HAL
open science

Agentivité, perceptions sociales et normes sociales

Sara Jaubert

To cite this version:

Sara Jaubert. Agentivité, perceptions sociales et normes sociales. L'AGENTIVITÉ : ÊTRE ET AGIR DANS LE MONDE. Interrogations à la croisée des savoirs, Feb 2020, Aix-en-Provence, France. hal-02956218

HAL Id: hal-02956218

https://hal.science/hal-02956218

Submitted on 6 Oct 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Présentée par Sara Jaubert, Doctorante (Aix Marseille Univ, LPS, Aix-en-Provence, France)

Agentivité, perceptions sociales et normes sociales

Nous souhaitions, au travers de cette présentation, aborder le concept d'agentivité d'un point de vue de la psychologie sociale. Pour ce faire, nous proposons dans un premier temps de définir la notion d'agentivité, et ce au travers du champ de recherche que nous offrent la perception et le jugement social. Cette partie introductive nous permettra ensuite de discuter du rôle de l'agentisme et de la compétence dans le jugement social, et ce au regard de la théorie de la valeur sociale proposée par Beauvois, pour enfin nous permettre de questionner l'agentivité au travers de l'approche sociocognitive des normes sociales.

Introduction et définitions

De nombreux travaux se sont intéressés à la perception et au jugement d'autrui et des groupes (Carrier et al., 2014). L'ensemble de ses études s'accorde à dire que lorsque nous sommes face à des personnes, nous forgeons rapidement une impression à son égard, nous permettant d'anticiper efficacement les interaction futures, réelles ou imaginées (Beauvois, 1995; Fiske, 1992).

L'ensemble de ses recherches dans le champ de la perception et du jugement social a donné lieu à différents modèles, qui s'accordent sur le point que les jugements que l'on a à l'égard d'autrui s'appuient sur deux dimensions :

- Une **« Dimension horizontale »,** reflétant les qualités sociales et morales de la personne (elle est sympathique, honnête vs. froide, hypocrite) ;
- Une **« Dimension verticale »,** reflétant ses motivations ou ses capacités à réaliser ses objectifs (elle est compétente, déterminée *versus* incompétente, paresseuse).

Ainsi, lorsque nous percevons ou jugeons autrui, nous le faisons au travers de deux dimensions : tout d'abord avec la dimension horizontale qui nous renseigne sur l'aspect moral de la personne, et sur une dimension verticale, nous permettant de juger sa compétence pour réaliser ses objectifs.

À savoir que ces deux dimensions ont été appelés plus récemment « Big Two » (Abele & Wojciszke, 2013; Paulhus & Trapnell, 2008). On retrouve également ces deux dimensions dans le champ :

- Du jugement de soi (Hofstede, 1980; Markus & Kitayama, 1991; Sedikides et al., 2003; Triandis, 1995) ;
- Évaluation des conduites (Beauvois, 1995) ;
- Du champ de la personnalité (Digman, 1997; Leary, 1957; Wiggins, 1979), ou encore
- De la perception des groupes et des stéréotypes (Bem, 1974; Eagly, 1997; Spence et al., 1974).

Néanmoins, deux modèles sont prédominants dans le champ du jugement social :

- Modèle **CHALEUR-COMPETENCE** dans le champ de la perception des groupes (Fiske et al., 2002) ;
- Modèle **COMMUNILITÉ- AGENTISME** dans le champ de la perception des personnes (Abele & Wojciszke, 2007; Bakan, 1966).

Le modèle **CHALEUR-COMPETENCE** (Fiske et al., 2002) définit la ***chaleur*** comme étant les intentions perçues (plus ou moins chaleureuses) de la personne évaluée (i.e., la personne a des bonnes *vs.* Mauvaises intentions). En ce sens, elle constitue la « fin », l'intention des personnes. La ***compétence*** quant à elle est définie comme la capacité perçue dans la réalisation de ses intentions / objectifs (i.e., la personne est compétente *vs.* non-compétente). Elle constitue donc le « moyen » d'y arriver.

Pour ce modèle, la perception serait pragmatique, et l'objectif de l'évaluation d'autrui serait de connaître d'abord les intentions des personnes (bonnes ou mauvaises) puis de voir si elle est compétente.

Le modèle **COMMUNALITÉ-AGENTIVITÉ** (Abele et al., 2007) quant à lui définit la ***communalité*** comme un mode d'existence d'un organisme en tant que membre d'un collectif (i.e., orientation vers autrui). Cela implique des efforts pour s'intégrer dans une unité sociale plus large en prenant soin des autres (concentration sur les autres et leur bien-être). L'***agentivité*** est, elle, définit comme un mode d'existence d'un organisme en tant qu'individu séparé (i.e., orientation vers le soi). Cela implique des efforts visant à s'individualiser et s'épanouir (différenciation, affirmation et expansion du soi).

Ainsi, pour ce modèle, plus la personne est communalitaire, plus ses comportements (cpts) vont être orientés vers autrui, plus elle est agentique, plus ses comportements vont être orientés vers le soi. Autrement dit, plus la personne est communalitaire, plus ses comportements vont être interprétés comme des efforts visant à s'intégrer dans une unité sociale plus large en prenant soin des autres, et implique des qualités telles que la concentration sur les autres. À contrario, plus la personne est agentique, plus ses cpts vont être interprétés comme des efforts visant à s'individualiser et s'épanouir, renvoyant à des notions de différenciation, d'affirmation ou d'expansion du soi.

Si nous reprenons donc les deux modèles, nous voyons que mis au travers des dimensions mentionnées tout à l'heure :

- Les traits de chaleur/communalité font tous deux parties de la dimension horizontale, mais renvoient à des trais différents ;
- Les traits de compétence/agentivité font tous deux parties de la dimension verticale, mais renvoient à des trais différents.

De plus, les relations entre les deux dimensions des deux modèles sont différentes. En effet, pour le modèle **CHALEUR-COMPÉTENCE,** les dimensions horizontales et verticales (i.e., la chaleur et la compétence) entretiennent une relation indépendante : on peut être à la fois chaleureux et compétent, ou chaleureux et non compétent, comme non chaleureux compétent ou incompétent. Par contre, pour le modèle **COMMUNALITÉ-AGENTIVITÉ**, la communalité et l'agentivité entretiennent une relation négative. Autrement dit, plus je suis perçu comme communalitaire, moins je suis perçu comme agentique et inversement. Cette tension entre les deux derniers traits devient compréhensible lorsque l'on envisage l'agentisme comme étant l'avancement du soi relativement à autrui.

Agentisme et statut social

Si nous nous intéressons maintenant aux recherches réalisées sur la perception du statut social (i.e., recherches étudiant la perception des personnes et des groupes en fonction de leur statut social), l'ensemble de la littérature mène à un consensus selon lequel la perception du statut est très associée à la dimension verticale du jugement, qu'elle ait été nommée agentisme (Conway, Pizzamiglio, & Mount, 1996; Gerber, 2008) ou compétence (Fiske et al., 2002 ; Phalet & Poppe, 1997).

Autrement dit, dans les études utilisant le modèle COMMUNALITÉ-AGENTISME, les cibles de haut statut sont perçues comme plus agentique que les cibles de bas statut. Pour le modèle CHALEUR-COMPÉTENCE, les cibles de haut statut sont perçues comme plus compétentes que les cibles de bas statut. Dès lors, on peut alors questionner le bien-fondé de la distinction entre les traits de compétence et d'agentisme au niveau de la perception sociale.

C'est ce que l'étude de Carrier & al (2014) a testé comme hypothèses. Plus particulièrement, elle avait trois objectifs :

- Vérifier que l'agentisme et la compétence sont bien deux registres dissociables au sein de la dimension verticale ;
- Vérifier que la dimension horizontale est corrélée négativement à l'agentisme alors qu'elle reste indépendante de la compétence ;
- Savoir lequel, des traits de compétence ou d'agentisme, est le plus lié au statut social.

90 personnes (45 hommes et 45 femmes) ont participé à cette étude. Les personnes étaient abordées individuellement dans les espaces publics de Strasbourg (âge moyen : 39.4 ans, *ET* : 9.71). Les auteurs ont présenté aléatoirement une des 8 photos[1] opérationnalisant le statut social « bas » ou « haut » au travers de professions. Les 4 professions de « bas statuts » représentaient un manœuvre de chantier, un balayeur, une ouvrière et une vendeuse de charcuterie, alors que les 4 professions de « haut statuts » représentaient un directeur d'entreprise, un ingénieur informatique, une laborantine et une avocate.

[1] Le choix de ces 8 photos a été préalablement prétexté pour s'assurer que les personnes sur les photos étaient perçues comme occupant un statut bas versus élevé. Un prétest a été réalisé sur 28 photos de professionnels en activité sur leur lieu de travail. Les 20 participants du pré-test étaient repartis en deux groupes. Chaque groupe de 10 participants recevait 14 photos qu'ils devaient juger sur 4 items de statut perçu associés à des échelles de Likert en 7 points : cette personne occupe un statut élevé versus bas; gagne beaucoup versus pas beaucoup d'argent ; a fait beaucoup versus peu d'études et a un métier prestigieux versus peu prestigieux.

Il était demandé aux participants de juger ses cibles à partir d'une liste aléatoire de 21 adjectifs renvoyant aux traits d'agentisme, de compétence et de sociabilité (à noter que les 21 adjectifs ont été repris d'études précédentes dans le cadre du modèle chaleur compétence ou agentisme communalité).

Concernant le premier objectif, qui était de voir s'il existait une dissociation entre le trait d'agentisme et de compétence, une analyse factorielle avec rotation oblique a été réalisé sur les 21 traits utilisés. On peut voir l'apparition de trois facteurs. Le premier facteur, qui comprenait des traits tels que dominant, autosuffisant ou encore indépendant a été interprété comme le facteur « agentisme ». Le second facteur, qui comprenait par exemple les traits efficace, capable et compétent, a été interprété comme étant le facteur « compétence ». Enfin, le dernier facteur reprenait les traits de sociabilité. Ses analyses montrent bien l'apparition de 3 facteurs distincts, différenciant le trait agentique du trait de compétence. Concernant les résultats relatifs au deuxième objectif, qui était de voir la relation entre les dimensions verticale et horizontale. Conformément à ce qui était attendu, l'agentisme est négativement corrélé à la sociabilité (i.e., que plus je suis perçu comme agentique, moins je vais être perçu comme sociable). Par contre, pas de corrélation significative entre le trait compétence et sociabilité (i.e., je peux être considéré comme compétent, que je sois sociale ou pas, ou encore comme non-compétent quel que soit mon niveau de sociabilité). Concernant le troisième objectif, qui était de vérifier si la manipulation du statut social impactait différemment les perceptions d'agentisme, de compétence ou de sociabilité, des contrastes orthogonaux ont été réalisés permettant de comparer les scores d'attribution de traits en fonction du statut de la cible. Les auteurs ont ainsi constaté que l'impact du statut social est bien plus important pour l'agentisme que pour la compétence, autrement dit, une cible de haut statut sera perçue comme très agentique, alors qu'une cible de bas statut sera perçue comme privée de son agentivité. Par contre, cette différence de perception en termes de compétence n'est pas aussi contrastée entre les cibles de bas versus de haut statut.

Ainsi, nous pouvons conclure grâce à cette étude que l'impact du statut social est bien plus important pour l'agentisme que pour le trait de compétence. Autrement dit, l'agentisme apparait comme spécifique aux hautes positions sociales alors que la compétence semble s'étendre plus largement dans la hiérarchie sociale. **Mais comment interpréter ses résultats ?**

La théorie de la valeur sociale de (Beauvois, 1995) nous permet d'apporter des éléments de réponse. Selon cette théorie, les traits (chaleur - compétence, communalité - agentisme) permettent de désigner la valeur des conduites d'autrui, et donc par extension la valeur des personnes dans l'environnement. La valeur d'un comportement se fait au travers de deux dimensions : la désirabilité sociale (correspondant à la dimension horizontale) et l'utilité sociale (correspondant à la dimension verticale).

De plus, pour cette théorie, c'est précisément la dimension verticale (l'utilité sociale donc) qui permet l'évaluation sociale et donc d'expliquer la distribution des ressources et des positions sociales, et notamment, qui est de haut vs bas statut. Dès lors, si nous acceptons le postulat que les prérequis nécessaires pour satisfaire les fonctions les plus élevées (i.e., décision, commandement ou encore la responsabilité) requièrent de l'agentisme, alors l'agentivité devrait être dotée d'une forte utilité sociale pour les « hautes fonctions ». Par contre, les prérequis nécessaires pour répondre à des « basses fonctions » (i.e., le fait le fait de réaliser des tâches qu'ils leur sont assignés), alors cela nécessite de renoncer à une part de son agentivité, et donc l'agentivité ne sera pas considérée comme « utile socialement » aux personnes ayant de « basses fonctions ».

Parallèlement, bien évidemment, les personnes de haut statut se doivent aussi d'être compétentes en plus d'être agentique. Cependant, la compétence semble aussi « socialement utile » dans les positions subordonnées dans la mesure où ces positions requièrent que les individus mobilisent les ressources nécessaires pour réaliser efficacement des tâches qui leur sont assignées. Ainsi, raisonner en termes d'utilité sociale conduit à envisager l'agentisme comme spécifique aux positions sociales les plus élevées alors que la compétence est nécessaire aussi aux subordonnés pour bien exécuter. Autrement dit, les participants ont probablement imaginé qu'un niveau d'agentisme élevé est nécessaire pour accéder à des métiers de pouvoir.

La question que nous pouvons nous poser maintenant est de savoir si ce trait d'agentivité est-il une norme sociale ? Autrement dit, est ce que le fait d'être agentique est quelque chose de valorisé socialement, quel que soit le contexte ?

Normes sociales et agentivité

Pour cela, il est nécessaire de redéfinir certains concepts. Une norme sociale est définie comme un moyen pour parvenir à la fin que constitue la valeur, autrement dit le moyen d'arriver à la valeur que nous voulons suivre. La norme sociale est donc à distinguer du concept de valeur, qui lui est défini comme ce qui est pensé comme vrai, bien, beau, un idéal à atteindre. La valeur constitue donc la fin, un état-but, alors que la norme sociale est nécessairement un événement observable de la vie sociale, faisant l'objet d'un consensus collectif. Si nous prenons l'exemple de la liberté : la liberté est une valeur. Un politicien de droite et un politicien de gauche, par exemple, peuvent sincèrement partager la même valeur de liberté, tout en défendant des conceptions très différentes quant à la façon de réaliser cette valeur. Les pratiques de gauche sont différentes des pratiques de droite. Une même valeur pourrait donc se traduire par des normes différentes voir antagonistes.

Pour résumer donc, une norme sociale est un cpt valorisé socialement, et ce car il est à la fois descriptif (i.e., renvoyant à ce que les gens font et pensent la plupart des gens) et prescriptif (i.e., renvoyant à ce qu'il faut faire / penser ou ne pas faire / pas penser dans une situation donnée). **Mais comment sait-on qu'un comportement est normatif ? Autrement dit, valorisé ?**

Comme nous l'avons vu rapidement tout à l'heure, la valorisation d'un comportement ou d'un jugement se fait sur la base de deux dimensions : la désirabilité sociale (DS) (i.e., dès lors, un cpt ou un jugement sera alors valorisé car considéré comme étant un « bon » comportement ou un « bon » jugement) et l'utilité sociale (US) (un comportement ou un jugement sera alors valorisé car considéré comme étant un cpt ou jugement « utile » pour le fonctionnement social actuel).

Les études de Dubois & Beauvois (2005) se sont intéressées à la normativité des construits suivant (voir diapo 12). Une chose importante à souligner est que chacun de ses construits ont un contraire, un opposé. En effet, si une personne n'est pas individualiste, elle est **collectiviste** (tendance à privilégier les intérêts du groupe). Il en est de même pour les autres construits : à l'autosuffisance s'oppose l'hétérosuffisance (i.e., capacité à trouver dans les autres les réponses à ses questions), l'internalité *versus* externalité (i.e., tendance à accentuer le poids de facteurs externes aux cpts), l'indépendance émotionnelle *versus* partage émotionnel, l'ancrage individuel *versus* ancrage catégorique, ou encore la contractualité *versus* communauté.

Or, nous pouvons trouver une similarité entre le trait d'agentivité et les composantes que l'on vient de définir :

- Individualisme (tendance à privilégier les intérêts et objectifs individuels) → *Déterminé - indépendant – sur de soi*
- Autosuffisance (Préférence pour la capacité à trouver en soi-même ses propres réponses) → *Autosuffisant – indépendant*
- Indépendance émotionnelle (Tendance à considérer ses affects comme ne regardant que soi) → *Indépendance – autosuffisance*
- Ancrage individuel (Tendance à voir sa réalité psychologique sans référence à ses appartenances catégorielles ou groupales) → *Autodéterminé*

Or, ces construits, loin d'avoir été choisis au hasard ; renvoient en effet aux caractéristiques de ce que les auteurs appellent le « syndrome culturel individualiste ». 4 études ont donc étudié la normativité de ces construits, au travers de deux paradigmes. Le premier, le ***paradigme des juges,*** utilisé dans l'étude que nous avons précédemment, qui consiste à demander aux participants de juger une cible (individualiste versus collectiviste, autosuffisante versus hétérosuffissante, etc.) au travers de sa DS et de son US. Le second, le ***paradigme d'auto-présentation*** qui consiste à demander aux participants à l'étude de répondre à un questionnaire dans un premier temps en leur nom (condition standard), puis pour donner une bonne image de lui-même (condition normative) et enfin en donnant une mauvaise image d'eux-mêmes (condition contre-normative).

Globalement, les résultats obtenus par les auteurs vont dans le sens de l'existence d'une norme d'internalité, norme d'autosuffisance, et une norme d'ancrage individuels, montré au travers du paradigme d'auto-présentation et du paradigme des juges. Autrement dit, pour donner une bonne image d'eux-mêmes, les participants se disent être la cause de leurs cpts ou de ce qui leur arrivent (plutôt que de dire que leur cpts est dû à des événements externes), et se disent capables de trouver eux-mêmes les réponses à leurs questions (plutôt que de devoir demander l'aide d'autrui), ou encore considèrent leur réalité psychologique comme sans référence à leur appartenance catégorielle ou groupale.

De plus, lorsqu'ils jugent des personnes, les participants valoriseront plus des personnes donnant des explications internes à leurs cpt, se présentant comme autosuffisantes ou encore se considérant comme individuellement ancrée. Les 6 construits ne sont donc pas tous normatifs, et nécessitent une analyse plus fine.

Voici une autre interprétation des résultats obtenus suite à ses études. En reprenant les résultats obtenus au travers du paradigme des juges, les auteurs se sont aperçus que les 6 construits n'étaient pas valorisés de la même manière. En effet, nous pouvons remarquer que la valorisation de l'ancrage individuel et de la contractualité passe par sa désirabilité sociale plus que par son utilité sociale. Autrement dit, si l'ancrage individuel et de la contractualité est normatif, c'est parce qu'ils sont considérés comme des manières de se comporter désirables, comme de bons comportements. Par contre, l'internalité et l'autosuffisance sont valorisées car considérées comme de bons cpts, mais aussi voire surtout car ce sont des cpts considérés comme utiles pour le fonctionnement social, des cpts permettant de réussir dans la vie sociale. Enfin, l'individualisme et l'indépendance émotionnelle sont valorisés non pas car ce sont des bons cpts, mais parce qu'ils sont utiles, autrement dit permettant de réussir dans la vie. Ainsi, nous pouvons voir que les différentes composantes de ce « syndrome culturel individualiste » sont valorisées non pas parce qu'elles sont considérées comme désirables, mais utiles socialement (i.e., utile pour le fonctionnement social, permettant de réussir la vie sociale). Donc sa valeur repose avant tout sur son adéquation par rapport aux opinions de notre fonctionnement social.

Conclusion

Les études que nous venons de présenter nous permettent de conclure que l'agentivité est perçue comme spécifiques aux hauts statuts, et ce car il semblerait que cette agentivité soit perçue comme à la fois utile socialement pour les personnes de « haut statut », mais également non-utile socialement pour les personnes ayant un « bas statut ».

De plus, l'agentivité semble globalement valorisée, et cette valorisation repose avant tout sur son adéquation par rapport aux opinions de notre fonctionnement social actuel. Autrement dit, le fait d'être agentique (i.e., autosuffisant, indépendant, etc.) est valorisé non pas car ce cpt est désirable, mais parce qu'il est utile pour le fonctionnement social actuel, permettant de réussir sa vie (sociale et professionnelle). Donc une personne « interne », « autosuffisante » ou encore « ancré individuellement » est perçue comme agentique, de par son utilité sociale. Mais ce type d'agentivité présentée ici (étude 1 et 2) semble, de par sa valorisation en termes d'utilité sociale, allégeante.

L'allégeance est définie comme étant une explication ou cpt préservant l'environnement de toute remise en question, autrement dit assurant la pérennité de l'ordre social (Gangloff, 2002). Or, dans l'étude 1, l'agentivité associée aux « hauts statuts » apparaît comme une agentivité mise au service du fonctionnement social, employée pour maintenir l'ordre social établi. Dans l'étude 2, l'agentivité en termes d'internalité, d'autosuffisance etc. ne remettant pas non plus en question l'environnement.

De fait, pourrait-on imaginer une agentivité non-allégeante ? (i.e., une agentivité employée pour remettre en cause le système) ? Et si oui, serait-elle valorisée socialement ?