

Valeurs des sociétés et des individus, un état des lieux des modèles en psychologie interculturelle

Tania Ogay *

INTRODUCTION

Aucune société ne saurait se passer de valeurs. Sinon, c'est l'anomie qui la guette, d'après le terme du sociologue E. Durkheim (1859-1917). L'anomie décrit la confusion, voire même, l'absence de normes sociales dans une société, par exemple lors d'importants bouleversements structuraux (comme une crise économique). La société ne fournit plus de limites claires aux comportements des individus, elle n'est plus capable d'intégrer les individus qui vivent dans l'incertitude causée par le manque de valeurs qui leur sont autant de points de repères. L'anomie a pour conséquence la perte de la cohésion sociale et l'affaiblissement de la conscience collective. Au niveau des comportements des individus, l'anomie se traduit par une augmentation du taux de suicides ainsi que de délinquance (Durkheim, 1897).

Si les valeurs sont aussi vitales aux sociétés comme aux individus, c'est parce qu'elles agissent comme des principes abstraits et stables, transcendant les contextes particuliers et servant de points de repère permettant d'orienter puis de justifier et d'évaluer les actes. Si les valeurs intéressent autant le psychologue interculturel, c'est tout d'abord parce que leur stabilité tout comme leur indépendance des situations lui permet de décrire les différences entre les groupes culturels, caractérisés par des orientations de valeurs différentes. Ainsi, une grande part des études comparatives en psychologie interculturelle se basent sur des analyses des différences de valeurs (Smith et Schwartz, 1997). Un autre grand intérêt des valeurs est qu'elles soient conçues comme orientant le comportement : pouvoir connaître les valeurs des individus, c'est donc être capable de prévoir leurs comportements. Ce lien supposé intéresse les chercheurs travaillant dans le domaine de la santé (Nagel, Mayton et Walner, 1996) ou, plus prosaïquement, sur les comportements des consommateurs (Kahle, 1996 ; Kahle, Beatty et Homer, 1986). Il est également d'un très grand intérêt pour la formation interculturelle (par exemple, Triandis, Brislin et Hui, 1988).

Le présent texte a pour objectif de faire un état des lieux des modèles des valeurs utilisés par la psychologie

interculturelle ou *cross-cultural* (Berry et al., 1997 ; Triandis, et al., 1980). Il s'agit d'une littérature essentiellement anglophone, au sein de laquelle la recherche sur les valeurs a pris des chemins qui ne sont pas toujours ceux de la psychologie sociale. En rendant compte de ces travaux dans une revue francophone de psychologie sociale, cet article se veut une contribution à plus d'échanges entre traditions linguistiques et scientifiques. Dans la première édition du *Handbook of cross-cultural psychology*, Zavalloni (1980) notait que les valeurs sont traitées par plusieurs champs des sciences sociales, qui tendent à les étudier chacun de son point de vue particulier plutôt que dans une approche interdisciplinaire. La psychologie sociale et la psychologie interculturelle sont assurément très proches, et peuvent même parfois paraître confondues. Néanmoins, les *habitus* de recherche ne sont pas les mêmes, et toutes les références ne sont pas partagées, ce dont il nous semblait intéressant de rendre compte ici en nous concentrant sur la perspective de la psychologie interculturelle, avec ses apports comme ses limites. La psychologie interculturelle des valeurs s'est jusqu'à présent surtout attachée à établir des différences entre les cultures et les individus. Elle n'offre encore guère d'explications des processus et dynamiques qui produisent les valeurs et les lient aux attitudes et comportements, comme le regrettait déjà Zavalloni (1980). Une tâche plutôt échue aux psychologues sociaux qui, par contre, ont tendance à ignorer la variabilité culturelle et à prendre le contexte occidental comme une norme universelle.

DÉFINITION DES VALEURS

Le concept de « valeurs » bénéficie d'une longue tradition de recherche dans les sciences sociales. Ainsi, pour Braithwaite et Scott (1991), il s'agit d'une thématique qui intéresse tant les philosophes, les anthropologues, les sociologues que les psychologues. De son côté, Rokeach (1973) considère les valeurs comme le concept le plus central des sciences sociales car toutes les problématiques qui intéressent ces sciences font à un moment ou à un autre intervenir les valeurs. Pour lui, les valeurs représentent la principale variable dépendante dans l'étude des cultures, des sociétés et de la personnalité. Elles sont également la plus importante variable indépendante dans l'étude des attitudes sociales et du comportement. Dans sa revue de la littérature retraçant l'histoire de la recherche sur les valeurs à partir d'une perspective de psychologie interculturelle mais également interdisciplinaire, Zavallo-

* Université de Genève, Faculté de Psychologie et des Sciences de l'Éducation, 40, boulevard du Pont-d'Arve, 1211 Genève 4 - Suisse.

Pour toute correspondance relative à cet article, s'adresser par courriel à <Tania.Ogay@pse.unige.ch>

Ce texte a été élaboré sur la base d'un document de travail réalisé en collaboration avec Denise Helly de l'Institut national de la recherche scientifique - Urbanisation, culture et société de Montréal, lors d'un séjour de post-doctorat financé par le Fonds national suisse de la recherche scientifique.

ni (1980) cite Znaniecki (1918) comme étant le premier à avoir considéré que les valeurs n'étaient pas uniquement un objet de la philosophie mais qu'elles pouvaient également être étudiées empiriquement. Néanmoins, selon Berry, Poortinga, Segall et Dasen (2002), si les valeurs ont une longue histoire en psychologie, en anthropologie et en sociologie, l'étude interculturelle (c'est-à-dire comparant les orientations de valeurs dans des contextes culturels différents) des valeurs est relativement récente, c'est là que réside l'apport de la psychologie interculturelle.

Pour définir le concept des valeurs, on peut se référer à Schwartz (2002, p. 244-245) qui synthétise plus de quatre décennies de travaux sur les valeurs (avec notamment Allport, Vernon et Lindzey, 1960 ; Rokeach, 1973) et pour qui il existe un consensus pour donner aux valeurs les caractéristiques suivantes :

1. les valeurs sont des croyances (*beliefs*), c'est-à-dire des structures cognitives étroitement liées aux affects. Si les valeurs d'un individu sont mises en cause, celui-ci réagira généralement avec passion ;
2. les valeurs réfèrent à des buts souhaités. Elles agissent comme des principes abstraits servant de points de repère à l'orientation des actes individuels ; au niveau sociétal, elles sous-tendent des choix politiques. Elles orientent donc le comportement vers l'atteinte de ces buts ;
3. les valeurs transcendent les actions et situations spécifiques, ce qui les distingue de concepts plus étroits comme les normes et attitudes qui réfèrent à des actions, des objets ou des situations spécifiques. Les valeurs sont des objectifs abstraits (par exemple, le respect de la vie humaine), qui peuvent être concrétisés dans des normes sociales prescrivant la conduite des individus (l'interdit de l'homicide), ainsi que dans des attitudes envers des « objets » mettant en jeu les valeurs (pour certains, le rejet de l'avortement) ;
4. les valeurs servent de standards ou de critères pour la sélection et l'évaluation des comportements ;
5. les valeurs forment un système et sont hiérarchisées les unes par rapport aux autres. Les cultures et les individus développent ainsi des systèmes de priorités de valeurs ;
6. l'importance relative d'une valeur guide l'action. En effet, chaque comportement ou attitude implique plusieurs valeurs et chaque valeur y contribue en fonction de sa pertinence dans la situation et de son importance pour l'acteur. Si l'on reprend l'exemple de l'avortement, un individu formera son attitude envers cette question éthique en évaluant la pertinence et l'importance relative de différentes valeurs mises en jeu par l'avortement, valeur du respect de la vie opposée à la valeur de la qualité de la vie, par exemple.

Il est intéressant de constater que cette synthèse passe sous silence la question de la source des valeurs, illustrant la focalisation des psychologues interculturels sur le contenu et la structure plutôt que sur les processus. La genèse des valeurs est ainsi rapidement abordée par Rokeach (1973, p. 3), pour qui la source des valeurs d'un

individu peut être retracée dans la culture, la société et ses institutions, ainsi que dans sa personnalité. Schwartz (2002), quant à lui, mentionne les sources suivantes : les besoins individuels et les tempéraments innés, les expériences particulières des individus (comme un accident, un deuil, une migration) et les expériences sociales dues à une position dans la structure sociale par l'âge, le genre, la situation socioprofessionnelle, etc. Une explication plus étayée est fournie par Segall, Dasen, Berry et Poortinga (1999) qui se réfèrent au cadre théorique du modèle éco-culturel (Berry, 1971, 1986) pour expliquer les processus par lesquels les croyances et motivations des individus reflètent les valeurs de leur culture. Reliant les contextes socio-politiques et écologiques aux caractéristiques psychologiques de l'individu, ce cadre théorique explique la transmission des valeurs de la société à l'individu par le biais des processus d'enculturation (apprentissage involontaire par « imprégnation » du contexte) et de socialisation (apprentissage plus ou moins imposé par les agents de socialisation comme les parents, les enseignants, etc.). Les valeurs sont au centre du processus de transmission culturelle entre le contexte socio-politique et écologique et les individus.

Une autre question est à peine esquissée dans la définition des valeurs proposée par Schwartz (2002, p. 244-245) : le « niveau » auquel situer et mesurer les valeurs : la société ? l'individu ? les deux ? Smith et Schwartz (1997) considèrent qu'il est possible de parler de valeurs au niveau des individus comme au niveau des sociétés, mais d'autres auteurs comme Segall *et al.* (1999) réservent ce concept au seul niveau sociétal, considérant que c'est précisément par le biais de la constitution d'un système de valeurs propre qu'une société devient une *culture*. Selon ces auteurs, les valeurs forment des cadres de référence dont les individus sont en quelque sorte imprégnés, les valeurs de la société se reflètent dans les croyances et motivations des individus, leurs identifications et leurs décisions d'agir.

En dépit de leur divergence sur l'application ou non du concept des valeurs au niveau individuel, Segall *et al.* (1999) et Smith et Schwartz (1997) s'accordent pour critiquer les recherches qui confondent niveaux individuel et sociétal des valeurs. Pour ces auteurs, ces deux niveaux d'analyse doivent être maintenus distincts en termes conceptuels et opérationnels ; ils se distancient ainsi de la position de Braithwaite et Scott (1991, p. 670) pour qui il est possible d'établir le portrait des valeurs d'une société en agrégeant les valeurs privilégiées par les individus. Cette position est combattue par Segall *et al.* (1999) pour qui les valeurs au niveau sociétal se réfèrent à des orientations générales d'une société considérée comme un tout. Il ne s'agit pas nécessairement de la même configuration de valeurs que celle privilégiée individuellement par la majeure partie des individus (ce qui est implicite lorsqu'on déduit les valeurs d'une société de la moyenne des valeurs des individus). Les sociétés sont structurées et traversées par des rapports de force. Des valeurs peuvent être imposées par une élite ou créées par les *mass media*, et ne pas correspondre à la réalité de la plupart des indivi-

dus interrogés individuellement. En conséquence selon ces auteurs, il faut maintenir les plus distinctes possible les valeurs culturelles des motivations et croyances des individus. Il s'agit de concepts différents devant être mesurés indépendamment. On retrouve la même idée chez Kitayama (2002), qui s'élève contre les confusions entre niveaux individuel et culturel des valeurs et explique la distinction en ces termes :

[...] les valeurs personnelles ne sont pas des valeurs culturelles écrites en minuscules. De la même façon, les valeurs culturelles ne sont pas des convictions personnelles écrites en majuscules. Des valeurs culturelles individualistes telles que la liberté, le bonheur et l'autonomie ne sont pas significatives dans une culture individualiste telle que celle des Etats-Unis parce qu'elles sont endossées par tous les membres de la culture. Au contraire, ces valeurs sont significatives parce qu'elles ont historiquement formé le système culturel contemporain – le système des institutions sociales, les scripts et les routines de conversation, les pratiques quotidiennes, et les théories de sens commun. (Kitayama, 2002, p. 92, *notre traduction*).

Tout en appuyant cette distinction entre valeurs culturelles et individuelles, Smith et Schwartz (1997) considèrent néanmoins qu'il est possible d'évaluer les valeurs culturelles à partir de réponses fournies par les individus sur leurs valeurs prioritaires. Ce n'est selon eux pas dans le type de données recueillies que doit se faire la distinction entre le niveau des individus et le niveau des sociétés, mais dans le type d'analyses qui sont faites sur ces données. S'il s'agit de mettre en relation les différences individuelles entre les valeurs et d'autres caractéristiques individuelles, l'unité d'analyse est l'individu. Les dimensions sur lesquelles s'organisent les valeurs individuelles sont dérivées des différences interindividuelles entre les priorités de valeurs à l'intérieur d'une même population (variance intraculturelle). Si, par contre, la question est de comparer les systèmes de valeurs de différentes sociétés (c'est-à-dire les idées abstraites, socialement partagées, sur ce qui est bon, juste, désirable pour la société ou le groupe), en relation avec d'autres variables sociétales comme lorsqu'on s'interroge sur le lien possible entre l'individualisme et le développement économique, ce sont les dimensions de valeurs de niveau culturel qui doivent être utilisées. L'unité d'analyse est alors le groupe, c'est-à-dire tous les individus considérés ensemble, et non pas les individus pris un à un. La variance intraculturelle est omise, les dimensions de valeurs culturelles sont dérivées uniquement de la variance entre les cultures, et non pas de la variance entre les individus.

D'après Smith et Schwartz, la dynamique qui sous-tend les valeurs individuelles n'est effectivement pas forcément la même que celle qui sous-tend les valeurs culturelles. Les dimensions selon lesquelles s'organisent les valeurs culturelles et individuelles peuvent fort bien être différentes. Des valeurs antagonistes au niveau individuel peuvent être cohérentes au niveau culturel. Ainsi, un même individu peut difficilement considérer l'humilité et le pouvoir comme deux objectifs importants de son

existence, guidant ses actions. Ces deux valeurs peuvent au contraire être compatibles au niveau d'une culture où le pouvoir est considéré comme souhaitable dans l'organisation des relations humaines, et l'humilité devant ceux qui détiennent l'autorité est vue comme positive pour le fonctionnement de la société.

LES PRINCIPAUX MODÈLES DES VALEURS EN PSYCHOLOGIE INTERCULTURELLE

Nous présentons ici les modèles et instruments qui constituent la référence en psychologie interculturelle, en abordant pour commencer ceux qui se situent sur la dimension des sociétés pour finir avec ceux portant sur les valeurs des individus.

Le niveau des valeurs des sociétés

Au niveau sociétal, l'ambition de la recherche comparative sur les valeurs est de faire un inventaire des valeurs présentes dans toutes les sociétés humaines, de les regrouper en dimensions et d'en définir la structure organisatrice. L'univers des valeurs étant défini, il devient alors possible de comparer et différencier les sociétés entre elles en fonction des dimensions de valeurs qu'elles privilégient.

Notons que les chercheurs parlent plus volontiers de dimensions que de types (voir Hofstede, 1997). Les dimensions permettent de situer chaque groupe culturel sur plusieurs dimensions d'un système, ce qui permet de nombreuses combinaisons. Quant aux typologies, elles décrivent des types-idéaux, certaines sociétés étant décrites comme relevant de tel type plutôt que d'un autre. La compréhension des types est plus facile car elle permet une catégorisation rapide. Mais les typologies comportent le risque de sur-simplification, les cas réels ne correspondant que très rarement à un seul type. Malgré les précautions et avertissements de leurs auteurs, les modèles dimensionnels finissent très souvent par être utilisés comme des typologies dans les recherches et programmes de formation, avec pour effet regrettable pour la psychologie interculturelle de contribuer parfois à la production et au renforcement de stéréotypes par trop simplificateurs.

* Kluckhohn et Strodtbeck

Kluckhohn et Strodtbeck (1961) sont considérés comme des précurseurs dans la recherche des dimensions de variabilité interculturelle. Leur modèle est souvent qualifié de modèle anthropologique des valeurs, mais il relève en réalité d'une démarche combinant la démarche de l'observation ethnographique avec l'analyse statistique de données recueillies par questionnaire. Leurs travaux ont porté sur cinq communautés rurales du Sud-Ouest des États-Unis. D'après ces auteurs, toute société humaine doit répondre à cinq questions fondamentales pour lesquelles le choix des solutions n'est pas illimité. Les combinaisons des préférences pour tel ou tel type de réponse

définissent les orientations de valeurs des groupes culturels :

1. quelle est la nature de l'être humain ? (bonne/mauvaise/les deux à la fois/ni bonne ni mauvaise ; modifiable/immuable) ;
2. quelle est la relation de l'homme avec la nature ? (subjugation/harmonie/domination) ;
3. quelle est la relation de l'homme avec le temps ? (orientation vers le passé/vers le présent/vers le futur) ;
4. quelle est la relation de l'homme avec l'activité (exister/se réaliser dans l'action/faire) ;
5. quelles sont les relations des hommes entre eux (verticalité/horizontalité/individualisme).

Comme on peut le voir à travers ces cinq questions, le modèle de Kluckhohn et Strodtbeck concerne en réalité plutôt les croyances générales concernant les êtres humains et leurs relations entre eux ainsi qu'avec leur environnement que les valeurs à proprement parler (Braithwaite et Scott, 1991). Cependant, l'influence de ce modèle dans les développements que connaîtra la recherche sur les valeurs est indéniable ; en particulier, la problématique de l'horizontalité vs. de la verticalité des rapports interindividuels réapparaîtra dans les modèles ultérieurs. Il est intéressant de noter que le concept des axiomes sociaux, qui se présente comme une alternative aux valeurs et récemment proposé par M. H. Bond et toute une série de chercheurs internationaux, (Leung et al., 2002 ; Singelis, Hubbard, Her et An, 2003), est somme toute assez proche des préoccupations originales de Kluckhohn et Strodtbeck.

* Hofstede

Les enquêtes de Hofstede, réalisées en 1968 et 1972 auprès de plus d'une centaine de milliers d'employés d'une grande firme d'informatique dans plus de 53 pays constituent une référence incontournable dans la recherche interculturelle sur les valeurs (Hofstede, 1980, 1997, 2001). Le succès du modèle des dimensions de variabilité culturelle issu de cette grande enquête a été — et continue de l'être — très important, en particulier dans le champ de la communication et de la formation interculturelles (voir par exemple Gudykunst et Matsumoto, 1996). Pourtant, telle n'était pas l'ambition d'origine du projet de Hofstede, dont le questionnaire portait sur les attitudes et valeurs personnelles des employés envers leur travail.

L'analyse statistique des réponses aux questionnaires a permis de définir quatre dimensions, représentant, comme chez Kluckhohn et Strodtbeck (1961), quatre questions universelles pour toutes les sociétés, quasiment identiques à celles définies vingt ans plus tôt par Inkeles et Levinson (1969).

Les dimensions de variabilité interculturelle d'après le modèle de Hofstede sont :

Distance hiérarchique (« Power distance »)

La gestion par la société de l'inégalité entre ses membres : dans quelle mesure les membres qui ont le moins

de pouvoir dans la société s'attendent-ils à et acceptent-ils que le pouvoir soit distribué de façon inégalitaire ?

Individualisme – Collectivisme

La place et le rôle de l'individu dans le groupe social. Les sociétés à tendance individualiste valorisent l'autonomie de l'individu, les liens sociaux sont souples et peu contraignants pour l'individu. En contraste, dans les sociétés à tendance collectiviste, l'individu est dès sa naissance inséré dans un nombre restreint de groupes forts et cohésifs, qui le protègent tout au long de sa vie en échange de sa loyauté.

Masculinité – Féminité

La valorisation dans la société des rôles de genre. Tout comme un individu, homme ou femme, peut être plutôt masculin ou féminin dans sa personnalité, une société peut avoir des valeurs plutôt masculines (séparation des rôles de genre, valorisation de l'accomplissement de soi, du succès matériel, etc.) ou féminines (indifférenciation des rôles de genre, valorisation de l'harmonie interpersonnelle, de la modestie, etc.)

Évitement de l'incertitude (« Uncertainty avoidance »)

La gestion de l'incertitude par la société : si l'incertitude est acceptée comme une chose normale de la vie, la société s'en accommode et l'intègre dans son fonctionnement. Si, par contre, l'incertitude est perçue comme une menace, la société essaie de la contrôler et de la réduire en structurant et institutionnalisant les rapports sociaux et valorisant les croyances et institutions qui produisent certitude et conformité.

Une cinquième dimension a plus tard été ajoutée au modèle, opposant une orientation dans la vie à long terme (ou vers le futur, avec des valeurs comme la persévérance et le sens de l'épargne) à une orientation à court terme (vers le passé et le présent, avec des valeurs comme la stabilité, le respect de la tradition). Cette nouvelle dimension fait suite aux travaux de Bond (*Chinese Culture Connection*, 1987) qui a utilisé dans 23 pays un instrument d'évaluation construit à partir d'une perspective orientale — plus précisément, chinoise — et non pas occidentale comme l'était le questionnaire utilisé par Hofstede. Pour Smith et Schwartz (1997), les résultats obtenus avec cet instrument « chinois » conduisent à former quelques doutes au sujet de l'universalité des dimensions définies par Hofstede (en particulier celle de l'évitement de l'incertitude) ; néanmoins, ce dernier se contente d'adopter cette nouvelle dimension, non incluse dans ses propres enquêtes.

Des dimensions du modèle de Hofstede, c'est sans conteste la dimension individualisme-collectivisme qui remporte le plus de succès, au point d'en occulter les autres et d'être parfois utilisée comme une dimension unique, capable d'expliquer toutes les différences entre les cultures et les phénomènes sociaux. Nous y reviendrons lorsque nous aborderons les valeurs au niveau individuel.

La procédure utilisée par Hofstede pour obtenir ces dimensions part des réponses individuelles pour aboutir à des descriptions des cultures à partir des scores reçus sur les quatre dimensions. Ce passage de l'évaluation individuelle des valeurs à une description des valeurs au niveau culturel fait que les travaux de Hofstede se retrouvent dans la ligne de mire de la critique formulée par Segall *et al.* (1999) (*cf. supra*). Mais pour Hofstede (1997), récolter des données sur les valeurs personnelles et en abstraire des caractéristiques des cultures n'est pas problématique en soi. En effet, les scores nationaux ont été calculés en prenant la culture comme unité d'analyse, comme le recommandent Smith et Schwartz (1997) : des scores moyens pour chaque groupe national ont été calculés pour tous les items, et non des scores individuels dont on aurait ensuite fait une moyenne. Cependant, Hofstede rappelle que les scores calculés pour chaque culture ne doivent pas être utilisés pour stéréotyper des membres de ces cultures. En effet, ces scores reflètent les tendances dominantes dans une société, ce qui ne veut pas dire que ces tendances soient le fait des mêmes individus :

Il est très peu probable de trouver un individu qui réponde à chaque question exactement par le score moyen de son groupe : la « personne moyenne » d'un pays n'existe pas, mais seulement une tendance générale de réponse au sein des membres d'un groupe de répondants (Hofstede, 1997, p. 253).

Il est en outre à remarquer que Hofstede parle de différences entre pays (il utilise le terme anglais de « nations ») et non de cultures. Or on sait qu'un pays n'est pas toujours composé d'un seul groupe culturel. Hofstede (1997, p. 12) reconnaît que ce sont des considérations pratiques qui ont motivé le choix des pays comme critère de classification (les enquêtes ont été réalisées dans les branches nationales d'une entreprise multinationale, il était plus facile de demander aux répondants d'indiquer leur nationalité plutôt que leur appartenance à des groupes culturels). Selon lui, récolter des données selon le critère de la nationalité se justifie par le fait qu'un des buts de la recherche était la promotion de la coopération internationale et qu'il était donc pertinent de s'intéresser aux facteurs culturels qui séparent ou unissent les nations.

* Schwartz

Les travaux de Schwartz sur le niveau culturel offrent une alternative intéressante aux dimensions de Hofstede, dont on peut trouver gênant qu'elles soient issues d'une enquête dont l'objectif initial était autre. Comme ses prédécesseurs, Schwartz définit trois problématiques fondamentales que toute société doit résoudre (voir Smith et Schwartz, 1997, p. 99) :

1. les relations entre l'individu et le groupe : dans quelle mesure est-ce que les individus sont autonomes vs. insérés dans des groupes ?
2. assurer un comportement social responsable : comment motiver les individus à considérer le bien des autres et à se coordonner entre eux ?

3. le rôle de l'humanité par rapport à l'environnement naturel et social : s'agit-il plus de soumettre, de s'insérer ou d'exploiter ?

Les adaptations culturelles que trouve chaque société pour répondre à chacune de ces problématiques s'organisent le long de trois dimensions bipolaires. Ces dimensions ont été définies à partir de données obtenues auprès d'individus qui devaient indiquer leurs priorités dans une série de 56 valeurs. Des scores pour 32 groupes nationaux ont ensuite été calculés pour chacune des dimensions.

Dimension 1 : Conservatisme versus autonomie

Dans les cultures valorisant l'autonomie, la personne est vue comme autonome et unique, l'expression de ses idées personnelles, la créativité, la curiosité, etc. sont privilégiées par les individus et encouragées par la société. Dans les cultures qui se trouvent au pôle opposé de la dimension, l'individu est considéré comme faisant part d'une collectivité à laquelle il s'identifie et dont il partage le mode de vie. La propriété, le respect de la tradition, la discipline de soi sont valorisés.

Dimension 2 : Hiérarchie versus égalitarisme

Dans les cultures qui se situent sur le pôle de la hiérarchie, un système hiérarchique de rôles prescrits assure un comportement socialement responsable. Les individus sont socialisés à suivre les règles et obligations liées à leurs rôles. La distribution inégale du pouvoir, des rôles et des ressources est considérée légitime. Dans les cultures qui se situent sur le pôle de l'égalitarisme, les individus sont considérés comme des êtres égaux partageant les mêmes intérêts de base. Les individus sont socialisés à se sentir concernés par le bien-être des autres et à coopérer entre eux, plutôt que de poursuivre leurs intérêts personnels.

Dimension 3 : Maîtrise versus harmonie

Dans les cultures qui privilégient la maîtrise, les individus cherchent activement à maîtriser et changer leur environnement naturel et social, à affirmer et exploiter leur contrôle afin de poursuivre des intérêts personnels ou de groupe. Au contraire, les cultures orientées vers l'harmonie acceptent le monde tel qu'il est, cherchant à le préserver plutôt qu'à le changer ou l'exploiter.

* Inglehart

Contrairement aux modèles précédents qui cherchent à rendre compte de la variabilité des valeurs dans toutes les cultures, Inglehart (1997) s'intéresse au lien entre les valeurs des individus et l'organisation des sociétés. Pour cela, il a mis sur pied une vaste enquête mondiale sur les valeurs (World Values Survey, ci-après WVS) qui, selon son artisan principal, « ouvre de nouvelles possibilités pour analyser comment les visions du monde des individus influencent le monde » (Inglehart, 1997, p. 3, *notre traduction*). En effet, le changement économique, le changement politique, et le changement culturel (en particulier, le

changement de priorité de valeurs d'une culture) suivent des cheminements communs et même, dans une certaine mesure, prédictibles. A ce jour, cette enquête a recueilli des données dans 43 sociétés représentant 70 % de la population mondiale. Il s'agit également à notre connaissance de la seule enquête longitudinale sur les valeurs (au niveau des sociétés, mais sans recourir aux mêmes cohortes d'individus). Répétée régulièrement depuis 1970, l'enquête permet d'évaluer les changements de priorités en matière des valeurs pour bon nombre de sociétés. L'hypothèse de base de Inglehart est que la période de forte croissance économique, qui a suivi la Deuxième guerre mondiale, a conduit les populations des sociétés industrielles à développer d'autres priorités en matière de valeurs, délaissant les valeurs matérialistes (qui mettent l'accent sur la sécurité physique et économique) pour les valeurs postmatérialistes (priviliégiant l'expression de soi et la qualité de la vie). Le changement culturel observé par la WVS dépasse la seule question des biens matériels et se traduit dans d'autres domaines, comme les attitudes envers les homosexuels ou le souci de la protection de l'environnement. Ceci conduit Inglehart à parler de passage des valeurs modernes aux valeurs postmodernes, un passage diversement réalisé selon les régions du globe comme le montrent les données récoltées par la WVS.

Cependant, l'objectif de la WVS n'est pas d'évaluer le changement de priorité de toutes les valeurs d'un grand nombre de sociétés. Seules les valeurs modernes et postmodernes - définies théoriquement en s'inspirant notamment du modèle hiérarchique des besoins de Maslow (1954) - sont prises en compte et rapportées aux variables macro-sociales. Les analyses statistiques ont montré que la dimension matérialisme-postmatérialisme est cohérente, et qu'elle permet de faire des prédictions solides sur le type et la direction des changements sur cette dimension en relation avec les variables macro-sociales. Ceci ne signifie pour autant pas que cette dimension prétende rendre compte de l'ensemble de la variabilité des valeurs des individus et des sociétés, une prétention que Inglehart se défend d'avoir jamais eue (1997, p. 113).

Le niveau des valeurs individuelles

Pour ce qui concerne les valeurs des individus, la psychologie interculturelle s'est avant tout intéressée aux travaux de psychologues sociaux qui ont développé des instruments pour l'étude empirique des valeurs individuelles, comme Allport *et al.* (1960) qui sont considérés comme les précurseurs d'une approche scientifique en ce domaine. L'étude pionnière est la « Study of Values Test » (Allport *et al.*, 1960) qui évaluait l'importance relative de six valeurs de base, en réalité plutôt des préférences ou intérêts de l'individu (Braithwaite et Scott, 1991, p. 670-673). D'après Braithwaite et Scott (1991), il faudra cependant attendre les travaux de Rokeach (1973) pour que cette thématique pourtant très populaire reçoive une clarté conceptuelle, le concept de valeurs recouvrant jusqu'alors des significations diverses selon les auteurs. Le modèle des valeurs individuelles de Rokeach est le modèle histo-

rique de référence par excellence pour la psychologie interculturelle, quand ce n'est pas le modèle unique.

** Rokeach*

Rokeach (1973) conceptualise les valeurs comme des principes qui guident la vie des individus. Il part du postulat que les valeurs sont universelles, c'est-à-dire qu'il est possible de définir l'ensemble des valeurs présentes dans toutes les cultures. Il existe un nombre fini de valeurs, universellement partagées par les êtres humains, quoique à des degrés divers et dans des combinaisons quasi infinies. A partir d'une analyse de la littérature scientifique et d'entretiens, Rokeach établit une typologie des valeurs. Trente-six valeurs sont répertoriées, et il distingue deux catégories de dix-huit valeurs : les valeurs terminales se réfèrent aux buts généraux de l'existence, elles sont soit personnelles (liberté, confort, sagesse), soit sociales (paix dans le monde, égalité, etc.) ; les valeurs instrumentales renvoient à des modes de conduite, elles sont soit morales (courage, honnêteté, etc.), soit des valeurs de compétence (intelligence, ambition, indépendance, etc.).

L'instrument développé par Rokeach, le Rokeach Value Survey (RVS), est l'instrument d'évaluation des valeurs qui a été le plus utilisé et validé. Plusieurs formules existent (voir Braithwaite et Scott, 1991, p. 673-678) mais le principe est toujours le même : on demande au sujet d'ordonner 36 valeurs (terminales puis instrumentales) par ordre d'importance (comme principes guidant la vie de l'individu). Un des avantages du RVS est sa facilité d'utilisation : il y a relativement peu d'items et l'on obtient tout de suite un portrait des valeurs prioritaires de l'individu. Mais cet avantage pratique est également un désavantage sur le point méthodologique : il n'y a qu'un item par valeur (la valeur elle-même), ce qui laisse le champ à beaucoup d'erreurs d'interprétation. D'autant plus qu'il s'agit de concepts très abstraits et ambigus, qui peuvent recouvrir des significations très différentes d'un individu à l'autre. Si l'on se souvient en plus que la sélection des items s'est opérée de façon plus intuitive que systématique, on ne sera pas surpris que Smith et Schwartz (1997) considèrent le bilan des études de la validité interculturelle du RVS (qui a été développé et testé aux Etats-Unis) comme mitigé. Le RVS a également été critiqué pour son postulat d'une hiérarchie entre les valeurs (auxquelles sont attribués des rangs). En effet, ceci exclut qu'un individu puisse avoir des valeurs d'importance égale. D'autre part, la tâche d'évaluer deux listes de valeurs en leur attribuant à chacune un rang est une tâche plutôt artificielle, alors que dans la vie courante certaines valeurs sont peu susceptibles d'être comparées entre elles (Braithwaite et Scott, 1991, p. 664).

** Schwartz*

La distinction opérée par Rokeach (1973) entre valeurs terminales et instrumentales est remise en question par Schwartz et Bilsky (1987). En effet, toutes les valeurs instrumentales peuvent être considérées comme termina-

les, une fin pouvant aisément devenir un moyen et réciproquement. Ce qui distingue les valeurs selon Schwartz, c'est plutôt le type d'objectif motivationnel qu'elles expriment. C'est pourquoi il regroupe les valeurs (celles définies par Rokeach ainsi que d'autres valeurs apparaissant dans la littérature et issues de différents contextes culturels) en dix champs motivationnels, qui répondent aux exigences universelles de l'existence humaine : les besoins biologiques, les besoins requis par l'interaction sociale, et les exigences du fonctionnement des groupes (voir Smith et Schwartz, 1997, p. 86). Schwartz ne s'est pas contenté d'établir la liste de ces dix champs motivationnels, il a également cherché à en comprendre la dynamique. En effet, les actions entreprises en lien à chacun des types de valeurs ont des conséquences pratiques, psychologiques et sociales qui peuvent entrer en conflit, certaines valeurs ne pouvant être poursuivies ensemble par le même individu. Schwartz a donc élaboré le modèle théorique du cercle des valeurs (validé empiriquement par Schwartz et Bardi, 2001) qui rend compte de la structure de ces relations de compatibilité et de conflit entre les différents types de valeurs. Le cercle des valeurs est organisé sur deux axes orthogonaux, opposant le conservatisme à l'ouverture au changement d'une part, et la réalisation de soi (*self-enhancement*) à la transcendance ou l'effacement de soi (*self-transcendence*).

Dans la recherche interculturelle sur les valeurs individuelles, le modèle de Schwartz constitue actuellement la référence obligée, détrônant Rokeach. Les qualités de ce modèle sont en effet nombreuses : tout d'abord, il ne se contente pas d'établir un inventaire des valeurs, mais il explore leur dynamique. Le modèle a été validé empiriquement grâce à une impressionnante collection de recherches et il a été validé dans un grand nombre de cultures (par exemple Schwartz et Bardi, 2001).

Le questionnaire développé par Schwartz (1992) a remplacé le Rokeach Value Survey comme l'instrument le plus utilisé pour l'évaluation des différences individuelles de valeurs. Le questionnaire présente une liste de 56 valeurs représentant les dix domaines, le répondant évalue leur importance en tant que principes guidant sa vie. Cependant, comme dans le RVS, évaluer l'importance de concepts aussi abstraits que les valeurs n'est pas une tâche aisée pour les répondants, qui peuvent en plus leur donner des significations très différentes. C'est pourquoi Schwartz, Lehmann et Roccas (1999) ont développé le Portraits Questionnaire, qui présente au répondant une série de brefs portraits de personnes, décrivant leurs objectifs, aspirations ou souhaits, et correspondant aux dix champs motivationnels.

* Triandis

Triandis est un psychologue interculturel qui a beaucoup contribué au développement d'un domaine très populaire dans la recherche interculturelle : la transposition au niveau individuel d'une des dimensions définies par Hofstede (1980), la dimension opposant l'individualisme au collectivisme. Pour la distinguer du

niveau culturel (sociétal), Triandis, Leung, Villareal et Clack (1985) proposent de nommer cette dimension « idiocentrisme-allocentrisme », mais cette précaution de vocabulaire est loin d'être toujours respectée. Il s'agit d'une variable de personnalité permettant de distinguer les individus qui privilégient les valeurs individualistes (priorité donnée aux intérêts de l'individu, réussite personnelle, norme d'équité, etc.) des individus qui privilégient les valeurs collectivistes (loyauté au groupe, dépendance émotionnelle, norme d'égalité, etc.). Par la suite, Triandis (1995) a ajouté une deuxième dimension « horizontal-vertical », orthogonale à la première, qui permet de distinguer les collectivistes horizontaux (qui perçoivent le soi comme interdépendant du groupe et tous les individus comme égaux) des collectivistes verticaux (chez qui le soi est également interdépendant du groupe, mais où les relations entre les individus sont hiérarchiques), les individualistes horizontaux (qui perçoivent le soi comme un être autonome et égal aux autres individus), des individualistes verticaux (chez qui le soi est un être autonome et qui acceptent les inégalités entre individus).

L'importance prise par cette dimension individualisme-collectivisme dans la recherche interculturelle est indéniable et fait qu'il est difficile de ne pas la mentionner. On peut cependant regretter qu'il s'agisse d'une dimension unique qui ne rend pas compte de l'éventail des valeurs humaines. Au contraire, les travaux sur cette dimension tendent à réduire la variabilité interculturelle à cette unique dichotomie qui, à force de vouloir tout expliquer, finit par ne plus rien expliquer. Son aura en psychologie interculturelle commence d'ailleurs à pâlir sous l'effet des critiques qui lui sont de plus en plus souvent adressées, conceptuellement comme méthodologiquement (voir notamment Kagitcibasi, 1997 ; Kitayama, 2002 ; Miller, 2002 ; Oyserman, Coon et Kemmelmeier, 2002 ; Schwartz, 1990 ; Segall, 1996).

L'instrument le plus utilisé pour l'évaluation des valeurs individualistes et collectivistes des individus est le questionnaire INDCOL, développé par Hui (1988), qui a par la suite été révisé et raccourci (Hui et Yee, 1994). On trouve cependant également d'autres mesures, comme des scénarios développés par Triandis, Chen et Chan (1998), une évaluation contextualisée dans les relations interpersonnelles par Matsumoto, Weissman, Preston, Brown et Kupperbusch (1997), et une autre mesure du soi indépendant (en relation avec l'individualisme) et interdépendant (en relation avec le collectivisme) de Singelis (1994).

L'ENJEU DU LIEN ENTRE VALEURS ET COMPORTEMENTS

Après ce tour d'horizon des modèles et instruments de la psychologie interculturelle au sujet des valeurs, il nous semble pertinent d'interroger un postulat essentiel de ce champ de recherche : le lien entre les valeurs d'un individu et ses comportements. Ce lien supposé suscite l'espoir de pouvoir prédire les comportements d'un individu dont on connaîtrait les priorités de valeurs, faisant de

l'évaluation des valeurs un enjeu central pour la recherche. Dans le champ de la formation interculturelle, un pas de plus est même franchi en postulant qu'un individu sensibilisé aux orientations de valeurs d'une autre culture serait plus efficace dans sa communication avec une personne originaire de cette autre culture dont il lui serait alors possible de mieux prévoir et interpréter le comportement (Triandis, Brislin et Hui, 1988). Or, ce lien entre valeurs et comportements se révèle bien moins évident que l'on pourrait le penser de prime abord. Comme le rappelle Kraus (1995) dans sa revue et méta-analyse de la recherche sur le lien entre attitudes et comportements (donc à un niveau moins abstrait que les valeurs, les attitudes étant liées à des objets spécifiques), l'idée que l'attitude guide, influence, forme ou prédit le comportement est centrale dans la définition du concept d'attitude lui-même. Cependant, cette assumption a été remise en question dès les années 1950, avec comme étude pionnière la recherche de LaPierre (1934) qui montrait qu'une forte majorité des tenanciers de restaurant qui déclaraient dans un questionnaire qu'ils n'accepteraient pas de clients de « race chinoise » n'avaient cependant pas refusé de servir un jeune couple de Chinois qui s'était présenté dans leur restaurant en compagnie de l'expérimentateur.

Il nous a semblé utile ici de confronter les affirmations de la recherche interculturelle sur les valeurs avec la perspective plus critique des psychologues sociaux qui ont scruté avec attention le lien entre valeurs, attitudes et comportements (notamment avec Fishbein et Ajzen, 1975 ; Sherif et Hovland, 1961) et dont on trouve un bilan chez Deschamps et Beauvois (1996), ou encore chez Bohner et Schwarz (Bohner et Schwarz, 2001 ; Schwarz et Bohner, 2001).

Des liens empiriquement démontrés

Pour la plupart des auteurs des modèles des valeurs présentés ci-dessus, l'existence d'un lien entre valeurs et comportements ne fait pas de doute. Ce lien est même implicite dans la conceptualisation que fait Schwartz (1992) des valeurs comme motivations (du comportement). C'est également l'avis de Rokeach (1973), pour qui l'individu aspire à la cohérence entre son sentiment d'identité, ses valeurs, ses attitudes et comportements : l'individu adopte les comportements correspondant aux valeurs qu'il considère comme prioritaires. Le système des priorités de valeurs de l'individu assure ainsi stabilité et cohérence entre valeurs et comportements (même si Rokeach n'exclut pas que le système de valeurs connaisse certaines réorganisations à la faveur des expériences et de la maturation de l'individu). Quant à Inglehart (1997), il est également très affirmatif sur la question du lien entre les valeurs et les comportements, qu'il relie aux changements sociétaux :

Nous trouvons des liens remarquablement forts entre les caractéristiques de niveau macro comme la démocratie stable, et des caractéristiques de niveau micro, comme la confiance, la tolérance, les valeurs post-matérielles et le bien-être subjectif entre les individus. Beaucoup d'autres

variables importantes de niveau sociétal — allant des taux de divorce à l'émergence de mouvements environnementalistes — montrent également de forts liens avec les valeurs et attitudes sous-jacentes. Il serait possible d'argumenter que les changements culturels sont causés par les changements sociétaux, ou que les changements culturels contribuent aux changements sociétaux, ou que les influences sont réciproques, mais ces données montrent clairement que systèmes de croyances de masse et changement global sont intimement reliés (Inglehart, 1997, p. 4, notre traduction).

Pour Schwartz (2002, p. 255), « l'évidence d'une relation systématique entre les priorités de valeurs et le comportement est apportée par un large éventail de pays du monde entier » (notre traduction). Il cite une série de comportements pour lesquels le lien avec ses dix types de valeurs a été empiriquement démontré, dont notamment : le contact intergroupe (Sagiv et Schwarz, 1995), le comportement pro-environnement (Grunert et Juhl, 1995 ; Karp, 1996), la religiosité et l'observation des pratiques religieuses (Roccas et Schwarz, 1997 ; Schwarz et Huismans, 1995) et le comportement de vote (Barnea et Schwarz, 1998).

Ainsi, Sagiv et Schwarz (1995) ont investigué l'influence des priorités de valeurs des individus sur les contacts entre Israéliens juifs, arabes musulmans et arabes chrétiens, c'est-à-dire dans des situations de contact entre des groupes aux statuts très différents dans la société israélienne. Les priorités de valeurs ont été évaluées par le biais de l'instrument développé par Schwartz (1992) dans lequel les répondants évaluent l'importance qu'ils attachent à une liste de 56 valeurs. Pour le contact intergroupe, c'est plus précisément la disposition au contact intergroupe qui a été évaluée, avec une série de sept questions portant sur divers degrés de contact intergroupe (occasionnel, de voisinage, d'amitié, etc.). Les corrélations obtenues ont confirmé les hypothèses des chercheurs. Par exemple, les valeurs d'universalisme corrôlaient le plus positivement avec une disposition des Juifs aux contacts avec des Arabes, alors que les valeurs de tradition avaient les corrélations les plus négatives. Les corrélations entre valeurs et disposition au contact intergroupe étaient moins fortes chez les deux populations arabes. Une des explications avancées par les auteurs est que cette différence est reliée au statut différent des groupes étudiés : les deux groupes arabes étant minoritaires, leur disposition au contact intergroupe est plus influencée par leurs identités sociales, rendues saillantes par le contexte, que par leurs caractéristiques personnelles comme les valeurs.

Schwartz et Huismans (1995) ont exploré les relations entre la religiosité et les priorités de valeurs parmi les adhérents de quatre religions (judaïsme, protestantisme, catholicisme romain, orthodoxe grecque). Les priorités de valeurs ont également été évaluées par l'instrument des 56 valeurs. La religiosité (c'est-à-dire le « degré d'engagement dans la religion », p. 88, notre traduction) a été évaluée grâce à un item du questionnaire démographique présenté aux répondants après le questionnaire sur les valeurs. Après avoir indiqué leur appartenance religieuse, les répondants ont été invités à évaluer leur religiosité

subjective, c'est-à-dire dans quelle mesure ils se considèrent comme croyants. Dans une deuxième étude, présentée dans le même article, la religiosité a été évaluée de façon plus proche des comportements de la personne, en prenant comme critère la fréquentation du culte (néanmoins telle que rapportée par les répondants dans le questionnaire, et non pas observée par les chercheurs). Dans les deux études, des corrélations significatives entre valeurs et religiosité ont été obtenues, dans le sens des hypothèses avancées par les chercheurs, qui rapportent également quelques différences dans les priorités de valeurs des quatre groupes de fidèles.

Une autre illustration du lien entre valeurs et comportements proclamé par Schwartz (2002) est fournie par Karp (1996) qui a exploré le lien entre les valeurs des individus (des étudiants d'une université américaine) et leurs comportements en matière de protection de l'environnement. Karp mesure les valeurs en utilisant le questionnaire désormais classique de Schwartz (1992) ; le comportement pro-environnemental est évalué par 16 questions portant sur la fréquence de participation à une série d'activités pro-environnementales (recyclage des déchets, renoncement aux sprays aérosols, vote écologiste, etc.). L'analyse des données montre effectivement un lien entre valeurs et comportements pro-environnementaux, même si toutes les hypothèses de l'auteur ne sont pas confirmées. Il apparaît notamment que ce sont les personnes qui valorisent la transcendance du soi et l'ouverture au changement qui adoptent des comportements en faveur de la protection de l'environnement. Selon Karp, les campagnes de sensibilisation du public auraient ainsi tout avantage à tenir compte des valeurs des citoyens si elles espèrent susciter des changements dans leurs comportements.

Problèmes de méthode dans le lien entre valeurs et comportements

Tous les auteurs ne sont cependant pas aussi catégoriques au sujet du lien entre valeurs et comportements. D'aucuns pointent un certain nombre de difficultés. En effet, relèvent Kristiansen et Hotte (1996), s'il semble intuitivement sensé de penser que les individus utilisent leurs valeurs pour orienter leurs attitudes et comportements spécifiques, les relations mises en évidence par la recherche sont souvent faibles.

Tout d'abord, les recherches font souvent des démonstrations de l'existence de corrélations significatives entre valeurs et comportements, et non pas de liens de cause (les valeurs privilégiées par les individus) à effet (les comportements de ces individus). Ainsi, Nagel *et al.* (1996) ont montré l'existence d'un lien entre les valeurs des adolescents et leur comportement devant le tabagisme. Néanmoins, ces résultats ne permettent pas de savoir si c'est à cause de leurs valeurs que ces adolescents s'engagent dans ces différents comportements de consommation du tabac (ce qui permettrait de prédire les comportements des individus à partir de l'évaluation de

leurs valeurs, et d'identifier ainsi les groupes à risques pour faire de la prévention), ou si l'inverse est vrai. En effet, rappellent Schwarz et Bohner (2001), une corrélation entre valeurs et comportements peut également s'interpréter comme une influence du comportement sur les valeurs (dans la même idée, voir Kristiansen et Hotte, 1996). Ou encore, cette corrélation peut indiquer l'influence d'une troisième variable, comme des croyances rendues saillantes par le contexte (par exemple la croyance des individus que l'évaluateur attend tel type de réponse).

Pour Boyatzis, Murphy et Wheeler (2000), une partie des difficultés à établir un lien entre les valeurs et le comportement d'un individu peut être attribuée aux procédures d'évaluation elles-mêmes : l'influence du biais de désirabilité sociale — le souci de donner une réponse conforme aux attentes sociales — n'est pas à sous-estimer lorsqu'on demande aux individus quelles sont les valeurs les plus importantes pour eux. D'autre part, le manque de consistance souvent observé entre les valeurs (évaluées par questionnaires, c'est-à-dire une auto-évaluation) et les comportements (observés par les chercheurs) peut n'être qu'un manque de consistance externe. L'individu dispose d'une grande variété de comportements possibles pour réaliser ses valeurs dans ses actes; il peut fort bien avoir le sentiment que ses actes sont en accord avec ses valeurs, alors que l'observateur externe ne décèlera pas nécessairement de lien. Il est donc nécessaire selon Boyatzis *et al.* (2000) de prendre en compte un élément supplémentaire dans l'analyse du lien entre valeurs et comportements : le raisonnement interne de l'individu sur ses actes ou, plus précisément, ce que ces auteurs appellent la « philosophie opératoire » de l'individu. Ou, ce qui nous semble être une proposition proche, s'interroger sur les conduites des individus (selon le concept proposé par Pierre Janet, voir Dagfal, 2002) plutôt que sur leurs seuls comportements, si chers à la psychologie « scientifique » anglo-saxonne d'héritage behavioriste.

Inglehart (1997) relève quant à lui qu'une partie des recherches sur le lien entre valeurs et comportements a commis l'erreur de vouloir rapporter des valeurs générales à des comportements spécifiques. Ainsi, il ne faut guère s'étonner si l'on ne parvient pas à prédire la fréquentation de l'église le dimanche matin à partir d'une question générale sur la religiosité comme « Croyez-vous en Dieu ? ». Pour Schwartz (1996), c'est également le niveau de spécificité des valeurs étudiées qui pose problème et peut expliquer des échecs à relier les comportements aux différences individuelles de priorités de valeurs. En effet, chercher à relier des comportements à des valeurs isolées pose trois problèmes : la fidélité de la mesure d'une seule valeur est assez basse et laisse trop de place à la chance pour que des liens émergent ou pas. Il est difficile de sélectionner toutes les valeurs pertinentes pour la question étudiée et l'on risque fort de ne pas inclure une valeur qui serait plus pertinente. Finalement, en examinant le lien entre valeurs et comportements par le biais de valeurs isolées, on ignore le fait que les comportements sont rarement guidés par une seule valeur

mais résultent d'une négociation entre différentes valeurs mises en jeu par la situation. C'est pourquoi Schwartz (1996) recommande de relier les comportements non pas à des valeurs isolées mais aux dix champs motivationnels qu'il a définis. Ainsi, si l'instrument qu'il a développé compte bel et bien 56 valeurs spécifiques, ce ne sont pas celles-ci qui sont à rapporter aux comportements que l'on veut observer, mais leur regroupement dans les dix champs motivationnels, dont la portée est plus large et qui sont donc une meilleure mesure.

Pour éviter de comparer valeurs et comportements à des niveaux de spécificité trop différents, Feather (1995) propose de saisir le lien entre les valeurs d'un individu et ses comportements dans une perspective plus large et à plus long terme. En tant que croyances générales sur ce qui est souhaitable ou non, les valeurs agissent comme des motivations, influençant les objectifs qui deviennent saillants pour l'individu, ainsi que la sélection des actions liées à l'atteinte de ces objectifs :

Les valeurs affectent la façon d'interpréter ou de définir une situation de façon à ce que certains objets, activités ou effets potentiels sont vus comme attractifs, ou reçoivent une valence positive, alors que d'autres sont vus comme repoussants, ou avec une valence négative (...). Elles influencent la façon avec laquelle une personne approche cognitivement et affectivement une situation, tant au niveau des moyens que des objectifs (Feather, 1995, p. 1136).

Plus encore, souligne Feather (1995), l'effet des valeurs dépasse le cadre du choix de comportements dans un épisode particulier. Les valeurs influencent l'attractivité pour l'individu des objectifs et des actions dans le long terme. Ainsi, plutôt qu'au lien entre les valeurs et les comportements effectivement réalisés dans un épisode particulier, une des recherches de Feather (1995) s'attache à montrer le lien entre les valeurs d'un individu (évaluées avec le *Schwartz Value Survey*; Schwartz, 1992) et ses choix entre des alternatives d'action proposées dans des scénarios (ce qui neutralise l'effet des contraintes de la situation). D'après son auteur, les résultats de cette étude démontrent que les valeurs ont un rôle important en tant que variables influençant l'évaluation cognitive et affective des situations ainsi que les choix d'action découlant de cette évaluation. Cependant, cette recherche nous inspire une interrogation d'ordre méthodologique : les alternatives des scénarios ont été « conçues de façon à correspondre à différents types de valeurs » (p. 1140, notre traduction) ; de plus, elles ont été présentées aux sujets dans un même questionnaire, à la suite de l'évaluation des valeurs. Les fortes corrélations entre les valeurs et les alternatives d'action préférées semblent donc attendues et résulter de ce que Kristiansen et Hotte (1996, p. 79) appellent les pressions à la cohérence. Plutôt que la démonstration du lien entre valeurs et préférences d'action, cette recherche semble surtout être parvenue à construire un nouvel instrument d'évaluation des valeurs par le biais de scénarios proposant les valeurs sous forme de comportements.

Suivant la même idée que Feather (1995) mais plus convaincante au niveau méthodologique est la recherche rapportée par Smith, Peterson et Schwartz (2002). Située au niveau culturel des valeurs, cette recherche utilise les données récoltées dans plusieurs enquêtes, dont notamment celles réalisées par Hofstede (1980). Les auteurs examinent dans quelle mesure les différentes priorités de valeurs relevées dans près d'une cinquantaine de pays peuvent prédire non pas des comportements précis, mais les sources de « guidance » utilisées par les managers pour gérer une série de situations typiques du travail d'un manager dans toutes les cultures (comme l'introduction de nouvelles techniques ou procédures de travail). Les répondants évaluent dans un questionnaire dans quelle mesure leur comportement dans ces situations est affecté par les diverses sources guidant le comportement (notamment les règles et procédures formelles, les spécialistes externes, sa propre expérience et formation, etc.). Les résultats indiquent que les valeurs permettent effectivement de prédire quelles sources sont utilisées pour orienter le comportement. Mais cette prédiction n'est forte que pour les sources qui sont associées à un facteur que les auteurs nomment « verticalité », en référence à la notion de hiérarchie (la référence aux règles formelles ou à l'avis du supérieur, opposées à la référence à sa propre expérience ou à ses subordonnés). Plus spécifiquement, les auteurs rapportent quelques différences entre régions du monde en ce qui concerne les valeurs et les styles de management plus hiérarchiques ou participatifs, écorchant au passage certaines affirmations simplificatrices des promoteurs de la dimension « individualisme-collectivisme » :

Dans le présent échantillon, les nations dans lesquelles les sources de « guidance » orientées sur la participation sont les plus utilisées sont celles caractérisées non seulement par un fort individualisme mais également par l'autonomie culturelle, l'égalitarisme, une faible distance au pouvoir, l'harmonie et la féminité. Il s'agit plus typiquement des ressortissants d'Europe de l'Ouest plutôt que d'Amérique du Nord. Et inversement, la dépendance envers les supérieurs et les règles n'est pas associée uniquement avec le collectivisme mais avec la dépendance à la culture, la hiérarchie, la distance au pouvoir, la maîtrise et la masculinité. La plupart des pays d'Afrique sont particulièrement élevés sur ces dimensions culturelles, bien plus que les pays d'Asie qui sont habituellement présentés comme des exemples très contrastés de pratiques de management (Smith et al., 2002, notre traduction).

Une autre explication avancée par Boyatzis, Murphy et Wheeler (2000) pour le faible lien entre valeurs et comportements est la difficulté que peuvent éprouver les individus à répondre aux questionnaires sur leurs valeurs. Les valeurs sont rarement explicitées dans la vie courante, il est possible que les individus aient peu réfléchi à leurs valeurs et soient désarçonnés par les questionnaires leur demandant d'évaluer dans l'abstrait une série de valeurs dont certaines sont reliées pour eux à des expériences de vie concrètes et d'autres pas. Dans le même ordre d'idées, Inglehart (1997) remarque que le lien entre valeurs et comportements ne sera fort que s'il s'agit de valeurs

significatives pour les individus, qui auront alors à cœur de les traduire dans leurs actes. Par contre, si on interroge les individus sur des valeurs qu'ils considèrent comme annexes et sur lesquelles ils n'ont pas vraiment d'avis, leurs réponses ne reflèteront pas une prise de position personnelle et motivée, et on ne peut s'attendre à observer une grande cohérence entre leurs déclarations et leurs comportements dans des situations relevant de cette valeur.

Ce problème est également soulevé par Maio, Olson, Allen et Bernard (2001), pour qui les valeurs fonctionnent comme des truismes, largement partagés et rarement questionnés. Les individus n'auraient ainsi souvent que des réactions affectives envers les valeurs, et manqueraient d'arguments cognitifs pour les soutenir et orienter leur comportement en fonction d'elles. Ils sont facilement d'accord pour trouver des valeurs importantes ou souhaitables lorsqu'on le leur demande dans une enquête, mais la traduction en comportements dans une situation mettant ces mêmes valeurs en jeu est une autre chose.

Le rôle du contexte dans l'actualisation des valeurs

Dans la réflexion sur le lien entre valeurs et comportements, un acteur important a été trop longtemps négligé : le contexte dans lequel s'actualisent les comportements. En effet, si les valeurs sont conçues comme étant transcendantes aux contextes, les comportements sont situés dans des situations spécifiques. Espérer un lien direct entre valeurs et comportements, c'est oublier le rôle de la situation dans la détermination des comportements.

Rokeach (1973) avait lui-même reconnu le rôle de la situation en relevant qu'il est très fréquent que les situations mettent en jeu plusieurs valeurs qui demandent des comportements différents (par exemple être aimable avec une personne ou lui parler avec sincérité). L'individu va rarement pouvoir adopter un comportement qui soit également compatible avec toutes ses valeurs. C'est là que Rokeach fait intervenir la hiérarchie des valeurs de l'individu. Confronté à une situation mettant en jeu plusieurs valeurs qui peuvent demander des comportements opposés, l'individu choisira d'adopter le comportement correspondant à la valeur qui est la plus haute dans son ordre de priorités.

Tetlock, Peterson et Lerner (1996) examinent avec plus de détails les stratégies adoptées par les individus en situation de conflit de valeurs. Rarement cité par les psychologues interculturels, leur modèle vient d'un champ que Tetlock *et al.* (1996, p. 26) désignent comme la « psychologie politique ». Plutôt que la prédiction des comportements à partir des valeurs ou attitudes, le « modèle du pluralisme de valeurs » a pour objectif d'expliquer comment les individus gèrent leurs comportements lors de situations qui mettent des valeurs en conflit. Le modèle définit un certain nombre de stratégies dont, entre autres, s'engager dans un processus d'analyse rationnelle des alternatives et de leurs conséquences,

redéfinir le conflit de valeurs, ou encore esquisser ou nier le conflit. Deux facteurs interviennent dans le choix de la stratégie adoptée : le contenu social de ces valeurs (en particulier le sens que les individus donnent aux différentes valeurs en compétition ainsi que les normes quant à l'acceptabilité de compromis sur ces valeurs, certaines étant socialement considérées comme taboues ou non négociables, et le contexte social de la prise de décision (en particulier si et comment les individus doivent rendre compte de leurs décisions à d'autres personnes).

Les situations comportent des contraintes qui perturbent la traduction des valeurs en comportements : Darley et Batson (1973) ont démontré l'effet de la pression du temps sur le comportement d'aide, et ceci même chez des individus pour qui l'aide au prochain est une valeur forte (des étudiants en théologie). Les normes sociales restreignent également la mise en actes de certaines valeurs par les individus (Terry et Hogg, 2000). Par exemple, une personne qui valorise la réussite personnelle peut néanmoins s'empêcher de réussir dans un contexte où la norme sociale considère la réussite personnelle comme une trahison du groupe. C'est ce que montrait Ogbu (1992) au sujet de l'échec scolaire de jeunes Noirs aux États-Unis. Tous les contextes ne sont d'ailleurs pas identiques et on observe des variations entre les cultures qui peuvent se montrer plus ou moins permissives envers les individus qui mettent en œuvre leurs valeurs individuelles plutôt que de se conformer aux attentes sociales.

Ainsi, note Inglehart (1997), pour qu'une valeur puisse se concrétiser dans une situation spécifique, il faut que cette situation en offre l'opportunité : de toute évidence, une personne qui a des valeurs écologistes ne pourra pas les concrétiser dans son comportement de vote si aucun parti écologiste n'est présent dans les élections. On ne peut donc considérer que les valeurs déterminent directement les comportements, mais pas non plus que les situations déterminent ce qui se passe : « le comportement exige autant le motif que l'occasion » (p. 52, *notre traduction*).

Seligman et Katz (1996) vont même plus loin. Ce n'est pas seulement la situation avec ses normes et contraintes qui viendrait compliquer la traduction des valeurs en comportements. Ils mettent en doute que les valeurs soient transcendantes aux situations et que le même système de valeurs guide l'action de l'individu à travers toutes les situations. Ils se distancient ainsi de la position traditionnelle incarnée par Rokeach (1973, p. 14), pour qui la situation vient activer une certaine partie du système de valeurs de l'individu, qui adopterait le comportement permettant de réaliser la valeur la plus prioritaire dans ce set de valeurs activées. En effet, demandent Seligman et Katz (1996), si l'individu n'a qu'un système de valeurs qui oriente son comportement en toute situation, comment expliquer que nombre de ceux qui sont contre la peine de mort (au nom de la valeur du respect de la vie et de l'interdit pour les humains de disposer de la vie d'autres humains) sont souvent des défenseurs du droit à l'avortement ? Pour Seligman et Katz, cette apparente contradiction démontre que les individus construisent

plusieurs systèmes de valeurs, modulables selon les questions en jeu, et ne suivent pas un seul système général de valeurs qu'ils appliqueraient de façon immuable en toute situation. Ainsi, un même individu peut considérer que, dans le cas de l'avortement, la valeur de la liberté est plus importante que la valeur du respect de la vie, alors que dans le cas de la peine de mort, c'est cette dernière valeur qui primerait. Le caractère dynamique et dépendant du contexte du système de valeurs explique qu'une évaluation décontextualisée des valeurs ne permette pas de prédire les comportements. Comme exemple de réorganisation du système de valeurs en fonction de la situation, Seligman et Katz citent une étude de Sparks et Durkin (1987) qui ont montré que les Conservateurs et les Libéraux en Grande-Bretagne soutenaient alternativement les droits individuels ou la loi et l'ordre selon le sujet. Dans une situation concernant les droits des travailleurs de voter sur une question décidée par les responsables syndicaux, les Conservateurs soutenaient les droits individuels des travailleurs à exercer leur droit de vote, alors que les Libéraux estimaient qu'il fallait s'en tenir à la décision des responsables syndicaux qui avaient agi de manière conforme à leurs statuts. Sur une autre question concernant le blocage de routes pour empêcher les travailleurs d'aller rejoindre leurs collègues en grève, les Conservateurs soutenaient le blocage des rues en vertu des valeurs de la loi et de l'ordre et les Libéraux le droit individuel des travailleurs d'aller où bon leur semble. Quelles sont les valeurs qu'une évaluation décontextualisée aurait attribuées aux uns et aux autres ?

Et si les valeurs n'étaient finalement pas si stables ?

Pour Rohan et Zanna (2001), la question du changement du système des valeurs d'un individu est une des questions fondamentales qui n'a pas été abordée de façon suffisante par la recherche sur les valeurs. Selon la conception classique incarnée par Rokeach (1973) et Schwartz (1992), les valeurs sont des références stables pour l'individu, alors que les attitudes sont conçues comme plus labiles. De fait, les études longitudinales sur les valeurs sont peu fréquentes, car l'on n'attend précisément pas de grands changements. Ces auteurs « classiques » reconnaissent néanmoins la possibilité que des réorganisations dans les systèmes de valeurs des individus interviennent lorsque d'importants changements s'opèrent dans la société, notamment lorsque celle-ci connaît une croissance économique importante (Hofstede, 1980 ; Inglehart, 1997). Les formations et autres activités pédagogiques sont un autre facteur de changement potentiel des priorités de valeurs des individus. Priest et Beach (1998) observent des changements dans les valeurs prioritaires d'étudiants entre le début et la fin de leur cursus dans une école militaire aux Etats-Unis. Rokeach (1973) lui-même avait conçu une méthode, nommée *value self-confrontation*, dont l'objectif était d'aider les gens à changer leurs priorités de valeurs en leur donnant des feedbacks sur les inconsistances entre leurs valeurs et

comportements. Selon Schwartz (1992), la perception qu'ont les individus des demandes posées par leur existence (leurs propres demandes comme celles de leurs groupes d'appartenance et de leur environnement social), est à la source de leurs priorités de valeurs. Ces priorités de valeurs changent si les individus perçoivent un changement de ces demandes. On peut dès lors comprendre l'observation d'Altemeyer (1988) selon laquelle des personnes deviennent plus conservatrices lorsqu'elles deviennent parents : leur perception des demandes de leur existence changent, l'importance de la stabilité augmente et les valeurs de préservation deviennent prioritaires.

La question du changement des priorités de valeurs peut cependant s'expliquer d'une façon très différente si l'on se réfère à la conception alternative des valeurs proposée par Seligman et Katz (1996) et, de façon beaucoup plus aboutie encore, de Schwarz et Bohner en ce qui concerne les attitudes (Bohner et Schwarz, 2001 ; Schwarz et Bohner, 2001). En effet, alors que la position classique considère que les individus *ont* des valeurs et des attitudes stockées en mémoire comme dans des tiroirs, éventuellement transformées par les expériences, qu'ils « consultent » et expriment lorsqu'ils répondent à un questionnaire, la conception alternative considère que les individus *forment* des attitudes comme des jugements construits sur le champ (Bohner et Schwarz, 2001, p. 432) sur la base de l'information disponible au moment où ils doivent par exemple répondre à un questionnaire. Lorsque les attitudes évaluées à un temps *t1* sont différentes des attitudes évaluées à un moment *t2*, ce n'est pas parce qu'il y a eu réorganisation d'un système en principe stable, mais parce que le contexte de *t2* était différent de *t1* et que l'individu a formé ses attitudes sur la base d'informations différentes. De même, la consistance entre les évaluations faites à *t1* et *t2* ne s'interprète pas comme la stabilité d'un système de valeurs et d'attitudes interne à l'individu, mais indique que cette personne a pu former une représentation mentale de l'objet d'attitude semblable à *t1* et *t2*, notamment en se basant sur des sources d'informations similaires.

Cet exemple d'une conception alternative des attitudes et des valeurs proposée par Bohner et Schwarz présente l'intérêt de donner au contexte un vrai rôle et de ne plus le présenter, comme le fait la conception classique, comme un facteur venant perturber l'expression du « vrai » système d'attitudes ou de valeurs de l'individu. Elle permet en outre de s'intéresser au changement des valeurs et attitudes et appelle des recherches longitudinales qui semblaient superflues dans la conception classique.

CONCLUSION

L'objectif premier de cet article était de faire un état des lieux des modèles et instruments de la psychologie interculturelle portant sur les valeurs des sociétés et des individus. L'inventaire réalisé dans la première partie nous montre tout un éventail de travaux cherchant à

définir, systématiser et évaluer les valeurs dans différents contextes culturels. Cependant, un état des lieux n'est pas qu'un inventaire, c'est un exercice qui comporte également une part d'évaluation. Le bilan nous semble plutôt mitigé : s'il est vrai que la psychologie interculturelle — en grande partie avec les travaux de Shalom H. Schwartz — a considérablement progressé dans une définition des valeurs qui rende compte de la diversité des cultures, il n'en reste pas moins que la recherche interculturelle sur les valeurs est restée très descriptive et statique. Lorsque ces modèles sont utilisés dans les pratiques de formation interculturelle, le risque est grand de favoriser l'émergence de stéréotypes figeant les cultures (et les individus qui en font partie) dans des déterminismes réducteurs. Il est frappant de voir à quel point reste d'actualité l'appel lancé par Zavalloni il y a plus de vingt ans (1980), enjoignant la recherche interculturelle sur les valeurs à compléter la démarche comparative, effectuée principalement par la méthode des questionnaires, par une étude des processus et des dynamiques dans lesquels sont impliquées les valeurs et ceci dans des contextes culturels différents. Au nombre de ces dynamiques, on citera les dynamiques avec les processus intrapsychiques des individus, avec le contexte de la situation et le contexte culturel, ainsi qu'entre les valeurs des individus et les valeurs collectives.

Pour réaliser cet ambitieux projet, une alliance entre la psychologie interculturelle et la psychologie sociale nous semble souhaitable. Dans la corbeille des mariés, la psychologie sociale apporterait sa longue expérience en matière d'investigation des processus psychosociaux, et notamment de ce lien problématique entre valeurs, attitudes et comportements. Quant à la psychologie interculturelle, elle apporterait sa sensibilité à la variabilité des contextes culturels et son expertise dans la démarche comparative, permettant la génération de théories qui fassent la part de l'universel et du particulier. Il serait en outre appréciable que toutes deux parviennent à s'affranchir de l'influence de la tradition behavioriste de la psychologie « scientifique » classique, qui amène à rechercher des causalités à sens unique et décontextualisées.

RÉFÉRENCES

- ALLPORT, G. W., VERNON, P. E. et LINDZEY, G. (1960) : *Study of values*, Boston, Houghton Mifflin.
- ALTEMEYER, B. (1988) : *Enemies of freedom: Understanding right-wing authoritarianism*, San Francisco, CA, Jossey-Bass.
- BARNEA, M. F. et SCHWARTZ, S. H. (1998) : Values and voting, *Political Psychology*, 19(1), p. 17-40.
- BERRY, J. W. (1971) : Ecological and cultural factors in spatial perceptual development, *Canadian Journal of Behavioural Science*, 3, p. 324-336.
- BERRY, J. W. (1986) : The comparative study of cognitive abilities: A summary, in S. E. NEWSTEAD, S. H. IRVINE et P. L. DANN (Dir.) : *Human assessment: Cognition and motivation*, Dordrecht, Netherlands, Martinus Nijhoff, p. 57-74.
- BERRY, J. W., DASEN, P. R., KAGITCIBASI, C., PANDEY, J., POORTINGA, Y. H., SARASWATHI, T. S. et SEGALL, M. H. (Dir.) (1997) : *Handbook of cross-cultural psychology*, (2nd édition, 3 volumes), Boston, Allyn & Bacon.
- BERRY, J. W., POORTINGA, Y. H., SEGALL, M. H. et DASEN, P. R. (2002) : *Cross-cultural psychology. Research and applications*, (end édition), Cambridge, Cambridge University Press.
- BOHNER, G. et SCHWARZ, N. (2001) : Attitudes, persuasion, and behavior, in A. TESSER et N. SCHWARZ (Dir.) : *Blackwell Handbook of social psychology: Intraindividual processes*, Malden, MA, Blackwell, p. 413-435.
- BOYATZIS, R. E., MURPHY, A. J. et WHEELER, J. V. (2000) : Philosophy as a missing link between values and behavior, *Psychological Reports*, 86, p. 47-64.
- BRAITHWAITE, V. A. et SCOTT, W. A. (1991) : Values, in J. P. ROBINSON, P. R. SHAVER et L. S. WRIGHTSMAN (Dir.) : *Measures of personality and social psychological attitudes*, San Diego, CA, Academic Press, p. 661-753.
- CHINESE CULTURE CONNECTION (1987) : Chinese values and the search for culture-free dimensions of culture, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 18, p. 143-164.
- DAGFAL, A. (2002) : La naissance d'une « conduite à la française » : de Ribot à Janet, *Evolution Psychiatrique*, 67, p. 591-600.
- DARLEY, J. M. et BATSON, C. D. (1973) : From Jerusalem to Jericho: A study of situational and dispositional variables in helping behavior, *Journal of Personality and Social Psychology*, 27, p. 100-119.
- DESCHAMPS, J.-C. et BEAUVOIS, J.-L. (Dir.) (1996) : *Des attitudes aux attributions. Sur la construction de la réalité sociale*, (La psychologie sociale vol. II), Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- DURKHEIM, E. (1897) : *Le suicide: étude de sociologie*, Paris, F. 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), p. 1135-1151.
- FISHBEIN, M. et AJZEN, I. (1975) : *Belief, attitudes, intention and behaviour: An introduction to theory and research*, Reading MA, Addison-Wesley.
- GRUNERT, S. C. et JUHL, H. J. (1995) : Values, environmental attitudes, and buying organic foods, *Journal of Economic Psychology*, 16, p. 39-62.
- GUDYKUNST, W. B. et MATSUMOTO, Y. (1996) : Cross-cultural variability of communication in personal relationships, in W. B. GUDYKUNST, S. TING-TOOMEY et T. NISHIDA (Dir.) : *Communication in personal relationships across cultures*, Thousand Oaks, Sage, p. 19-56.
- HOFSTEDE, G. (1980) : *Culture's consequences: International differences in work-related values*, Beverly Hills, CA, Sage.
- HOFSTEDE, G. (1997) : *Cultures and organizations: Software of the mind*, (2nd ed.), New York, McGraw-Hill.
- HOFSTEDE, G. (2001) : *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*, (2nd, revised ed.), Thousand Oaks, CA, Sage.
- HUI, C. H. (1988) : Measurement of individualism-collectivism, *Journal of Research in Personality*, 22, p. 17-36.
- HUI, C. H. et YEE, C. (1994) : The shortened Individualism-Collectivism scale: Its relationship to demographic and work-related variables, *Journal of Research in Personality*, 28, p. 409-424.
- INGLEHART, R. (1997) : *Modernization and postmodernization. Cultural, economic, and political change in 43 societies*, Princeton, New Jersey, Princeton University Press.
- INKELES, A. et LEVINSON, D. J. (1969) : National character: the study of modal personality and sociocultural systems, in G. LINDSEY et E. ARONSON (Dir.) : *The handbook of social psychology* (2 ed.), Reading, MA, Addison-Wesley.
- KAGITCIBASI, C. (1997) : Individualism and Collectivism, in J. W. BERRY, M. H. SEGALL et C. KAGITCIBASI (Dir.) : *Handbook of cross-cultural psychology. Social Psychology*, (2nd ed., vol. 3, Boston, Allyn & Bacon, p. 1-49).
- KAHLE, L. R. (1996) : Social values and consumer behavior: Research from the List of Values, in C. SELIGMAN, J. M. OLSON et M. P. ZANNA (Dir.) : *The psychology of values: The Ontario symposium*, vol. 8, Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum, p. 135-151.
- KAHLE, L. R., BEATTY, S. E. et HOMER, P. (1986) : Alternative measurement approaches to consumer values: the List of Values (LOV) and Values and Life Style (VALS), *Journal of Consumer Research*, 13, p. 405-409.
- KARP, D. G. (1996) : Values and their effect on pro-environmental behavior, *Environment and Behavior*, 28, p. 111-133.
- KITAYAMA, S. (2002) : Culture and basic psychological processes-Toward a system view of culture: Comment on Oyserman et al. (2002) : *Psychological Bulletin*, 128, 1, p. 89-96.
- KLUCKHOHN, C. et STRODTBECK, F. L. (1961) : *Variations in value orientations*, Evanston, IL, Row Peterson.

- KRAUS, S. J. (1995) : Attitudes and the prediction of behavior: A meta-analysis of the empirical literature. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 1, p. 58-75.
- KRISTIANSEN, C. M. et HOTTE, A. M. (1996) : Morality and the self: Implications for the when and how of value - attitude - behavior relations, in C. SELIGMAN, J. M. OLSON et M. P. ZANNA (Eds.) : *The psychology of values: The Ontario symposium*, vol. 8, Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum, p. 77-105.
- LAPIERRE, R. T. (1934) : Attitudes versus actions. *Social Forces*, 13, p. 230-237.
- LEUNG, K., BOND, M. H., REIMEL DE CARRASQUEL, S., MUNÓZ, C., HERNÁNDEZ, M., MURAKAMI, F., YAMAGUCHI, S., BIERBRAUER, G. et SINGELIS, T. M. (2002) : Social axioms: The search for universal dimensions of general beliefs about how the world functions, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 33(3), p. 286-302.
- MAIO, G. R., OLSON, J. M., ALLEN, L. et BERNARD, M. M. (2001) : Addressing discrepancies between values and behavior: The motivating effect of reasons, *Journal of Experimental Social Psychology*, 37, p. 104-117.
- MASLOW, A. K. (1954) : *Motivation and personality*, New York, Harper and Row.
- MATSUMOTO, D., WEISSMAN, M. D., PRESTON, K., BROWN, B. R. et KUPPERBUSCH, C. (1997) : Context-specific measurement of Individualism-Collectivism on the individual level. *The Individualism-Collectivism Interpersonal Assessment Inventory*, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 28, 6, p. 743-767.
- MILLER, J. G. (2002) : Bringing culture to basic psychological theory-Beyond individualism and collectivism: Comment on Oyserman et al. (2002), *Psychological Bulletin*, 128(1), p. 97-109.
- NAGEL, L., MAYTON, D. M. et WALNER, T. (1996) : Value differences across tobacco use levels, *Health Values: the Journal of Health Behavior, Education and Promotion*, 19, 6, p. 39-44.
- OGBU, J. U. (1992) : Les frontières culturelles et les enfants de minorités, *Revue française de pédagogie*, 101, p. 8-25.
- OYSERMAN, D., COON, H. M. et KEMMELMEIER, M. (2002) : Rethinking individualism and collectivism: Evaluation of theoretical assumptions and meta-analyses, *Psychological Bulletin*, 12, 1, p. 3-72.
- PRIEST, R. F. et BEACH, J. (1998) : Value changes in four cohorts at the US Military Academy, *Sociology and Anthropology*, 25(1), p. 81-104.
- ROCCAS, S. et SCHWARTZ, S. H. (1997) : Church-state relations and the association of religiosity with values: A study of Catholics in six countries, *Cross-Cultural Research*, 31, p. 356-375.
- ROHAN, M. J. et ZANNA, M. P. (2001) : Values and ideologies, in A. TESSER et N. SCHWARZ (Dir.) : *Blackwell Handbook of social psychology: Intraindividual processes*, Malden, MA, Blackwell, p. 458-478.
- ROKEACH, M. (1973) : *The nature of human values*, New York, The Free Press.
- SAGIV, L. et SCHWARTZ, S. H. (1995) : Value priorities and readiness for out-group social contact, *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, p. 437-448.
- SCHWARTZ, S. H. (1990) : Individualism and collectivism: Critique and proposed refinements, *Journal of Cross Cultural Psychology*, 21(2), p. 139-157.
- SCHWARTZ, S. H. (1992) : Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries, in M. P. ZANNA (Ed.) : *Advances in experimental social psychology*, vol. 25, San Diego, CA, Academic Press, p. 1-65.
- SCHWARTZ, S. H. (1996) : Values priorities and behavior: Applying a theory of integrated value systems, in C. SELIGMAN, J. M. OLSON et M. P. ZANNA (Dir.) : *The psychology of values: The Ontario symposium*, vol. 8, Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum, p. 1-24.
- SCHWARTZ, S. H. (2002) : Chapter 7. A proposal for measuring value orientations across nations, Unpublished manuscript, The Hebrew University of Jerusalem.
- SCHWARTZ, S. H. et BARDI, A. (2001) : Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(3), p. 268-290.
- SCHWARTZ, S. H. et BILSKY, W. (1987) : Towards a psychological structure of human values, *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, p. 550-562.
- SCHWARTZ, S. H. et HUISMANS, S. (1995) : Value priorities and religiosity in four Western religions, *Social Psychology Quarterly*, 58, p. 88-107.
- SCHWARTZ, S. H., LEHMANN, A. et ROCCAS, S. (1999) : Multimethod probes of basic human values, in J. ADAMOPOULOS et Y. KASHIMA (Dir.) : *Social psychology and culture context: Essays in honor of Harry C. Triandis*, Newbury Park, CA, Sage.
- SCHWARZ, N. et BOHNER, G. (2001) : The construction of attitudes, in A. TESSER et N. SCHWARZ (Dir.) : *Blackwell Handbook of social psychology: Intraindividual processes*, Malden, MA, Blackwell, p. 436-457.
- SEGALL, M. H. (1996) : Individualism and Collectivism: Descriptions or explanations. Review of « Individualism and Collectivism », Harry C. Triandis, Boulder Co, Westview Press, 1995, *Contemporary Psychology*, 41(6), p. 540-542.
- SEGALL, M. H., DASEN, P. R., BERRY, J. W. et POORTINGA, Y. H. (1999) : *Human behavior in global perspective: An introduction to cross-cultural psychology*, (Revised second edition), Boston, Allyn & Bacon.
- SELIGMAN, C. et KATZ, A. N. (1996) : The dynamics of value systems, in C. SELIGMAN, J. M. OLSON et M. P. ZANNA (Dir.) : *The psychology of values: The Ontario symposium*, vol. 8, Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum, p. 53-75.
- SHERIF, M. et HOVLAND, C. L. (1961) : *Social judgement: Assimilation and contrast effects in communication and attitude change*, New Haven, CT, Yale Univ. Press.
- SINGELIS, T. M. (1994) : The measurement of independent and interdependent self-construals, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20(5), p. 580-591.
- SINGELIS, T. M., HUBBARD, C., HER, P. et AN, S. (2003) : Convergent validation of the Social Axioms Survey, *Personality and Individual Differences*, 34, 2, p. 269-282.
- SMITH, P. B., PETERSON, M. F. et SCHWARTZ, S. H. (2002) : Cultural values, sources of guidance, and their relevance to managerial behavior, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 33(2), p. 188-208.
- SMITH, P. B. et SCHWARTZ, S. H. (1997) : Value, in J. W. BERRY, M. H. SEGALL et C. KAGITÇIBASI (Dir.) : *Handbook of cross-cultural psychology*, vol. 3, Boston, Allyn & Bacon, p. 77-118.
- SPARKS, P. et DURKIN, K. (1987) : Moral reasoning and political orientation: The context sensitivity of individual rights and democratic principles, *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, p. 819-827.
- TERRY, D. J. et HOGG, M. A. (2000) : *Attitudes, behavior, and social context: The role of norms and group membership*. *Applied social research*, Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum.
- TETLOCK, P. E., PETERSON, R. S. et LERNER, J. S. (1996) : Revising the Value Pluralism Model: Incorporating social content and context postulates, in C. SELIGMAN, J. M. OLSON et M. P. ZANNA (Dir.) : *The psychology of values: The Ontario symposium*, vol. 8, Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum, p. 25-51.
- TRIANDIS, H. C. (1995) : *Individualism and collectivism*, Boulder, Westview Press.
- TRIANDIS, H. C., BRISLIN, R. W. et HUI, C. H. (1988) : Cross-cultural training across the individualism-collectivism divide, *International Journal of Intercultural Relations*, 12, p. 269-289.
- TRIANDIS, H. C., CHEN, X. P. et CHAN, D. K. S. (1998) : Scenarios for the measurement of collectivism and individualism, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 29(2), p. 275-289.
- TRIANDIS, H. C., LAMBERT, W. W., BERRY, J. W., LONNER, W., HERON, A., BRISLIN, R. W. et DRAGUNS, J. G. (1980) : *Handbook of cross-cultural psychology*, (6 volumes), Boston, Allyn & Bacon.
- TRIANDIS, H. C., LEUNG, K., VILLAREAL, M. et CLACK, F. L. (1985) : Allocentric versus idiocentric tendencies: Convergent and discriminant validation, *Journal of Research in Personality*, 19, p. 395-415.
- ZAVALLONI, M. (1980) : Values, in H. C. TRIANDIS et R. W. BRISLIN (Dir.) : *Handbook of cross-cultural psychology*, vol. 5, Boston, MA: Allyn & Bacon, p. 73-120.
- ZNANIECKI, F. (1918) : Methodological note, in W. I. THOMAS et F. ZNANIECKI (Dir.) : *The Polish peasant in Europe and America*, Boston, Bodger.

Article reçu le 31 juillet 2003

Version révisée reçue le 17 décembre 2003

Accepté le 4 janvier 2004