires, à l'exception des valeurs qui relèvent de l'universalisme. L'importance de l'universalisme ne commence à augmenter que dans les dernières années de l'enseignement secondaire. Elle est encore plus grande parmi ceux qui entrent à l'université. Ceci peut refléter aussi bien l'élargissement des horizons qu'apporte l'enseignement universitaire qu'une tendance pour ceux qui accordent une importance très grande à l'universalisme à souhaiter une éducation supérieure.

Revenu

L'aisance financière permet de s'impliquer dans les activités que l'on souhaite et de choisir son style de vie librement. Elle réduit les menaces concernant la sécurité ainsi que la nécessité de contrôler ses pulsions et de maintenir des liens d'entraide traditionnels. De ce fait, un revenu élevé devrait favoriser la valorisation de la stimulation, de l'autonomie, de l'hédonisme et de la réussite, et faire baisser l'importance accordée à la sécurité, la conformité et la tradition. Les corrélations que l'on observe entre le revenu global du ménage (en 12 catégories) et l'importance accordée aux valeurs, qui figurent dans la colonne 4 du Tableau I, confirment ces hypothèses. Le revenu est corrélé positivement avec la stimulation, l'autonomie, la réussite et le pouvoir, plus particulièrement pour le tiers des personnes disposant des revenus les plus élevés.

La forme des relations entre valeurs et autres variables : un système intégré

La plupart des recherches portant sur les causes ou les conséquences des valeurs ont traité des relations empiriques que l'on observait entre quelques valeurs « cibles » et une variable sociodémographique particulière, une attitude ou un comportement (par exemple les liens entre classe sociale et obéissance – Alwin [1984] – ou ceux entre égalité et droits civiques – Rokeach [1973]). La théorie des valeurs permet de prendre en compte le fait que le système de valeurs des individus a une structure cohérente. Cela permet de faire le lien entre l'ensemble des valeurs et d'autres variables d'une façon organisée et intégrée.

L'idée-force est la structure circulaire des valeurs. Elle a deux implications pour les relations avec les valeurs : 1) deux valeurs adjacentes dans la structure devraient avoir des relations similaires avec les autres variables ; 2) les liens entre valeurs et autres variables devraient décroître de façon monotone dans les deux directions, si l'on suit le cercle des valeurs, en partant de la valeur la plus proche jusqu'à la plus opposée. Autrement dit, les corrélations observées entre une variable et les valeurs ont une forme que l'on peut prédire. Si une variable sociodémographique, un trait, une attitude ou un comportement a la plus forte corrélation positive avec une valeur et la plus forte corrélation négative avec une autre, on peut déduire de la simple structure circulaire la forme des corrélations entre cette variable et toutes les autres valeurs.

Le Tableau II (Annexe) illustre cela. Les variables y figurent dans l'ordre qu'elles occupent le long du cercle des valeurs (voir Figure I). Les corrélations qui figurent dans le Tableau II ont généralement les deux caractéristiques prédites. Les valeurs adjacentes présentent des liaisons très similaires avec les variables sociodémographiques, et les liaisons entre valeurs de base

et variables sociodémographiques décroissent de façon monotone dans les deux directions le long du cercle, de la valeur associée la plus proche à la valeur la plus éloignée.

La structure intégrée des valeurs rend la théorisation sur les relations entre valeurs et autres variables plus simple. Une fois que l'on a pu identifier, grâce à la théorie, les valeurs qui seront les plus corrélées et les plus anti-corrélées à une variable, la structure circulaire des valeurs permet de prédire la forme des corrélations entre cette variable et toutes les autres valeurs, des corrélations positives aux corrélations négatives en passant par des corrélations très faibles ou nulles. On peut alors expliquer d'un point de vue théorique pourquoi on peut s'attendre ou non à de telles relations. La structure intégrée sert de gabarit et permet de révéler les « déviations » que l'on observe par rapport à la forme attendue. Le fait qu'un haut niveau d'éducation soit associé avec la valorisation de la réussite constitue une telle déviation. Les déviations sont particulièrement intéressantes parce qu'elles nous amènent à chercher quels sont les facteurs déterminants particuliers qui renforcent ou affaiblissent les relations d'une variable avec les valeurs (Schwartz, 1996) (16).

Prédire les comportements grâce aux valeurs de base

La hiérarchie des valeurs des individus influence-t-elle leur comportement de manière systématique et prévisible ? J'examinerai tout d'abord les processus par lesquels les valeurs peuvent influencer sur le comportement. Je donnerai ensuite des exemples d'études ayant pour objet les relations entre valeurs et comportement.

Relations entre valeurs et comportement

L'activation des valeurs

Les valeurs n'ont un effet sur le comportement que lorsqu'elles sont activées (Verplanken et Holland, 2002). L'activation peut ou non impliquer que l'on pense consciemment à cette valeur. Une part importante du traitement de l'information se fait sans que l'on en soit conscient. Plus une valeur est accessible, c'est-à-dire plus elle peut facilement venir à l'esprit, plus il est probable qu'elle soit activée. Parce que les valeurs les plus importantes sont les plus accessibles (Bardi, 2000), leurs liens avec le comportement sont plus forts.

(16) Par exemple, Sagiv et Schwartz (1995) montrent comment l'aspect très particulier des relations entre juifs, musulmans et chrétiens en

Israël modifie les liens entre hiérarchie des valeurs et acceptation des contacts avec les exogroupes.

Les situations qui ont un sens au regard de certaines valeurs les activent. Par exemple, une offre d'emploi peut activer la réussite, un accident de voiture peut activer la sécurité. Même le hasard peut augmenter la probabilité d'activation d'une valeur : ainsi, par exemple, si l'on rencontre des mots associés à une valeur dans une grille de mots-croisés, cela augmente les chances que cette valeur soit activée. S'il s'agit d'une valeur très prioritaire, cela peut induire un comportement. Si l'on se concentre sur soi-même, cela peut également augmenter les relations entre valeurs et comportement, parce que cela active les valeurs qui sont centrales dans l'image de soi, les valeurs de grande importance. Verplanken et Holland (2002) l'ont montré dans le cadre d'expériences où ils ont fait varier l'accessibilité des valeurs dans un cas et le centrage sur soi dans l'autre. Ces expériences d'activation sont particulièrement importantes parce qu'elles montrent que l'activation des valeurs *induit* le comportement. Les études portant sur les relations entre valeurs et comportements dont nous ferons état plus loin ne peuvent pas démontrer l'existence d'un tel lien de causalité. Bien que le raisonnement soit causal, ces études ne mettent en évidence que des corrélations.

Les valeurs sont une source de motivation

Les valeurs des individus, comme leurs besoins, induisent les valences d'actions possibles (Feather, 1995). En d'autres termes, les actions deviennent plus attirantes, elles ont une plus grande valeur subjective si elles promeuvent l'accomplissement d'objectifs eux-mêmes valorisés. Les personnes qui valorisent la stimulation seront probablement attirées par une offre d'emploi qui comporte des défis et amène à prendre des risques, tandis que celles qui valorisent la sécurité peuvent trouver la même offre d'emploi sinistre et repoussante. Les valeurs les plus importantes sont fondamentales pour l'image de soi. Si l'on sent qu'il y a une opportunité d'atteindre ces valeurs, on met en place une réponse automatique, positive et affective aux actions qui vont dans ce sens. Si l'on sent que l'atteinte de ces valeurs est menacée, on réagit négativement sur le plan affectif.

Les valeurs peuvent influencer l'attrait d'une action même si l'on n'en pèse pas consciemment les conséquences. Nous nous rendons rarement compte de l'influence de nos valeurs lorsque nous choisissons ce que nous allons regarder à la télévision, par exemple. La pensée consciente peut, par la suite, modifier l'attrait de telle ou telle action en nous faisant prendre en compte leurs multiples conséquences (par exemple celles pour la famille d'un changement de travail). Les valeurs de base ont également une influence sur l'action à travers les attitudes spécifiques qu'elles sous-tendent. Même quand ils sont poussés par une valeur, les individus ont peu de chance d'agir s'ils ne croient pas qu'ils ont la capacité de mener à bien cette action et qu'elle a des chances de produire le résultat escompté (Feather, 1995).

Influence des valeurs sur l'attention, la perception et l'interprétation des situations

Les valeurs les plus importantes sont des objectifs permanents qui amènent les personnes à rechercher, dans une situation, les aspects touchant à ces valeurs, et à s'en occuper (Schwartz, Sagiv et Boehnke, 2000). Une femme peut s'intéresser aux possibilités d'autonomie d'une offre d'emploi, une autre aux contraintes que cet emploi fera peser sur sa vie sociale. Chacune perçoit la situation selon ses propres valeurs. Chaque type d'interprétation laisse penser que telle ou telle stratégie est désirable. Le système des valeurs a également une influence sur le poids que l'on donne à tel ou tel problème ayant trait aux valeurs. Même si chacune des deux femmes détecte les mêmes opportunités et les mêmes contraintes en termes de valeurs, l'importance qu'elles leur donneront dépendra de leur hiérarchie des valeurs.

L'influence des valeurs sur la programmation d'action

Plus les objectifs sont importants, plus grande est la motivation à les programmer avec soin (Gollwitzer, 1996). Plus une valeur est élevée dans la hiérarchie des valeurs d'une personne, plus cette personne concevra des projets qui conduiront à l'exprimer dans son comportement. Faire des projets incite les gens à se centrer sur les aspects positifs des actions qu'ils envisagent plutôt que sur leurs aspects négatifs. Cela renforce leur croyance dans leur capacité à atteindre les objectifs qu'ils valorisent et augmente leur capacité à persister s'ils rencontrent des obstacles ou s'ils sont distraits dans leur effort. La hiérarchie des valeurs d'un individu, du fait qu'elle amène les gens à programmer des actions liées aux valeurs les plus importantes pour lui, favorise du même coup les comportements qui sont en accord avec ces valeurs.

Quelques exemples d'études empiriques

Pour donner un premier exemple des relations entre valeurs et comportement, voici trois études portant sur le comportement quotidien. Bardi et Schwartz (2003) ont conçu dix séries de six à dix comportements, chaque série concernant principalement une des dix valeurs de base. Les participants à l'étude ont rempli le SVS. Ensuite, on leur a demandé d'estimer combien de fois, au cours de l'année écoulée, ils avaient eu chacun des comportements décrits, compte tenu de leurs possibilités d'avoir ces comportements. Dans les deux autres études, les conjoints ou les amis proches des participants ont à leur tour rempli ce questionnaire portant sur le comportement des participants. On calcule la note attribuée à un comportement correspondant à une valeur de base en faisant la moyenne des notes mises à chacun des items comportementaux associés à cette valeur.

Les corrélations entre chaque valeur et les comportements correspondants figurent dans les colonnes 2 et 3 du Tableau II. Toutes les corrélations entre le comportement tel que les participants l'ont eux-mêmes déclaré et les valeurs sont significatives, et la plupart sont substantielles. Les corrélations entre le comportement tel que les autres l'ont déclaré et les valeurs sont toutes significatives, sauf pour la valeur sécurité. On peut supposer que l'on surévalue le lien entre valeurs et comportements quand on utilise les déclarations des participants eux-mêmes, et qu'on le sous-évalue quand on utilise les déclarations de leurs proches.

Certaines valeurs sont plus corrélées avec le comportement correspondant que d'autres. Pourquoi ? Dans cette étude, la pression normative du groupe était plus forte pour les comportements liés à la sécurité, la conformité, la bienveillance et la réussite. Céder à la pression normative, même quand un comportement s'oppose à une de ses propres valeurs, affaiblit les relations entre valeurs et comportement. Ensuite, la pression extérieure est plus faible pour les comportements qui expriment une valeur qui a une faible importance pour le groupe, ce qui permet aux valeurs personnelles d'avoir une influence plus grande. Les valeurs de tradition et de stimulation avaient des importances particulièrement faibles en moyenne dans ces groupes. De ce fait, on observe de plus fortes corrélations entre valeurs et comportements pour ces valeurs.

Une étude en laboratoire du *comportement de collaboration* (Schwartz, 1996) illustre l'idée fondamentale selon laquelle, au moment de choisir un comportement, des arbitrages entre valeurs rivales s'opèrent. Typiquement, les conséquences d'un comportement permettent d'exprimer ou d'atteindre un groupe de valeurs au détriment des valeurs figurant de l'autre côté du cercle. Pour prédire un comportement, il faut prendre en compte les valeurs qui seront malmenées par ce comportement aussi bien que les valeurs que ce comportement promouvra. La probabilité que l'on adopte un comportement dépend des priorités relatives accordées par l'individu aux valeurs rivales pertinentes.

Les participants qui avaient rempli le SVS étaient appariés avec un autre étudiant pour jouer à un jeu. Ils devaient choisir parmi trois possibilités et partager une somme d'argent entre eux-mêmes et un membre de leur groupe dont on ne connaissait pas l'identité. Chacun devait recevoir la somme d'argent qu'il s'était attribuée plus la somme que son partenaire lui avait attribuée. Le choix coopératif consistait à prendre l'équivalent de 1 euro pour soi-même et de donner 80 centimes à l'autre. Comparé aux autres choix, cela représentait un petit sacrifice sur ses propres gains (20 centimes) et un don maximal à l'autre. Les deux autres choix n'étaient coopératifs ni l'un ni l'autre, ils maximisaient soit le gain absolu (individualisme) soit le gain relatif (compétition).

L'analyse des conséquences du comportement de coopération et de non-coopération en fonction des objectifs des dix valeurs de base a suggéré que la bienveillance et le pouvoir, opposés sur le cercle, étaient les valeurs les plus pertinentes. Dans ce cas, la coopération était plus une question de décence

conventionnelle et de prévenance qu'un réel engagement pour la justice sociale. De ce fait, les valeurs de bienveillance devaient être celles qui auraient le lien le plus fort avec le comportement de coopération. Les valeurs de pouvoir devaient être celles qui étaient les plus liées à la non-coopération. Elles accentuaient l'attrait de la compétition et légitimaient le fait de maximiser ses propres gains même si c'était aux dépens des autres. Les corrélations qui figurent dans la colonne 3 du Tableau II confirment cette hypothèse. La bienveillance est la valeur pour laquelle on observe la plus forte corrélation positive, le pouvoir celle pour laquelle on observe la plus forte corrélation négative. De plus, comme la structure des valeurs le laissait attendre, les corrélations décroissent dans l'ordre du cercle des valeurs, de bienveillance à pouvoir.

Un autre type d'analyse de ces résultats démontre clairement que des arbitrages entre valeurs rivales ont guidé le comportement. Si l'on coupe l'échantillon à la médiane pour la bienveillance et le pouvoir et que l'on croise ces deux partitions, on obtient quatre groupes. Dans le groupe qui donne une grande importance à la bienveillance et une faible au pouvoir, 87 % ont choisi la coopération. C'est deux fois plus que dans n'importe quel autre groupe (les proportions variant de 35 % à 43 %). On peut en déduire que pour parvenir à un haut niveau de coopération, il fallait à la fois que les valeurs qui promeuvent la coopération (la bienveillance) soient fortes mais aussi que les valeurs qui s'y opposent (le pouvoir) soient faibles.

Le vote

L'exemple suivant, qui traite de la manière dont le système de valeur est lié, dans son intégralité, au comportement, nous amène à sortir du laboratoire. Il y a deux coalitions principales aux élections italiennes de 2001, l'une de centre-droit et l'autre de centre-gauche. Ces coalitions se réclament toutes deux de la démocratie libérale, mais affichent aussi des différences de politiques. Pour autant que les citoyens soient capables de reconnaître ces différences, les valeurs les plus reliées à elles devraient avoir une influence sur leur manière de voter.

Le centre-droit met l'accent sur l'économie de marché et le monde des entrepreneurs, sur la sécurité, sur les valeurs familiales et sur les valeurs nationales. Les conséquences attendues de ce type de politique sont compatibles avec le pouvoir, la sécurité et la réussite. Mais elles peuvent nuire aux valeurs opposées à celles-ci sur le cercle des valeurs, à savoir l'universalisme et, peut-être, la bienveillance. En effet, ces valeurs donnent toutes deux la priorité au bien-être des autres même si c'est aux dépens de soi-même. Et l'universalisme exprime le souci des faibles, de ceux qui sont les plus susceptibles de souffrir des politiques économiques centrées sur le marché. À l'inverse, le centre-gauche évoque le bien-être social, la justice sociale, l'égalité et la tolérance vis-à-vis de groupes qui pourraient perturber l'ordre social conventionnel. Les conséquences attendues d'une telle politique sont compatibles avec les valeurs

d'universalisme et de bienveillance. Elles entrent en conflit, en tout cas, avec la recherche personnelle du pouvoir et de la réussite et avec la sécurité qui accorde une priorité au fait de préserver l'ordre social.

De ce fait, le choix politique dans ces élections consiste en un arbitrage entre pouvoir, sécurité et réussite à droite, et universalisme et bienveillance à gauche. C'est sur cette base que j'ai fait l'hypothèse suivante : en ce qui concerne le vote pour le centre-droit, on devrait observer les plus fortes corrélations positives avec l'importance accordée au pouvoir et à la sécurité, et les plus fortes corrélations négatives avec l'importance accordée à l'universalisme. Les corrélations avec la réussite devraient également être positives, et celles avec la bienveillance négatives. Si l'on exprime ceci comme une hypothèse globale pour l'ensemble du cercle des valeurs : les corrélations devraient décroître des plus positives pour pouvoir et sécurité jusqu'aux plus négatives pour universalisme, dans les deux directions le long du cercle représenté sur la Figure I.

Des adultes de la région de Rome ont rempli le *PVQ* et ont dit pour quelle coalition ils avaient voté lors des élections de 2001. Nous avons donné le code (0) au vote de centre-gauche et (1) pour le centre-droit. Nous avons calculé les corrélations bisérielles du vote avec les dix valeurs, en contrôlant le sexe, l'âge, le revenu et le niveau d'éducation. Les corrélations entre le vote de centre-droit et les dix valeurs figurent dans la colonne 4 du Tableau II.

Comme nous l'avions supposé, la corrélation avec l'universalisme est la plus négative, et la corrélation avec la bienveillance est également négative. Les corrélations positives avec sécurité, pouvoir et réussite sont également significatives. La Figure IV représente la forme des corrélations, qui correspond à la courbe sinusoïdale attendue et reflète le continuum des valeurs en termes de motivations. Pour mettre en perspective la force de ces corrélations, on peut noter que les corrélations observées entre les variables sociodémographiques (revenu, profession, niveau d'éducation, sexe, statut matrimonial et âge) et le vote étaient toutes inférieures à 0,08. De plus, les valeurs expliquent presque trois fois plus la variance du vote que n'a pu le faire le questionnaire de personnalité connu sous le nom de « *Big Five* » (Caprara *et al.*, 2006).

Pour illustrer les effets des valeurs de base sur le comportement, étudions un dernier exemple : le cas de l'*activisme politique*. Les données sont tirées des réponses des 1 244 personnes représentatives de la population française ayant participé à l'enquête *ESS* de 2003. Le *PVQ* en 21 items a été utilisé pour mesurer les valeurs. L'activisme politique a été mesuré par le nombre d'actions légales, politiquement pertinentes, choisies dans une liste qui en comportait neuf, et que les personnes interrogées disaient avoir effectuées au cours de la dernière année (par exemple contacter un homme politique, participer à une manifestation, boycotter un produit). Étant donné que l'universalisme promeut la justice sociale et la préservation de l'environnement – objectifs de nombreux activistes – on devrait observer les plus fortes corrélations positives entre cette valeur et l'activisme. Du fait que l'activisme comporte des risques et est orienté vers le changement, on devrait observer les plus fortes corrélations négatives

entre l'activisme et les valeurs sécurité et conformité. La nature des motivations qui sous-tendent l'activisme, tout comme l'ordre des valeurs sur le cercle des motivations amènent à faire l'hypothèse de corrélations positives plus faibles avec la bienveillance et l'autonomie, et de corrélations négatives plus faibles avec le pouvoir et la tradition.

Les corrélations « brutes » des valeurs avec l'activisme politique ainsi que les corrélations obtenues en contrôlant l'effet de cinq variables sociodémographiques figurent dans la colonne 5 du Tableau II. Ces corrélations confirment complètement les hypothèses. La Figure IV présente la forme de ces corrélations, qui correspond à la courbe sinusoïdale attendue et reflète le continuum des valeurs en termes de motivations à une exception près. La corrélation entre activisme politique et stimulation est plus élevée que prévu. Cette déviation par rapport à la courbe montre que ce ne sont pas seulement des considérations idéologiques comme celles que l'universalisme ou la sécurité expriment qui poussent ou non à l'activisme politique. La simple recherche de stimulation joue également un rôle (17).

Pour conclure cette partie, considérons les effets des valeurs sur une attitude qui est d'une grande importance en Europe aujourd'hui, l'opposition à l'immigration. Trois items de l'ESS mesuraient le refus d'accepter les immigrés « différents » – ceux d'une race ou d'une ethnie différente, venant de pays plus pauvres en Europe ou de pays plus pauvres hors d'Europe. Je me centre ici sur l'échantillon des 1 125 Français nés en France (18).

S'opposer aux immigrés « différents » dans le contexte français actuel traduit probablement un désir de préserver le *statu quo* – améliorer la sécurité personnelle et la sécurité au sein de la société, préserver les traditions laïques et catholiques françaises, et maintenir des normes largement répandues. Ceux pour qui la sécurité, la tradition et la conformité sont particulièrement importantes devraient s'opposer plus fortement à l'immigration. Inversement, ceux qui valorisent l'*ouverture au changement* devraient se sentir moins menacés et pourraient y voir un enrichissement de leur société. De ce fait, les personnes pour qui l'autonomie, la stimulation et l'hédonisme sont particulièrement importants devraient s'opposer moins à l'immigration. De plus, ceux qui chérissent l'universalisme, avec son objectif d'acceptation, d'appréciation et de souci du bien-être de tous, y compris de ceux qui sont différents, devraient être ceux qui s'opposent le moins à l'immigration.

La forme des corrélations observées confirme totalement ces hypothèses. Les corrélations positives les plus fortes sont observées entre sécurité et opposition à l'immigration (+ 0,39) tandis que les corrélations les plus négatives sont observées entre universalisme et opposition à l'immigration (– 0,28). Les

(17) Schwartz (2007) analyse les différences individuelles ainsi que les différences entre pays en ce qui concerne l'activisme politique dans les 20 pays dans lesquels l'enquête ESS a eu lieu.

(18) Schwartz (2007) analyse les différences entre les individus et aussi entre les pays en ce qui concerne l'opposition à l'immigration dans 15 pays d'Europe de l'Ouest.

autres corrélations que nous avons prédites sont également significatives (elles sont toutes supérieures à 0,15, $p < 0,001$). Pour offrir une vision plus complète des antécédents de l'opposition à l'acceptation d'immigrés « différents » en France, j'ai fait une régression de la variable mesurant l'opposition à l'immigration sur les valeurs ainsi que sur les variables suivantes : âge, sexe, nombre d'années d'études, statut matrimonial, le fait d'avoir eu un jour des enfants à la maison, le fait d'avoir été au chômage au moins trois mois, l'évaluation subjective de l'adéquation des revenus du ménage, le degré de religiosité. La Figure IV présente les résultats de cette régression.

L'universalisme est le meilleur prédicteur (en négatif) de l'opposition, suivi par la sécurité (en positif). De ce fait, l'arbitrage entre donner *la priorité* à l'amélioration du bien-être de tous les autres (universalisme) et éviter les menaces pour soi-même, ses proches et son pays (sécurité) a l'impact le plus grand sur le fait d'être prêt à accepter les immigrés « différents ». Les personnes âgées, les personnes mariées et les femmes s'opposent plus souvent à l'immigration, peut-être parce qu'elles se sentent plus menacées par les troubles sociaux qu'elles entrevoient. Un niveau d'éducation plus élevé, ainsi qu'une religiosité plus forte prédisent moins d'opposition, alors que la tradition prédit plus d'opposition. Dans la mesure où la variable « religiosité » apparaît dans la régression, le résultat obtenu pour la tradition concerne la protection des coutumes et des pratiques non religieuses.

*
* *

Cette théorie des valeurs a identifié dix valeurs de base, distinctes en termes de motivations, et reconnues implicitement dans presque toutes les cultures. La validité de cette théorie ne dépend pas de la manière dont nous mesurons les valeurs. Les dix valeurs apparaissent aussi bien lorsque les personnes interrogées répondent à des questions portant explicitement sur leurs valeurs (*SVS*) que lorsque nous déduisons leurs valeurs indirectement des jugements qu'elles portent sur le fait que telle ou telle autre personne leur ressemble (*PVQ*). La théorie des valeurs s'applique à des populations ayant reçu une éducation de type occidental, mais aussi à des populations ayant reçu peu ou pas d'éducation. Nous ne savons pas encore si cette théorie s'applique à des tribus plus isolées, ayant été très peu exposées à l'urbanisation, aux médias et à l'économie de marché.

L'émergence de la même structure circulaire représentant les relations entre valeurs quels que soient les pays et les outils de mesure est particulièrement frappante. Partout, les gens font l'expérience du conflit entre la poursuite de valeurs d'*ouverture au changement* et de *continuité*. Ils font aussi l'expérience du conflit entre le *dépassement de soi* et l'. Les oppositions entre valeurs spécifiques (par exemple pouvoir contre universalisme, tradition contre hédonisme) sont également quasi universelles. J'ai décrit quelques processus dynamiques qui peuvent expliquer cette structure circulaire que nous observons. Ces processus peuvent constituer des jalons pour une théorie unifiée des motivations humaines.

Un résultat étonnant de la recherche transculturelle est la forte régularité dans les hiérarchies des valeurs que l'on observe d'une société à l'autre. Dans la grande majorité des pays étudiés, bienveillance, universalisme et autonomie arrivent en tête de la hiérarchie, et pouvoir, tradition et stimulation figurent en queue. Ceci implique que les éléments de la nature humaine et du fonctionnement social qui modèlent la hiérarchie des valeurs des individus sont largement partagés entre les cultures. J'ai proposé une première explication fonctionnelle de ce type de phénomène. Il mérite beaucoup plus de recherches en profondeur.

La hiérarchie des valeurs d'un individu provient de son adaptation aux expériences de la vie. Cette adaptation peut consister en une augmentation de l'importance accordée aux valeurs accessibles et une diminution de celle accordée aux valeurs que l'on n'a pas pu atteindre. Mais c'est l'inverse qui arrive pour les valeurs qui concernent le bien-être matériel et la sécurité. Les caractéristiques sociodémographiques permettent d'expliquer en partie les différences individuelles dans l'importance des valeurs parce qu'elles représentent différents types d'expériences de vie. Conformément à la structure des valeurs identifiée par la théorie, les antécédents jouent sur l'importance des valeurs de manière systématique. Ils ont tendance à renforcer l'importance des valeurs qui sont adjacentes dans le cercle des valeurs (par exemple conformité et sécurité) et à amoindrir l'importance des valeurs rivales (par exemple autonomie et stimulation). Je n'ai dressé ici qu'un tableau très simple présentant les effets séparés et linéaires de quelques variables sociodémographiques. Dans les recherches ultérieures, il faudra également se préoccuper des possibles interactions entre ces variables.

Les valeurs ont une influence sur la plupart, sinon tous les comportements motivés. La théorie des valeurs procure un cadre permettant de relier le système des dix valeurs de base au comportement qui enrichit l'analyse, la prédiction et l'explication des relations entre valeurs et comportement. Elle montre clairement qu'un comportement entraîne un arbitrage entre des valeurs concurrentes. Presque n'importe quel comportement a des implications positives pour exprimer, défendre ou atteindre certaines valeurs, et des implications négatives pour les valeurs situées de l'autre côté du cercle des valeurs. Les gens ont tendance à se comporter de manière à équilibrer leurs valeurs opposées. Ils font les choix qui profitent aux valeurs les plus importantes au détriment de celles qui ont moins d'importance à leurs yeux. De ce fait, l'ordre des associations positives et négatives entre n'importe quel comportement spécifique et les dix valeurs de base a tendance à suivre l'ordre du cercle de valeurs.

Cet article donne quelques exemples de la manière dont les valeurs sont liées au comportement et aux attitudes. Des chercheurs de plus de trente pays ont utilisé le système des dix valeurs de base pour comprendre et parfois prédire d'autres différences individuelles. Parmi les comportements étudiés figurent la consommation d'alcool, l'utilisation de préservatifs, la consommation de drogue, la délinquance, le vol à l'étalage, la compétition, la chasse, différents comportements concernant l'environnement, différents comportements de consommation, des comportements moraux, religieux et sexuels, les

comportements autocratique, indépendant et dépendant, le choix de la filière universitaire, le métier et la spécialité médicale, la pratique des sports, les contacts avec les groupes extérieurs et de nombreuses études concernant le vote.

Parmi les variables d'attitude étudiées figurent la satisfaction au travail, l'engagement dans l'organisation, la confiance dans les institutions, les attitudes à l'égard des dilemmes éthiques, l'attitude vis-à-vis de l'environnement, le sexisme, la religiosité, et le niveau d'identification au pays ou au groupe d'appartenance. Parmi les variables de personnalité étudiées figurent la désirabilité sociale, la domination sociale, l'autoritarisme, les problèmes interpersonnels, le bien-être subjectif, les soucis, et le questionnaire de personnalité « *Big Five* ». Cette multitude d'études qui traitent des comportements, des attitudes et de la personnalité témoigne de la fertilité de la théorie des valeurs et de ce qu'elle a de prometteur pour les recherches futures.

Shalom H. SCHWARTZ

*Department of Psychology
The Hebrew University of Jerusalem
Jerusalem 91905 – Israel*

msshach@mscc.huji.ac.il

ANNEXE

TABEAU I. – Corrélations entre les valeurs et l'âge, le sexe, le niveau d'éducation et le revenu dans les 20 pays participant à l'European Social Survey

Valeur	Âge (N = 35 030)	Sexe (féminin) (N = 35 165)	Niveau d'éducation (N = 34 760)	Revenu (N = 28 275)
Sécurité	0,26 (20)	0,11 (20)	-0,20 (20)	-0,12 (20)
Conformité	0,32 (20)	0,02 (13)*	-0,22 (20)	-0,14 (20)
Tradition	0,33 (20)	0,08 (20)	-0,22 (20)	-0,16 (20)
Bienveillance	0,13 (20)	0,18 (20)	-0,04 (11)*	-0,05 (15)
Universalisme	0,15 (19)	0,12 (20)	0,06 (16)	-0,01 (14)*
Autonomie	-0,08 (15)	-0,06 (19)	0,19 (20)	0,10 (18)
Stimulation	-0,37 (20)	-0,09 (20)	0,16 (19)	0,11 (18)
Hédonisme	-0,33 (20)	-0,06 (18)	0,08 (15)	0,08 (19)
Réussite	-0,26 (20)	-0,12 (20)	0,14 (20)	0,12 (19)
Pouvoir	-0,09 (18)	-0,14 (19)	0,02 (13)*	0,08 (19)

* la corrélation n'est pas significativement différente de zéro.
Note : Entre parenthèses figure le nombre de pays où la corrélation va dans le sens indiqué.
Du fait de données manquantes, le nombre de répondants varie légèrement par rapport aux N indiqués.

TABEAU II. – *Corrélations entre valeurs et comportements^a*

Valeurs	Comportement dans différents contextes (SVS) Israël		Vote pour centre-droit vs centre-gauche (PVQ) Italie		Activisme politique (PVQ 21) France
	Auto- évaluation	Évaluation de l'entourage	Coopération dans un jeu (SVS) Israël		
	N = 293	N = 141	N = 90	N = 2 849 ^b	N = 1 244 ^b
Pouvoir	0,52***	0,25***	-0,37***	0,14**	-0,14*** (-0,14***) ^c
Réussite	0,38***	0,20**	-0,19*	0,08**	-0,07* (-0,10**)
Hédonisme	0,55***	0,29***	-0,18*	0,01	0,11*** (0,09**)
Stimulation	0,64***	0,35***	-0,08	-0,03	0,21*** (0,15***)
Autonomie	0,47***	0,29***	0,06	-0,08**	0,17*** (0,12***)
Universalisme	0,51***	0,24***	0,32**	-0,28**	0,28*** (0,26***)
Bienveillance	0,43***	0,18*	0,38***	-0,18**	0,10*** (0,12***)
Tradition	0,70***	0,42***	0,12	0,07**	-0,16*** (-0,13***)
Conformité	0,40***	0,18*	0,01	0,10**	-0,19*** (-0,14***)
Sécurité	0,31***	0,1	-0,08	0,20**	-0,31*** (-0,22***)

^a Les valeurs sont centrées par individu, afin de corriger le biais lié aux façons de noter différentes (voir texte).

^b Certaines données étant manquantes, le nombre de répondants varie légèrement.

^c Entre parenthèses figurent les corrélations partielles obtenues après avoir contrôlé l'âge, le sexe, le niveau d'éducation, le revenu et la situation matrimoniale.

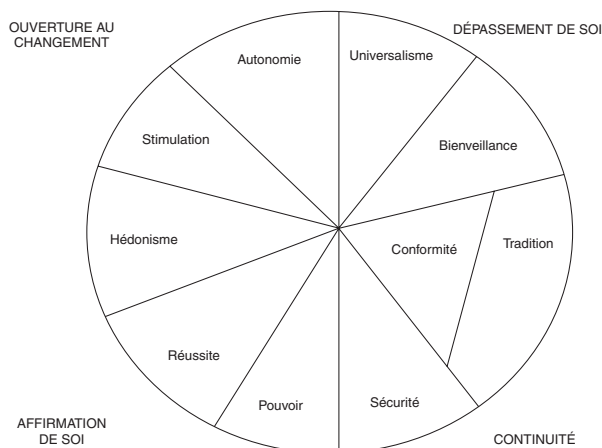
FIGURE I. — *Modèle théorique des relations entre les dix valeurs de base*

Figure II. – SSA menée sur l'ensemble de l'échantillon (N = 64 271) de 68 pays

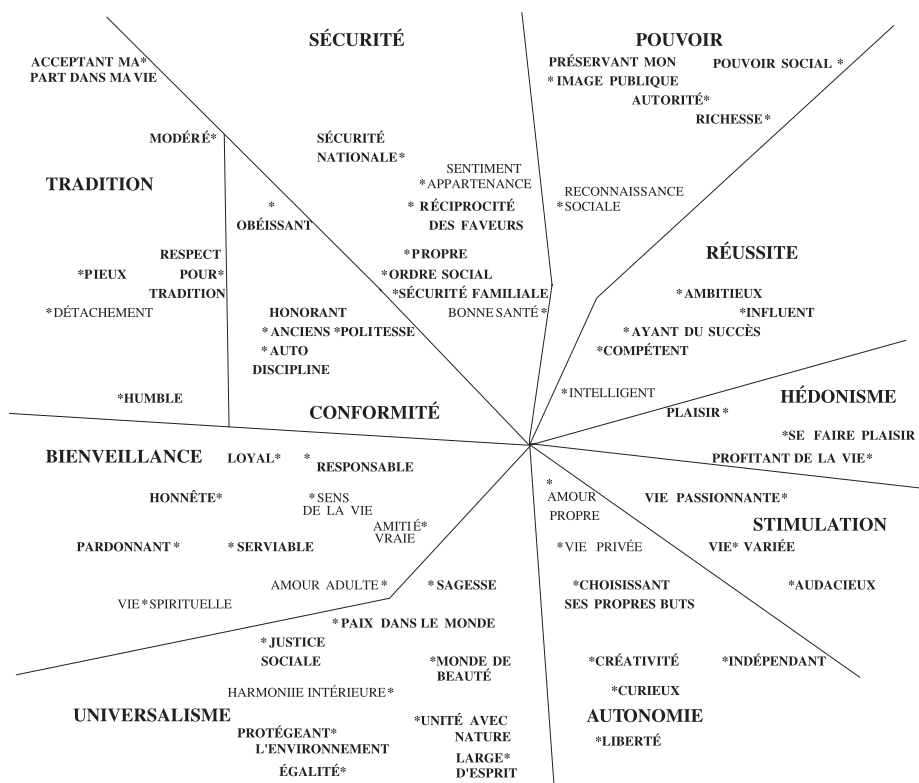


FIGURE III. – *Fondements dynamiques de l'universalité de la structure des valeurs*

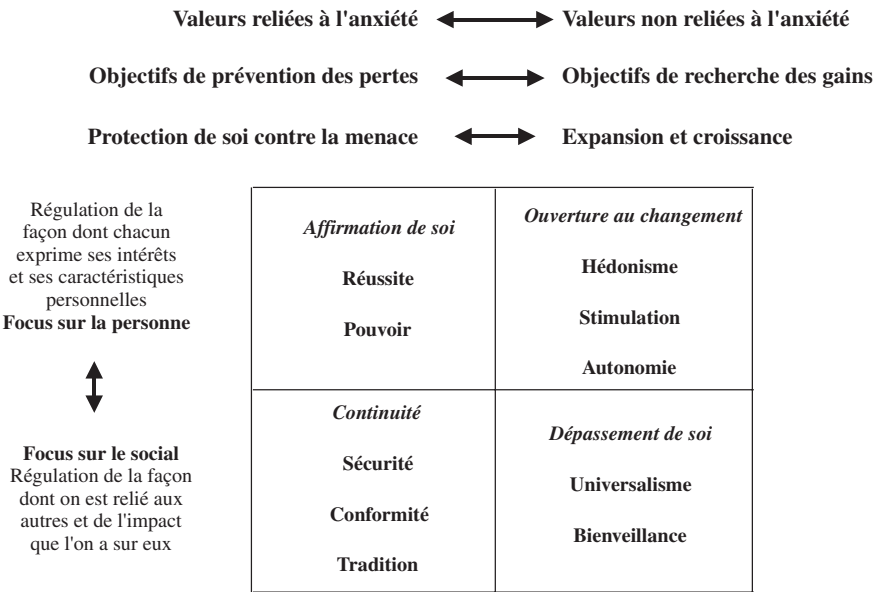


FIGURE IV. – *Valeurs prioritaires et conduites*

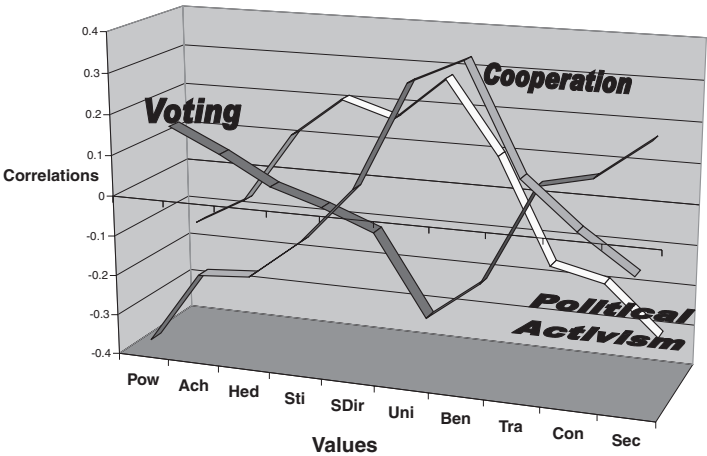
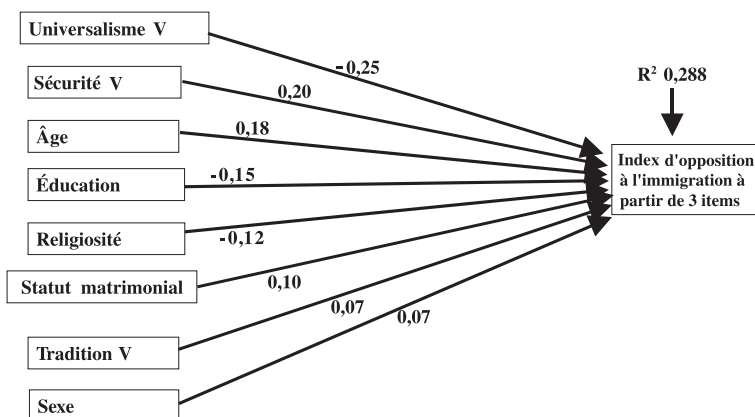


FIGURE V. – *Régression de l'opposition aux immigrés « différents »
(population de Français nés en France)*

France : opposition aux immigrés « différents »
ESS 2003, N = 1 111 Français nés en France



Note : Pour tous les coefficients β indiqués, $p < 0,02$.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Allport G. W., 1961. – *Pattern and growth in personality*, New York, Holt, Rinehart & Winston.
- Alwin D. F., 1984. – « Trends in parental socialization values : Detroit, 1958-1983 », *American journal of sociology*, 90, 2, pp. 359-382.
- Bandura A., 1977. – « Self efficacy : toward a unifying theory of behavioral change », *Psychological review*, 84, 2, pp. 191-215.
- Bardi A., 2000. – *Relations of values to behavior in everyday situations*, Jerusalem, The Hebrew University, Unpublished doctoral dissertation.
- Bardi A., Schwartz S. H., 2003. – « Values and behavior : strength and structure of relations », *Personality and social psychology bulletin*, 29, 10, pp. 1207-1220.
- Berlyne D. E., 1960. – *Conflict, arousal and curiosity*, New York, McGraw-Hill.
- Borg I., Shye S., 1995. – *Facet theory : form and content*, London, Sage.
- Boudon R., 2001. – *The origins of values : essays in the sociology and philosophy of beliefs*, New York, Transaction Publishers.
- Brocke B., Bilsky W., 2005. – *The measurement of value preferences by paired comparisons*, Paper delivered at the 1st European Association for Survey Research Conference, Barcelona, Spain, July.
- Buss D. M., 1986. – « Can a social science be anchored in evolutionary biology ? Four problems and a strategic solution », *Revue européenne des sciences sociales*, 24, pp. 41-50.
- Campbell D. T., 1975. – « On the conflicts between biological and social evolution and between psychology and moral tradition », *American psychologist*, 30, 12, pp. 1103-1126.

- Caprara G. V., Schwartz S. H., Cabaña C., Vaccine M., Barbaranelli C., 2006. – « Personality and politics : values, traits, and political choice », *Political psychology*, 27, 1, pp. 1-28.
- Davidov E., Schmidt P., Schwartz S. H., 2005. – *Bringing values back in : a multiple group comparison with 20 countries using the European Social Survey*, Paper delivered at the 1st European Association for Survey Research Conference, Barcelona, Spain, July.
- Deci E. L., 1975. – *Intrinsic motivation*, New York, Plenum.
- Durkheim É., 1893. – *De la division du travail social*, Paris, Alcan.
- 1897. – *Le suicide*, Paris, Alcan.
- 1912. – *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, Alcan.
- Feather N. T., 1995. – « Values, valences and choice : the influence of values on the perceived attractiveness and choice of alternatives », *Journal of personality and social psychology*, 68, 6, pp. 1135-1151.
- Freud S., 1930. – *Civilization and its discontents*, London, Hogarth Press.
- 1933. – *New introductory lectures in psychoanalysis*, New York, Norton.
- Glen N. D., 1974. – « Aging and conservatism », *Annals of the American Academy of political and social science*, 415, pp. 176-186.
- Gollwitzer P. M., 1996. – « The volitional benefits of planning » dans P. M. Gollwitzer, J. A. Bargh (eds.), *The psychology of action*, New York, Guilford.
- Guttman L., 1968. – « A general non-metric technique for finding the smallest coordinate space for a configuration of points », *Psychometrika*, 33, pp. 469-506.
- Higgins E. T., 1997. – « Beyond pleasure and pain », *American psychologist*, 52, 12, pp. 1280-1300.
- Hitlin S., Piliavin J. A., 2004. – « Values : reviving a dormant concept », *Annual review of sociology*, 30, pp. 359-393.
- Inglehart R., 1997. – *Modernization and postmodernization*, Princeton (NJ), Princeton University Press.
- Kluckhohn C., 1951. – « Values and value-orientations in the theory of action : an exploration in definition and classification » dans T. Parsons, E. Shils (eds.), *Toward a general theory of action*, Cambridge (Mas), Harvard University Press, pp. 388-433.
- Kohn M. L., 1969. – *Class and conformity*, Homewood (Ill), Dorsey Press.
- Kohn M. L., Schooler C., 1983. – *Work and personality*, Norwood (NJ), Ablex.
- Korman A., 1974. – *The psychology of motivation*, Englewood Cliffs (NJ), Prentice-Hall.
- Lawrence P. R., Nohria N., 2002. – *Driven : how human nature shapes our choices*, San Francisco (CA), Jossey Bass.
- Lonner W. J., 1980. – « The search for psychological universals » dans H. C. Triandis, W. W. Lambert (eds.), *Handbook of cross-cultural psychology*, Vol. 1 : *Perspectives*, Boston, Allyn & Bacon.
- Maslow A. H., 1965. – *Eupsychian management*, Homewood (Ill), Dorsey.
- McClelland D. C., 1961. – *The achieving society*, Princeton (NJ), Van Nostrand.
- Morris C. W., 1956. – *Varieties of human value*, Chicago, University of Chicago Press.
- Niebuhr R., 1935. – *An interpretation of Christian ethics*, New York, Harper.
- Oishi S., Schimmack U., Diener E., Suh E., 1998. – « The measurement of values and individualism-collectivism », *Personality and social psychology bulletin*, 24, 11, pp. 1177-1189.
- Parsons T., 1951. – *The social system*, Glencoe (Ill), Free Press.
- Rohan M. J., 2000. – « A rose by any name ? The values construct », *Personality and social psychology review*, 4, pp. 255-277.
- Rokeach M., 1973. – *The nature of human values*, New York, Free Press.
- Sagiv L., Schwartz S. H., 1995. – « Value priorities and readiness for out-group social contact », *Journal of personality and social psychology*, 69, 3, pp. 437-448.
- 2000. – « Value priorities and subjective well-being : direct relations and congruity effects », *European journal of social psychology*, 30, pp. 177-198.

- Schwartz S. H.**, 1992. – « Universals in the content and structure of values : theory and empirical tests in 20 countries » dans **M. Zanna** (ed.), *Advances in experimental social psychology*, Vol. 25, New York, Academic Press, pp. 1-65.
- 1994. – « Are there universal aspects in the content and structure of values ? », *Journal of social issues*, 50, pp. 19-45.
- 1996. – « Value priorities and behavior : applying a theory of integrated value systems » dans **C. Seligman, J. M. Olson, M. P. Zanna** (eds.), *The psychology of values : the Ontario symposium*, Vol. 8, Hillsdale (NJ), Erlbaum, pp. 1-24.
- 2005a. – « Basic human values : their content and structure across countries » dans **A. Tamayo, J. B. Porto** (eds.), *Valores e comportamento nas organizações [Values and behavior in organizations]*, Petrópolis (Brazil), Vozes, pp. 21-55.
- 2005b. – « Robustness and fruitfulness of a theory of universals in individual human values » dans **A. Tamayo, J. B. Porto** (eds.), *Valores e comportamento nas organizações [Values and behavior in organizations]*, Petrópolis (Brazil), Vozes, pp. 56-95.
- 2007. – « Value orientations : measurement, antecedents and consequences across nations » dans **R. Jowell, C. Roberts, R. Fitzgerald, G. Eva** (eds.), *Measuring attitudes cross-nationally—lessons from the European social survey*, London, Sage.
- Schwartz S. H., Bardi A.**, 1997. – « Influences of adaptation to communist rule on value priorities in Eastern Europe », *Political psychology*, 18, pp. 385-410.
- 2001. – « Value hierarchies across cultures : taking a similarities perspective », *Journal of cross-cultural psychology*, 32, 3, pp. 268-290.
- Schwartz S. H., Bilsky W.**, 1987. – « Toward a psychological structure of human values », *Journal of personality and social psychology*, 53, 3, pp. 550-562.
- Schwartz S. H., Boehnke K.**, 2004. – « Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis », *Journal of research in personality*, 38, 3, pp. 230-255.
- Schwartz S. H., Melech G., Lehmann A., Burgess S., Harris M.**, 2001. – « Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement », *Journal of cross-cultural psychology*, 32, 5, pp. 519-542.
- Schwartz S. H., Rubel T.**, 2005. – « Sex differences in value priorities : cross-cultural and multi-method studies », *Journal of personality and social psychology*, 89, 6, pp. 1010-1028.
- Schwartz S. H., Sagiv L., Boehnke K.**, 2000. – « Worries and values », *Journal of personality*, 68, 2, pp. 309-346.
- Schwartz S. H., Verkasalo M., Antonovsky A., Sagiv L.**, 1997. – « Value priorities and social desirability : much substance, some style », *British journal of social psychology*, 36, pp. 3-18.
- Sumner W. G.**, 1906. – *Folkways*, Boston, Ginn & Co.
- Veroff J., Reuman D., Feld S.**, 1984. – « Motives in American men and women across the adult life span », *Developmental psychology*, 20, 6, pp. 1142-1158.
- Verplanken B., Holland R. W.**, 2002. – « Motivated decision making : effects of activation and self-centrality of values on choices and behavior », *Journal of personality and social psychology*, 82, 3, pp. 434-447.
- Wach M., Hammer B.**, 2003. – *La structure des valeurs est-elle universelle ? Genèse et validation du modèle compréhensif de Schwartz*, Paris, L'Harmattan.
- Weber M.**, [1905] 1958. – *The Protestant ethic and the spirit of capitalism*, New York, Scribner's.
- Williams R. M. Jr.**, 1968. – « Values » dans **E. Sills** (ed.), *International encyclopedia of the social sciences*, New York, Macmillan.