



Désirabilité et utilité : deux composantes de la valeur des personnes dans l'évaluation sociale

Desirability and utility: two components of people's value in social evolution

Nicole Dubois et Jean-Léon Beauvois



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/osp/5151>

DOI : [10.4000/osp.5151](https://doi.org/10.4000/osp.5151)

ISSN : 2104-3795

Éditeur

Institut national d'étude du travail et d'orientation professionnelle (INETOP)

Référence électronique

Nicole Dubois et Jean-Léon Beauvois, « Désirabilité et utilité : deux composantes de la valeur des personnes dans l'évaluation sociale », *L'orientation scolaire et professionnelle* [En ligne], 30/3 | 2001, mis en ligne le 15 septembre 2004, consulté le 16 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/osp/5151> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/osp.5151>

Ce document a été généré automatiquement le 16 décembre 2020.

© Tous droits réservés

Désirabilité et utilité : deux composantes de la valeur des personnes dans l'évaluation sociale

Desirability and utility: two components of people's value in social evolution

Nicole Dubois et Jean-Léon Beauvois

L'objectif de cet article est d'articuler deux registres de résultats expérimentaux dans la perspective d'une compréhension plus « sociocognitive » de l'activité évaluative. On montrera d'abord que la valeur attribuée aux personnes repose sur deux dimensions indépendantes, une dimension affective et une dimension utilitaire. On rappellera ensuite que la position d'évaluation implique une focalisation sur la normativité, normativité qui mobilise davantage la dimension utilitaire que la dimension affective. On terminera en évoquant les conséquences que peuvent avoir certaines contradictions entre les deux dimensions dans l'activité évaluative.

Il est traditionnel en psychologie, et en psychologie sociale notamment, de considérer la *valeur* qu'on attribue à une personne comme une expression de notre *attitude* à l'égard de cette personne ¹. « j'ai une attitude positive à l'égard d'Untel » et « je considère qu'Untel est quelqu'un de bien (ou quelqu'un qui a de la valeur) » sont considérées comme deux énoncés à peu près équivalents. C'est ainsi qu'on s'est souvent référé à la première dimension du célèbre différenciateur sémantique d'Osgood et ses collaborateurs (Osgood, Suci, & Tannenbaum, 1957: échelles bon/mauvais ; propre/sale ; positif/négatif...) pour *mesurer* aussi bien la « valeur » attribuée à un objet (c'est d'ailleurs le nom de cette première dimension du différenciateur sémantique : modèle V(valeur) P(puissance)A(activité)) et l'attitude à l'égard de cet objet. Il est probable que cette position soit conforme au sens commun qui ne peut se départir d'une nécessité de consistance cognitive : il est en effet exceptionnel, dans la vie ordinaire, qui est d'ailleurs conforme à l'hypothèse d'une nonne de préférence pour la consistance (Channouf & Mangard, 1997), qu'on puisse se permettre d'avancer des jugements très hétérogènes à l'égard d'une personne à *propos de laquelle on doit prendre une décision*. Il n'est pas toujours facile de dire à la fois d'une telle personne qu'on l'aime et que c'est

quelqu'un qui a peu de valeur. Cette assimilation entre les deux concepts d'attitude et de valeur a au moins trois conséquences.

L'évaluation d'une personne (c'est-à-dire l'attribution de valeur à cette personne) apparaît comme un fait unidimensionnel. En effet, même les évaluateurs informés qui se défendent contre l'effet bien connu de halo (Thomdike, 1920), effet qui conduit à apprécier de la même façon une même personne sur des critères variés, et qui s'attachent à ce que leur appréciation ne soit pas plate ou uniforme, ne peuvent se départir de l'idée selon laquelle ils doivent malgré tout aboutir à une évaluation d'ensemble cohérente qui sera le reflet d'une seule et même réalité parce qu'elle porte, précisément, sur une seule et même dimension. On peut appeler cela une nécessité de cohérence dans le jugement porté sur autrui, surtout lorsque ce jugement est supposé conduire à une décision (promotion / non promotion ; passage dans la classe supérieure / redoublement...).

L'attribution de valeur à une personne par une autre apparaît pour l'essentiel comme un phénomène relevant de l'affectivité de celle qui porte le jugement. C'est là une position acceptée par de nombreux psychologues sociaux. Les dimensions d'Osgood sont ainsi considérées comme donnant la signification « affective » des mots ; le composant évaluatif des attitudes est aussi dit le composant « affectif ». Si Kluckhohn (1954) caractérisait l'homme comme

un « animal évaluateur », Jones et Gerard (1967), dans leurs « fondements » de la psychologie sociale, acceptaient, ce qu'ils considéraient comme « risqué » (p. 83), d'assimiler le domaine de la valeur (et des valeurs) à celui des affects et motivations. Le concept de *désirabilité* d'un objet, comme synonyme de la valeur de cet objet, est particulièrement représentatif d'une telle assimilation : le *désir* relève bien de l'affectivité et de la motivation humaine.

Dans la mesure aussi où l'attitude est elle-même appréhendée comme un phénomène principalement affectif (on est « pour ou contre »), relevant donc d'une *nécessité psychologique*, le concept de valeur se trouve en droit dégagé de ce que l'on doit appeler la *prescriptivité du fonctionnement social*. Si la valeur trouve son origine dans le désir humain, on néglige, et même on oublie toutes ces *utilités* qui ne sont pas des « objets de désir », mais qui ont leur fondement, tout simplement, dans les nécessités du fonctionnement social actuel.

Un certain nombre de recherches réalisées en France durant les dix dernières années permettent de revenir sur ces conceptions et d'insister sur la dualité du concept de valeur. Elles permettent en effet d'opposer une dimension de nature affective (qu'on appellera ici par tradition la *désirabilité sociale*) à une dimension de nature purement sociale² ou, comme nous avons pris l'habitude de l'appeler, une dimension utilitaire, relevant de la prescriptivité du fonctionnement social actuel et de ses options fondamentales (on l'appellera désormais *l'utilité sociale*). Un objet peut être plus ou moins désirable et, indépendamment, plus ou moins utile. Ces recherches, jusqu'à présent non articulées, relèvent de deux principes différents. Un premier groupe de recherches montrent que lorsqu'on parvient à mesurer séparément la valeur affective et la valeur sociale d'une personne ou d'un objet, on obtient des résultats différents sinon contrastés. Un second groupe de recherches montrent que lorsqu'on place un sujet en position d'évaluateur social, il peut faire fonctionner des registres de normativité et donc de valeur qu'il ne fait pas fonctionner dans d'autres positions.

L'objectif de cet article est d'articuler ces deux types de recherches dans une approche générale de l'activité évaluative.

Tout pour être aimé vs tout pour réussir dans la vie : désirabilité et utilité comme dimensions primitives de la valeur des personnes et des objets

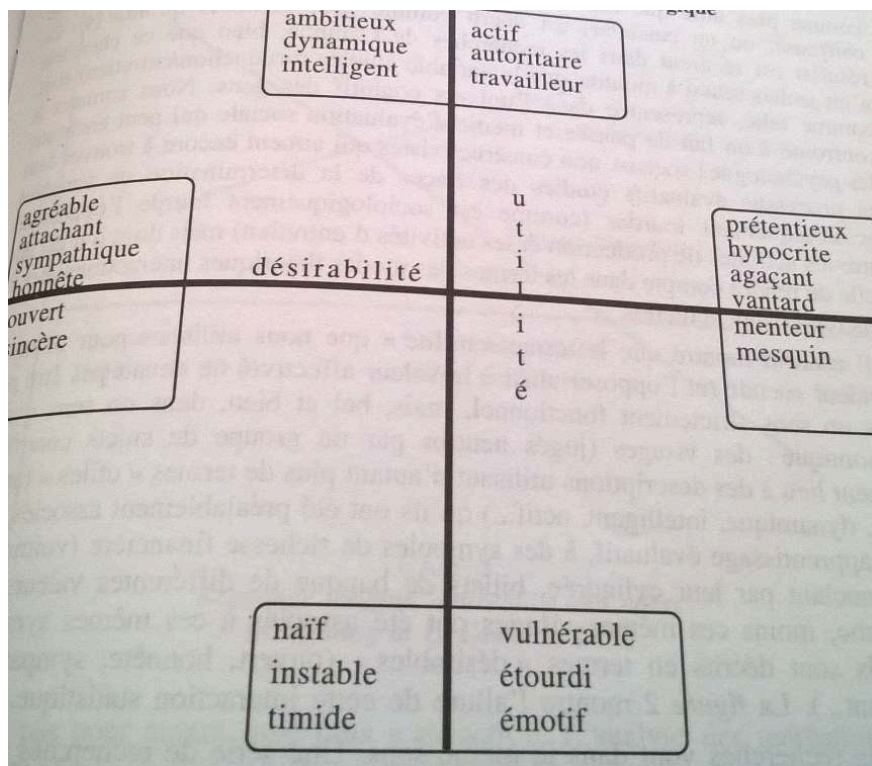
Comme le fait remarquer Peeters (1999) avoir *bon* (ou mauvais) caractère ne signifie pas la même chose qu'avoir *du* caractère (ou de n'en point avoir). On ne dit pas la même chose en disant de Sophie qu'elle a un bon caractère ou en disant qu'elle a du caractère. Cette distinction de sens commun n'est pas sans rapport avec la tradition de recherches psycholinguistiques Osgoodienne, qu'on peut aujourd'hui, en dépit des modes, tenir pour classique. Cette tradition montre que la description des personnes, des symboles et des objets fait assez souvent intervenir, aux cotés d'une dimension indiscutablement évaluative (dite « valeur »: bon/mauvais... caractère), une dimension en rapport avec ce qui ressemble à du « dynamisme », qu'on appelle cela la « puissance », l'« activité »... bref le fait d'avoir « du » caractère ³.

Aucun théoricien n'a, à notre connaissance, contesté l'idée que la première dimension des modèles issus de Charles Osgood et de ses collaborateurs (la « valeur ») a ses racines dans l'affectivité. Des recherches récentes montrent que la seconde dimension n'est autre que la valeur (ou l'utilité) sociale. Ceci ne signifie évidemment pas que la première dimension soit dépourvue d'implication sociale. C'est effectivement « en société » que se manifeste le bon (vs le mauvais) caractère d'une personne. On aime les gens honnêtes, sincères, sociables et l'on déteste les gens hypocrites, mesquins, égoïstes. On s'approche volontiers des premiers et on évite carrément les seconds. Nous retrouvons là l'idée d'une valeur affective qui se réalise dans le social mais dont le fondement repose sur des attentes, des désirs, qui, on peut accepter ce postulat, relèvent d'une certaine universalité qu'ont les motivations et les désirs humains dans toute vie sociale. Il n'en est pas de même de la seconde dimension. La valeur que celle-ci met en œuvre non seulement se réalise dans le social, mais encore trouve ses contenus et sa rationalité dans les options fondamentales du fonctionnement social actuel (Beauvais, 1995). Si c'est l'affectivité humaine (nos tendances à l'approche de ce qui est source de plaisir et à l'évitement de ce qui est source de déplaisir) qui dit ce qu'est un bon (versus un mauvais) caractère, c'est le fonctionnement social qui énonce ce qu'est un trait ou un caractère utile et ce qui ne l'est pas. Le schéma qui intervient alors n'est plus le schéma bipolaire de l'approche ou l'évitement, mais le schéma unipolaire de l'attribution d'un prix, d'une décision d'investissement.

Gallay (1992; recherche décrite dans Cambon et Gallay, soumis) a fourni une assez convaincante illustration expérimentale de la disjonction entre affect et utilité. Son objectif était, précisément, de dissocier ces deux composantes de la valeur apportée par l'attribution de traits de personnalité que sont la désirabilité et l'utilité. Les sujets devaient inscrire le prénom de deux personnes qu'ils connaissaient bien dans chacune des quatre cases d'un tableau factoriel à deux variables. La première variable opposait les « personnes que vous aimez » aux « personnes que vous n'aimez pas ». La seconde variable opposait les « personnes ayant de nombreuses qualités pour réussir dans la vie » aux personnes « ayant peu de qualités pour réussir dans la vie ». On fournissait ensuite aux sujets une liste de 60 adjectifs assez fréquemment utilisés dans la description psychologique (Beauvois, 1984). Ils devaient caractériser chacune des huit personnes qu'ils avaient portées dans le tableau en choisissant six traits dans cette liste, réalisant ainsi huit descriptions psychologiques de six traits. Une analyse

factorielle réalisée sur ces descriptions a dégagé deux facteurs massifs, l'axe horizontal expliquant 69 % de la variance, l'axe vertical 26 %. Les deux facteurs correspondent sans aucune ambiguïté aux deux facteurs imposés à la classification des personnes à décrire. Le premier de ces facteurs est la désirabilité (ou valeur affective). H reproduit parfaitement la variable « aimées » / « non aimées » et oppose les traits ouvert, honnête, sympathique, attachant..., aux traits prétentieux, hypocrite, agaçant, vantard... Le second facteur est l'utilité. Il reproduit la variable « tout pour réussir » / « rien pour réussir » et oppose les traits ambitieux, dynamique, intelligent..., aux traits naïf, vulnérable, timide, instable. Un lexique de 24 traits typiques a pu être ainsi dégagé (voir figure 1).

FIGURE 1. Désirabilité et utilité dans la description psychologique



CASE 1. Desirability and utility in psychological description

Récemment, reprenant ces 24 traits, Cambon (2000) a apporté trois éléments importants pour la compréhension de la signification théorique de cette opposition entre la valeur affective et l'utilité.

Il a d'abord montré, en réutilisant les échelles du différenciateur sémantique d'Osgood et al., que cette dualité était tout à fait conforme à l'opposition issue d'Osgood et de ses collaborateurs entre la valeur (facteur 1 du modèle V.P.A.) et le dynamisme (facteurs 2 et 3 — puissance et activité — réunis). Nous sommes donc là dans une bien vieille et solide tradition scientifique.

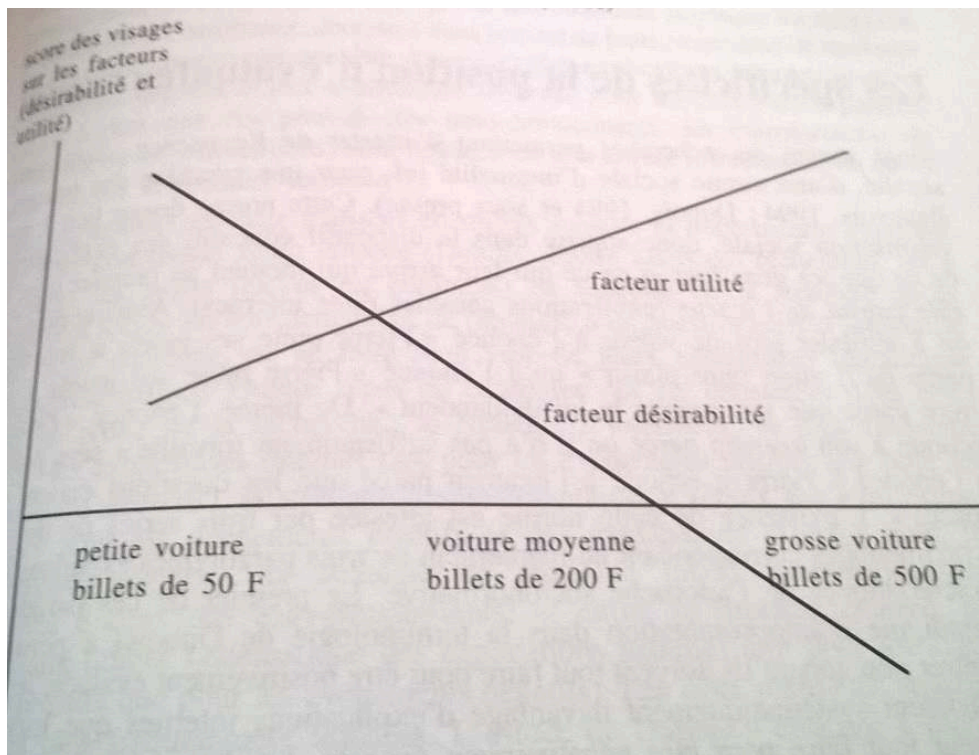
Il a ensuite montré que les descriptions faites avec ce lexique de 24 traits donnaient lieu à des disjonctions particulièrement intéressantes entre les deux dimensions. C'est ainsi qu'à quatre reprises, il a observé que les professionnels exerçant une « activité de production » (activité directement reliées à la production de biens destinés au marché ; par exemple un directeur d'usine, ou encore une fileuse) était décrits en termes plus «

utiles » que les professionnels exerçant une activité d'entretien (activité en rapport avec la maintenance des producteurs et l'aide aux producteurs ; par exemple un directeur de service hospitalier, ou encore une coiffeuse), ces derniers étant par contre décrits en termes plus « désirables ». Un directeur d'usine (ou une fileuse, ou un rétameur...) est décrit comme plus utile que désirable. Un directeur de service hospitalier (ou une coiffeuse, ou un cuisinier) est décrit comme plus désirable qu'utile⁴. Ce résultat est récurrent dans les recherches de Cambon, bien que ce chercheur n'ait jamais réussi à montrer que la variable étudiée (production/entretien) était, comme telle, représentée dans l'univers cognitif des gens. Nous sommes là confronté à un fait de pensée et même d'évaluation sociale qui peut enchanter des psychologues sociaux non constructivistes qui aiment encore à trouver dans les processus évaluatifs étudiés des traces de la détermination de variables sociologiquement lourdes (comme est sociologiquement lourde l'opposition entre les activités de production et les activités d'entretien) mais dont il n'est pas facile de rendre compte dans les termes des modes théoriques interactionnistes et constructivistes actuelles.

Il a enfin montré que le terme « utilité » que nous utilisons pour nommer la valeur sociale (et l'opposer ainsi à la valeur affective) ne devait pas être pris dans un sens strictement fonctionnel, mais, bel et bien, dans un sens quasi-économique : des visages (jugés neutres par un groupe de sujets contrôles) donnent lieu à des descriptions utilisant d'autant plus de termes « utiles » (ambitieux, dynamique, intelligent, actif...) qu'ils ont été préalablement associés, lors d'un apprentissage évaluatif, à des symboles de richesse financière (voitures se différenciant par leur cylindrée, billets de banque de différentes valeurs). En revanche, moins ces mêmes visages ont été associés à ces mêmes symboles, plus ils sont décrits en termes « désirables » (ouvert, honnête, sympathique, attachant...). La figure 2 montre l'allure de cette interaction statistique.

D'autres recherches vont dans le même sens. Une série de recherches réalisée à Lausanne par Devos-Comby et Devos (2000 et sous presse) repose sur la même opposition théorique : les traits de personnalité utilisés sont répartis, après plusieurs pré-tests, entre ceux qui énoncent ce que les auteurs appellent l'« attractivité » de la cible et ceux qui énoncent son utilité sociale. Il est ainsi montré que de jeunes Suisses différencient bien les personnes normatives des personnes non normatives sur la dimension de l'utilité sociale alors qu'ils ne les différencient pas sur la dimension de l'attractivité. Ainsi, jugent-ils plus favorablement des cibles devenues séropositives après un « amour romantique » que des cibles devenues séropositives après un « amour hédoniste » sur la dimension de l'utilité sociale. Ils ne les différencient par contre pas sur la dimension de l'attractivité : un séropositif ayant vécu un amour romantique est jugé en termes plus « utiles » qu'un séropositif ayant vécu un amour hédoniste.

FIGURE 2. Poids économique, désirabilité et utilité (D'après L. Cambon, 2000)

CASE 2. **ECONOMIC WEIGHTS, DESIRABILITY AND UTILITY ACCORDING TO L. CAMBON, 2000)**

Il n'est pas pour autant jugé plus « attractif ». L'analyse des médiations tend à montrer que les jugements de responsabilité sont médiatisés par les jugements d'utilité et non par les jugements d'attractivité. Voici donc un ensemble de recherches qui atteste du fait que, lorsqu'on décrit quelqu'un (une « cible ») en utilisant des traits de personnalité, on informe la personne qui vous écoute sur la « valeur » de la cible décrite. Elles montrent aussi que cette valeur se distribue bien sur deux dimensions indépendantes et même possiblement contradictoires (voir, dans la *figure 2*, les visages associés à une voiture de grosse cylindrée et à des billets de 500 francs). On énonce d'abord la « désirabilité » de la cible (doit-on l'approcher ou l'éviter, l'aimer ou la détester... ? On aimera davantage une cible honnête, attachante et sincère qu'une cible hypocrite, mesquine et vantarde). On énonce ensuite son utilité sociale (en termes quelque peu triviaux mais non inadaptés : quel prix doit-on mettre pour l'acheter ? On est prêt à payer plus cher quelqu'un d'intelligent, ambitieux et travailleur que quelqu'un de naïf, instable et vulnérable). Nous reviendrons ultérieurement sur les conséquences quant aux processus d'évaluation de cette disjonction entre ces deux types de valeur que sont la désirabilité et l'utilité. Rappelons auparavant quelques spécificités de la position d'évaluation.

Les spécificités de la position d'évaluateur social

Vingt années de recherches permettent d'attester de l'existence, dans notre société, d'une norme sociale d'internalité (cf. pour une synthèse des travaux, Beauvois, 1994; Dubois, 1994 et sous presse). Cette norme donne lieu à une valorisation sociale, donc apprise dans le dispositif éducatif, des explications de ce que les gens font et de ce qui

leur arrive qui mettent au premier plan le rôle causal de l'acteur (explications causales dites internes). Ainsi apprend-t-on à attribuer plus de valeur à l'énoncé « Pierre prête ses jouets à son frère parce qu'il aime faire plaisir » qu'à l'énoncé « Pierre prête ses jouets à son frère parce que ses parents le lui demandent ». De même, l'énoncé « Pierre a échoué à son examen parce qu'il n'a pas suffisamment travaillé » sera préféré à l'énoncé « Pierre a échoué à l'examen parce que les questions étaient mal posées ». L'existence de cette norme est attestée par trois séries de données expérimentales correspondant au maniement de trois paradigmes expérimentaux caractéristiques de l'approche socionormative. Le premier de ces paradigmes (paradigme d'autoprésentation dans la terminologie de Dubois) a permis de montrer que, lorsqu'ils doivent tout faire pour être positivement évalués, les gens choisissent systématiquement davantage d'explications internes que lorsqu'ils doivent tout faire pour être négativement évalués. Le deuxième de ces paradigmes (paradigme d'« identification ») a permis de constater que, lorsqu'ils doivent répondre comme le ferait quelqu'un d'autre, les gens attribuent plus d'explications internes à des personnes dotées de valeur qu'à des personnes dotées de peu de valeur. Enfin, le troisième paradigme (paradigme des juges) montre que lorsque des sujets mis en position d'évaluateurs ont à juger de la valeur de plusieurs cibles qu'ils ne connaissent (ou qui ne varient) que par les explications causales qu'elles ont avancées dans un questionnaire ou dans un entretien, ils attribuent systématiquement plus de valeur (plus de possibilités de réussite scolaire, plus d'adaptabilité professionnelle...) aux cibles ayant avancé des explications internes.

Une implication quelque peu déroutante de la théorie de la norme d'internalité est que, de façon à être bien jugés, les gens doivent avancer des explications internes de ce qu'ils font de bien *mais aussi de ce qu'ils font de mal*. C'est d'ailleurs ce que l'on observe le plus souvent dans la situation d'auto-présentation. Si cette implication et cette observation sont déroutantes, c'est parce qu'on sait que les gens ont quelquefois tendance à expliquer de façon interne ce qu'ils font de bien (j'ai réussi parce que j'avais bien révisé) mais, dans le même temps, à expliquer de façon externe ce qu'ils font de mal (j'ai échoué parce que je n'avais pas eu le temps de réviser). On appelle cela le biais d'auto-complaisance. Et de fait, lorsqu'on place des gens en situation d'auto-présentation (quand on leur demande de tout faire pour se faire bien voir), il arrive que certains abondent dans le sens de ce biais d'auto-complaisance (lorsque le questionnaire implique le sujet comme acteur des événements expliqués), ou plus généralement de complaisance (lorsque le questionnaire implique un tiers)⁵. D'autres, moins nombreux, abondent dans le sens du biais (contraire) de modestie (ou de malveillance) qui consiste à avancer des explications internes pour les événements négatifs et des explications externes pour les événements positifs. Est-ce à dire que ces gens-là (les auto-complaisants, les complaisants, les modestes ou les malveillants) sont réfractaires à la norme d'internalité ou qu'ils n'en ont pas la moindre intuition ?

Deux recherches récentes réalisées en milieu scolaire et universitaire montrent que cette conclusion serait erronée (Dubois, 2000). Dans ces recherches, on a distingué les sujets (élèves ou étudiants) en fonction de la stratégie qu'ils adoptaient lorsqu'on leur demandait de répondre à un questionnaire d'internalité avec, pour consigne, de se faire bien voir de leurs enseignants (paradigme d'auto-présentation). Quatre types de stratégies ont été constatées dans cette première phase de la recherche : la stratégie d'internalité, la plus fréquente (choix des explications internes tant pour les événements positifs que pour les événements négatifs), la stratégie d'auto-

complaisance (choix des explications internes pour les événements positifs et des explications externes pour les événements négatifs), la stratégie de modestie (choix systématiquement contraires à ceux des auto-complaisants) et enfin, la stratégie externe, très minoritaire (choix systématique des explications externes tant pour les événements positifs que pour les événements négatifs). Les deux premières stratégies sont les plus fréquemment utilisées. L'astuce de Dubois a consisté à plonger ces mêmes élèves ou étudiants dans une nouvelle situation, situation exigeant d'eux d'adopter une position typique d'évaluateur (paradigme des juges). Ils devaient en effet juger du potentiel scolaire ou universitaire de pairs connus par leurs réponses au questionnaire d'internalité qu'eux-mêmes venaient de remplir à des fins d'auto-présentation. C'est ainsi que chaque sujet (ou juge) avait à juger quatre pairs connus par leurs réponses à ce questionnaire : un « interne », un « auto-complaisant », un « modeste » et un « externe ».

On aurait pu s'attendre à ce que les sujets jugent plus favorablement le pair ayant manifesté comme mode de réponse celui qu'ils avaient eux-mêmes adopté à des fins d'auto-valorisation (en somme, qu'ils préfèrent celui qui était tel qu'ils s'étaient eux-mêmes auto-présentés). Il n'en fut rien. Dans les deux recherches, tous les sujets, quelle que soit la stratégie qu'ils avaient mise en œuvre auparavant dans le paradigme d'auto-présentation, attribuèrent plus de potentiel scolaire à leur pair « interne ». On est là confronté à une contradiction entre le profil qu'adoptent les sujets pour se faire bien voir par leurs enseignants et celui qu'ils trouvent le plus représentatif de la valeur scolaire ou universitaire.

En fait, ce n'était pas la première fois qu'on observait que des sujets placés dans le paradigme des juges privilégient dans leurs évaluations un mode de réponse normatif qui n'est pas celui qu'ils avaient antérieurement présenté comme étant le plus valorisant ou valorisé par eux. Masson-Maret (1997), dans des études reposant sur l'hypothèse d'une « norme d'androgynie », avait en effet déjà constaté que des cadres supérieurs d'une grande administration préféraient, lorsqu'ils avaient à juger des collaborateurs fictifs (hommes ou femmes), un collaborateur androgyne, donc, pour Masson-Maret, un collaborateur normatif, alors qu'ils avaient eu auparavant à décrire un collaborateur à leurs yeux « idéal » (homme ou femme), et qu'ils l'avaient décrit comme quelqu'un de fortement masculin (donc assez peu androgyne).

Le paradigme des juges a donc une curieuse spécificité qui pourrait bien renvoyer à la position d'évaluateur que les sujets doivent y adopter. Il conduit en effet des sujets qui se sont avérés antérieurement non normatifs à préférer des cibles qui font montre, elles, de normativité. Comment rendre compte de cette spécificité? On peut le faire d'au moins deux façons. On peut d'abord faire valoir le fait que, par définition, un évaluateur est placé en situation de choix entre des alternatives qui se présentent clairement à lui et qui ouvrent un univers fait de nombreuses possibilités. Il lui est donc sans doute plus facile de repérer où est la normativité et où elle n'est pas. Une seconde façon de rendre compte de la spécificité du paradigme des juges nous semble plus intéressante. Elle consiste à prendre en considération la nature même du rôle d'évaluateur et à accepter l'idée selon laquelle les sujets, placés dans le paradigme des juges, adoptent ce rôle et n'en adoptent pas un autre. L'évaluateur est le représentant du fonctionnement social et il se doit d'en adopter les critères. Rien d'étonnant alors qu'il se réfère aux normes en vigueur dès lors qu'elles correspondent bien à quelques options fondamentales de ce fonctionnement social (Beauvois, 1995). À ne pas se référer à ces normes, il n'obéirait pas aux contraintes de la situation qu'il a acceptée.

Les sujets, lorsqu'ils sont en situation d'auto-présentation, n'ont pas les mêmes contraintes. Ils peuvent certes adopter des stratégies normatives (ce qu'ils font d'ailleurs souvent en majorité), mais ils peuvent aussi choisir des stratégies qui, à leurs yeux, sont plus susceptibles de les faire aimer dans les relations interpersonnelles, comme le biais d'auto-complaisance ou le biais de modestie (ils peuvent par exemple penser qu'ils seront plus appréciés par leur maître si celui-ci croit qu'ils ont des « circonstances atténuantes »). C'est sans doute ce que font les sujets non normatifs des deux expériences de Dubois. Sans doute ont-ils mis en œuvre des stratégies destinées à les faire passer pour des gens sympas, agréables, plutôt que pour des gens normatifs ayant un Soi de grande valeur sociale. Évaluateurs, ils doivent repérer les gens normatifs, utiles, et pas nécessairement des gens sympathiques et attractifs. Cette interprétation que propose Dubois de ses résultats nous ramène aux deux dimensions de la valeur.

L'usage combiné des deux paradigmes a permis en effet de montrer une nouvelle fois l'intervention de deux registres différents de la valeur des personnes. Le premier paradigme (auto-présentation) peut conduire certains à adopter des stratégies qui sont probablement efficaces si on a le désir d'être aimé (valeur affective) : on ne peut détester quelqu'un qui a fait quelque chose de mal mais dont ce n'est pas réellement la faute. C'est sans doute cette valeur affective que sollicitent les sujets qui, devant se faire apprécier, adoptent un type de réponse reflétant la complaisance ou la modestie. Le second paradigme (juges) conduit à des stratégies normatives de jugement qui reposent sur le repérage d'une forme de valeur qui nous semble plus proche de l'utilité sociale. C'est la référence à cette valeur-là qu'impose le paradigme des juges. Nous allons, maintenant, pour en finir avec notre parcours expérimental, évoquer une recherche qui justifie ce point de vue.

Normativité et utilité sociale

Deux recherches récentes de Cambon, Djouari et Beauvois (soumis) portent en effet spécifiquement sur les liens qu'il y a entre la normativité, en matière de jugement, et les dimensions de la valeur (utilité, désirabilité). Dans celle que nous allons rappeler, les sujets devaient, dans un premier temps, répondre pour leur propre compte à un questionnaire d'internalité (consigne standard) puis se décrire à l'aide de traits de personnalité renvoyant, pour les uns, à la désirabilité, pour les autres, à l'utilité. Puis ils devaient, une semaine plus tard, juger quatre cibles ayant répondu au même questionnaire de façon interne, complaisante, malveillante⁶ ou externe (paradigme des juges). Enfin, les sujets décrivaient ces quatre cibles à l'aide des traits de personnalité qu'on leur avait présentés, une semaine auparavant, pour se décrire eux-mêmes. Les résultats de cette recherche vont parfaitement dans le sens des conclusions que tirait Dubois (2000) de ses résultats (paragraphe précédent) : c'est à l'utilité, et non à la désirabilité, qu'est associée la normativité. Ce fait apparaît aussi bien dans la description de soi que dans la description d'autrui.

Alors que presque tous les sujets ont tendance à se décrire comme étant plus « désirables » qu'« utiles », seuls ceux qui ont fait un maximum de choix internes au questionnaire d'internalité (consigne standard) se présentent personnellement comme étant plus utiles que désirables.

Lorsqu'ils décrivent des cibles plus ou moins internes, les sujets différencient ces cibles sur la dimension de l'utilité (plus la cible est interne, plus elle est « utile ») alors qu'ils ne les différencient pas sur la dimension de la désirabilité.

Les cibles ayant un profil interne sont jugées plus utiles que les cibles complaisantes, qui elles-mêmes sont jugées plus utiles que les cibles malveillantes, qui elles-mêmes sont jugées plus utiles que les cibles externes. Les jugements de désirabilité donnent lieu à moins de différenciation entre les cibles : si les cibles ayant des profils internes et complaisants ne se différencient pas, elles se distinguent des cibles malveillantes et externes, qui elles-mêmes ne se différencient pas. Enfin, les cibles internes, *et elles seules*, sont jugées comme plus utiles que désirables.

Les recherches de Cambon, Djouari et Beauvois montrent ainsi que la normativité que repèrent les juges lorsqu'ils doivent attribuer de la valeur à plusieurs cibles est associée à l'utilité plutôt qu'à la désirabilité. 11 n'y a finalement rien là qui soit très surprenant : un évaluateur social n'a pas pour rôle d'opérer la sélection sociale sur la base de ses affects ou de ce qu'il peut anticiper des affects d'autrui, mais sur la base d'une réalité sociale qui donne de la valeur aux gens : leur adéquation aux options du fonctionnement social actuel. Ce sont là de bien vieilles idées qui trouvent ici des confirmations expérimentales.

De l'inconfort des évaluateurs

Le rôle imparti aux évaluateurs sociaux (dans l'appréciation du personnel, l'évaluation pédagogique, les décisions en matière de cas sociaux...) n'est donc pas de promouvoir ou d'aider ceux qu'ils aiment, mais de promouvoir et d'aider ceux qui font montre de normativité et d'utilité sociale. On devrait donc suspecter qu'il leur arrive d'avoir à promouvoir des personnes qui s'avèrent à leurs yeux peu attachantes, peu sincères... (faible désirabilité) mais qui sont par ailleurs intelligentes, dynamiques... (forte utilité). Les résultats de Cambon (2000, voir figure 2 ci-dessus) donnent en effet à penser que de telles contradictions ne sont pas une simple vue de l'esprit. Il est des cas où manifestement désirabilité et utilité ne vont pas ensemble. Ces contradictions devraient produire quelque inconfort chez des évaluateurs, d'autant plus que certains d'entre eux, notamment les enseignants et les travailleurs sociaux, n'aiment guère se sentir les agents normatifs du fonctionnement social. Comment les évaluateurs peuvent-ils traiter cet inconfort ?

Ils peuvent d'abord et tout simplement nier en toute bonne foi les déterminations de leur jugement. Dubois et Le Poulter (1991) ont ainsi constaté que des instituteurs qui avaient manifestement tablé sur l'internalité de jeunes élèves (donc sur leur normativité) pour juger de l'opportunité de leur passage en 6e étaient par ailleurs parfaitement convaincus de ne pas avoir tenu compte de cette information lorsqu'ils avaient jugé. Cette cécité introspective n'a rien pour surprendre. Les psychologues sociaux ont, en effet, montré que les gens n'ont qu'un accès introspectif très limité aux processus qui dirigent leurs jugements évaluatifs même s'ils savent, lorsqu'on leur pose des questions, parler de ces jugements et des raisons de ces jugements en sollicitant des théories causales généralement partagées dans la population (Nisbett & Bellows, 1977; voir Schadron, 1997). Il n'est donc pas étonnant qu'ils puissent, en toute bonne foi, contester le caractère déterminant d'une information, même lorsque cette information a pesé, ce que l'expérimentation et la méthode comparative seules permettent de

constater. Les évaluateurs peuvent donc juger en fonction de l'utilité exhibée par l'évalué, même lorsque cette utilité entre en contradiction avec sa désirabilité, et ceci tout en niant avoir jugé ainsi.

Mais on peut tout aussi bien penser que les gens, et, a fortiori, les évaluateurs, disposent d'un second mode de traitement des inconforts évaluatifs. Il s'agit tout simplement d'apprendre à aimer ce qui, au départ, n'est qu'utile et à ne pas aimer ce qui, au départ, ne l'est pas. Les évaluateurs évitent ainsi l'inconfort qui pourrait naître de la disjonction entre les deux composantes de la valeur. C'est en tout cas ce que donne à croire l'étude de la description psychologique et des théories implicites de la personnalité qui supportent cette description. Cette étude montre, en effet, que lorsque les gens décrivent autrui à l'aide d'un matériel peu structuré (par exemple lorsqu'on leur demande simplement « d'utiliser des traits », ou encore lorsqu'on leur propose une longue liste de traits), les analyses factorielles faites sur les descriptions dégagent un facteur évaluatif massif (il explique toujours plus de variance que les autres) dans lequel la désirabilité et l'utilité sont pratiquement confondues (Beauvois, 1984; Kim & Rosenberg, 1980 ; Labourin & Lecourvoisier, 1986 ; Rosenberg & Sedlack, 1972). La valeur des personnes décrites apparaît alors comme un attribut parfaitement indifférencié ou, ce qui revient théoriquement au même, comme un facteur général assorti de nombreuses sous-dimensions non indépendantes (obliques) qui trouvent leur définition dans les divers contextes de l'activité (« modèle évaluatif » de Kim & Rosenberg, 1980). Les gens honnêtes, agréables... sont alors, aussi bien, les gens intelligents, dynamiques..., tout comme les gens hypocrites, vantards... sont aussi les gens naïfs, instables... Que les gens et les évaluateurs en soient venus à aimer ce qui est utile et à ne pas aimer ce qui ne l'est pas n'est pas une affaire théoriquement très mystérieuse. Les processus de rationalisation et d'internalisation (cf. Doise, Dubois, & Beauvois, 1999) ont, précisément, pour fonction cette intégration des utilités et exigences sociales (donc initialement des exigences externes) à un substrat psychologique interne sur la base duquel les gens construisent leur concept de Soi, leur valeur personnelle, celle des autres. Lorsque internalisation et rationalisation ont réalisé cette fonction, aussi bien la description psychologique que l'analyse psychologique des évaluateurs reposent sur une appréhension syncrétique de la valeur qui permet d'éviter les inconforts et les inconsistances. Il reste que certaines situations activent l'opposition entre désirabilité et utilité et peuvent donner lieu à des disjonctions.

Conclusion

L'homme est un animal évaluateur, avançait donc Kluckhohn en 1954. C'était l'époque où les psychologues sociaux décrivaient des univers cognitifs structurés par des principes de consistance de nature essentiellement évaluative. On peut s'interroger quant aux raisons qui font que ces psychologues sociaux ont renoncé à l'étude de l'activité évaluative (nous ne disons pas à celle des valeurs). Nous aimerions avancer pour conclure deux raisons qui sont en continuité avec les formulations précédentes.

La première tient à l'assimilation des faits de valeur (et même de valeurs) à des faits affectifs. Il va de soi qu'avec l'évolution métathéorique de la psychologie vers un cognitivisme quelquefois présomptueux une telle assimilation ne pouvait conduire qu'à négliger ces faits de valeur ⁷.

La seconde tient au déclin d'une idée qui était forte jusque vers les années 60: c'est l'idée de la prescriptivité du fonctionnement social, idée qui nous semble incompatible, au niveau des pratiques expérimentales, avec les attendus interactionnistes ou constructivistes actuellement dominants. Or, à éviter l'idée que le fonctionnement social est intrinsèquement et nécessairement, même en deçà de la culture ⁸, porteur de prescriptions non négociables, donc *d'évaluations indépendantes de toute nécessité psychologique*, les faits de valeur perdent souvent leur consistance, pour n'apparaître plus que sous la forme vague de vagues désirs humains, désir de positivité, d'identité, d'autodétermination... Du sujet ou de l'autre, de l'agent d'influence ou de l'influencé, de l'évaluateur ou de l'évalué, voire, ce qui est au sens propre un comble, désir du maître et désir de l'esclave.

Les recherches qui attestent d'abord de la disjonction, dans le registre des faits de valeur, entre la désirabilité et l'utilité sociale, qui attestent ensuite de l'ancrage de la normativité de nos jugements dans leur utilité plutôt que dans leur désirabilité, vont quelque peu à contre-courant. Elles sont, néanmoins, susceptibles d'entretenir une métathéorie plus « sociale » (et peut-être moins idéaliste) en psychologie sociale. Elles sont par ailleurs susceptibles d'apporter aux évaluateurs un éclairage moins psychologisant et une lecture moins idéaliste de leur rôle social.

BIBLIOGRAPHIE

- Beauvois, J.-L. (1976). Problématique des conduites sociales d'évaluation. *Connexions*, 19, 7-30.
- Beauvois, J.-L. (1984). *La psychologie quotidienne*. Paris : P.U.F.
- Beauvois, J.-L. (1994). *Traité de la servitude libérale*. Paris : Dunod.
- Beauvois, J.-L. (1995). La connaissance des utilités sociales. *Psychologie Française*, 40, 375-387.
- Cambon, L. (2000). Désirabilité et utilité sociale, deux composantes de la valeur. Une exemplification dans l'analyse des professions. Thèse de Doctorat. Université Blaise Pascal. L.A.P.S.C.O. Clermont-Ferrand.
- Cambon, L., Djouari, A., & Beauvois, J.-L. (2001). Social desirability, social utility, and normativity. Laboratoire de Psychologie Sociale, Université de Grenoble-2 (submitted).
- Cambon, L., & Gallay, M. (2001). Social desirability and social utility : two components of value. Laboratoire de Psychologie Sociale, Université de Grenoble-2 (submitted).
- Channouf, L., & Mangard, C. (1997). Les aspects socionormatifs de la consistance cognitive. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 36, 28-45.
- Devos-Comby, L., & Devos, T. (2000). Jugements de responsabilité et registres de connaissance. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule et J.-M. Monteil (Eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales*, (vol. 7). Rennes : P.U.R.
- Devos-Comby, L., & Devos, T. (2001). Social Norms and Judgments of Responsibility. *Swiss Journal of Psychology*, 60.

- Doise, W., Dubois, J.-L., & Beauvois, J.-L. (1999). *La psychologie sociale, 4. La construction sociale de la personne*. Grenoble : P.U.G.
- Dubois, N., & Le Poutier, F. (1991). Intemalité et évaluation scolaire. In J.-L. Beauvois, R.-V. Joule, & J.-M. Monteil (Eds.), *Perspectives Cognitives et Conduites Sociales, 3*. Cousset (Fribourg) : Delval.
- Dubois, N. (1994). *La norme d'interréalité et le libéralisme*. Grenoble : P.U.G.
- Dubois, N. (2000). Self-presentation strategies and social judgments. Desirability and social utility of causal explanations. *Swiss Journal of Psychology, 59*, 170-182.
- Dubois, N. (2001, sous presse). *A sociocognitive approach of social norms*. Londres : Routledge.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition*. New York : McGraw-Hill.
- Jones, E. E., & Gerard, H. B. (1967). *Foundations of social psychology*. New York : Wiley.
- Kim, M. P., & Rosenberg, S. (1980). Comparison of two structural models of implicit personality theory. *Journal of Personality and Social Psychology, 38*, 375-389.
- Cluckhohn, C. (1954). Culture and behavior. In G. Lindzey (Ed.), *Handbook of social Psychology*. Cambridge: Addison-Wesley.
- Labourin, M.-C., & Levourvoisier, A. (1984). Le rôle des traits centraux dans la formation des impressions. *Cahiers de Psychologie Cognitive, 6*, 95-102.
- Masson-Maret, H. (1997). Évaluation sociale et différence des sexes : une étude sionormative au sein d'une organisation administrative. *Revue Internationale de Psychologie Sociale, 10*, 49-62.
- Nisbett, R. E., & Bellows, N. (1977). Verbal reports about causal influence on social judgment : private access versus public theories. *Journal of Personality and Social Psychology, 35*, 613-624.
- Osgood, C. E., Suci, G. J., & Tannenbaum, P. H. (1957). *The measurement of meaning*. Urbana, Ill. : University of Illinois Press.
- Peeters, G. (1999). Valeur et évaluation. In W. Doise, N. Dubois, & J.-L. Beauvois (Éds.), *La psychologie sociale, 4. La construction sociale de la personne*. Grenoble : P.U.G.
- Rosenberg, S., & Sedlack, A. (1972). Structural representations of implicit personality theory. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (vol. 6, pp. 235-297). New York : Academic Press.
- Schadron, G. (1997). La conscience des processus cognitifs dans le jugement social. In J.-P. Leyens & J.-L. Beauvois (Éds.), *La psychologie sociale, 3. L'Ère de la cognition*. Grenoble : P.U.G.
- Thomdille, E. L. (1920). A constant error in psychological rating. *Journal of Applied Psychology, 4*, 25-29.

NOTES

1. La valeur dont il sera question dans cet article est la valeur des choses et des gens (valeur au singulier). On distinguera cette valeur des valeurs (valeurs au pluriel) désignant des finalités de l'action humaine.
2. Comme on va le voir cette dimension sociale n'a rien à voir avec la fameuse dimension « social good-bad » des recherches américaines sur les théories implicites de la personnalité, dimension qui dénote ce que le « désir humain » aime à trouver en société (Cf. Rosenberg & Sedlack, 1972). D'une façon générale, il doit être clair que nous ne confondons pas « la vie en société », ou « les rapports avec autrui » et l'ordre du fonctionnement social.

3. Le modèle d'Osgood tel qu'il fut diffusé et enseigné implique trois dimensions indépendantes. Pourtant, Osgood, Suci et Tannenbaum (1957) eux-mêmes, et de nombreux chercheurs après eux, ont constaté que la seconde (puissance; dur/mou) et la troisième (activité : excitable/calme) n'étaient pas réellement indépendantes, voire pouvaient n'en faire qu'une. C'est la raison pour laquelle on adopte volontiers aujourd'hui un modèle à deux dimensions (modèle VD), la valeur et le dynamisme, cette dernière dimension étant la synthèse des deuxième et troisième dimensions du modèle V.P.A.
 4. Ces résultats résistent lorsqu'on contrôle des variables comme le statut des professions (haut/bas), la stéréotypie sexuelle associée à ces professions (métiers d'hommes / métiers de femmes)...
 5. Rappelons qu'un questionnaire d'intemalité propose systématiquement aux sujets des événements à connotation positive et des événements à connotation négative assortis d'explications interne et externe entre lesquelles le sujet doit choisir.
 6. Rappelons que ce qui est auto-complaisance et modestie lorsqu'on répond pour soi devient complaisance (ou positivité) et malveillance (ou négativité) lorsque le questionnaire implique une tierce personne, ce qui était le cas ici.
 7. Il est symptomatique de constater que le mot « value » n'est pas à l'index du célèbre (et au demeurant excellent) *Social Cognition* de Fiske et Taylor (1991) que certains psychologues sociaux considèrent encore aujourd'hui comme « la Bible ».
 8. Il va de soi que nous ne réduisons pas ici le social à l'entourage, aux autres, aux groupes, ni même à la culture (cf. Beauvois, 1976, 1998).
-

RÉSUMÉS

On présente d'abord quelques recherches qui montrent l'existence de deux composantes de la valeur des personnes et la possible disjonction de ces composantes dans l'activité évaluative. La première composante relève de l'affectivité (ou des « motivations ») et correspond au concept de désirabilité. La seconde, nettement moins explorée, relève de la prescriptivité sociale et plus précisément de ce que cette prescriptivité désigne comme des utilités sociales dans le fonctionnement social actuel. D'autres recherches montrent que la position d'évaluateur prédispose à la prise en compte de la seconde de ces composantes, et que l'utilité, plus que la désirabilité, est associée à la normativité des jugements telle qu'elle intervient dans l'évaluation des personnes. On termine en évoquant les raisons pour lesquelles les évaluateurs peuvent ne pas distinguer désirabilité et utilité, s'en tenant à un concept indifférencié de la valeur des personnes.

Some research projects are presented here to highlight the very existence of two components of people's value and to show the possibility that these two components are not connected during assessment.

The first component is concerned with the feeling of affectivity (or motivation) and responds with the concept of desirability. The second component, far less studied, comes under the concept of social perspicacity or more precisely the utility implied by social prescriptions in the current social functioning.

It is also underlined that the status of assessor predisposes them to take the latter component into account and that utility more than desirability is embedded into the pattern of social

judgements. In conclusion, the reasons why assessors might not be able to differentiate desirability from utility are stressed and consequently why they

INDEX

Keywords : Values, desirability, social utility, evaluation

Mots-clés : Valeurs, désirabilité, utilité sociale, évaluation

AUTEURS

NICOLE DUBOIS

est Professeur de Psychologie Sociale à l'Université de Nancy-2. Contact : Université de Nancy-2, Groupe de Recherche sur les Communications, 27 Bd Albert Premier, B.P. 3397, 54015 Nancy Cedex. Courriel : dubois@clsh.univ-nancy2.fr

JEAN-LÉON BEAUVOIS

est Professeur de Psychologie Sociale à l'Université de Nice-Sophia Antipolis, Directeur du laboratoire de recherche. Université de Nice-Sophia Antipolis, Pôle Universitaire Saint Jean d'Angély, Laboratoire de Psychologie Expérimentale et Quantitative, 24 avenue des Diabes Bleux, 06357 Nice Cedex 4. Courriel : beauvois@unice.fr