



**UNIL** | Université de Lausanne

**Faculté des Sciences Sociales et Politiques**

**Institut de Psychologie**

# **Les valeurs personnelles de Schwartz :**

étude des liens avec les traits de personnalité et les intérêts  
professionnels

**Mémoire de maîtrise universitaire en Psychologie du  
Conseil et de l'Orientation**

Présenté par : Samuele Meier

Directeur : Roland Capel

Expert : Marc Dupuis

Session d'août 2016

## **Remerciements**

Cette recherche est le fruit de l'apport et du soutien de nombreuses personnes que je tiens à remercier ici.

Je remercie tout d'abord le professeur Roland Capel pour avoir accepté de suivre mon travail de mémoire, ainsi que pour ses conseils appropriés et ses remarques pertinentes qui m'ont permis d'améliorer mes connaissances et la qualité de cette recherche. Je remercie également M. Marc Dupuis pour avoir gentiment accepté le rôle d'expert et pour ses remarques éclairantes.

Je tiens ensuite à exprimer toute ma gratitude à mon frère Emanuele qui a su m'écouter et me soutenir tout au long de la rédaction de ce travail.

Je remercie enfin mes parents pour tous les efforts consentis et pour leur énorme soutien durant toutes ces années d'université.

# Table des matières

<b>Introduction .....</b>	<b>1</b>
Contexte théorique et définitions.....	3
<b>Les études sur les valeurs .....</b>	<b>4</b>
Thomas et Zaniecki (1918).....	4
Eduard Spranger (1922).....	4
Vernon et Allport (1931).....	6
Postman, Bruner et McGinnies (1948) .....	7
Kluckhohn (1951) et Kluckhohn & Strodtbeck (1961) .....	8
Rokeach (1968).....	10
Schwartz (1992).....	13
<b>Différences entre valeurs, normes sociales, croyances, attitudes et idéologies .....</b>	<b>20</b>
Différences entre valeurs et normes sociales.....	20
Différences entre valeurs, croyances et attitudes .....	20
Différences entre valeurs, attitudes et idéologies.....	21
<b>Les valeurs vis-à-vis d'autres critères .....</b>	<b>23</b>
Valeurs et personnalité .....	23
<b>Buts de l'étude .....</b>	<b>33</b>
Relations attendues .....	33
Relation entre valeurs et personnalité .....	33
Relation entre valeurs et intérêts.....	34
<b>Méthode .....</b>	<b>36</b>
Participants.....	36
Instruments.....	36
La méthode classique et la méthode fonctionnelle.....	36

<b>L'inventaire de Valeurs Professionnelles et Générales (I.V.P.G.)</b> .....	<b>38</b>
<b>Liste d'Adjectifs Bipolaires en Echelle de Likert (LABEL)</b> .....	<b>42</b>
<b>Liste de Verbes d'activités Professionnelles (LIVAP) / Liste de métiers (LIMET)</b> .....	<b>44</b>
LIVAP .....	44
LIMET .....	44
<b>Résultats</b> .....	<b>47</b>
<b>Corrélations entre Valeurs et Personnalité</b> .....	<b>47</b>
<b>Corrélations entre valeurs et intérêts</b> .....	<b>49</b>
Corrélation entre les valeurs de Schwartz et la partie de l'instrument LIVAP .....	49
Corrélation entre les valeurs de Schwartz et la partie de l'instrument LIMET .....	51
<b>Discussion</b> .....	<b>53</b>
<b>Synthèse des résultats et discussion des relations attendues</b> .....	<b>53</b>
Traits de personnalité et valeurs .....	53
Intérêts professionnels et valeurs .....	55
<b>Généralisation de l'étude</b> .....	<b>59</b>
<b>Conclusion</b> .....	<b>61</b>
<b>Bibliographie</b> .....	<b>63</b>
<b>Annexes</b> .....	<b>68</b>

## Introduction

Le terme valeur a une étymologie très ancienne et, à travers les années, a été utilisé dans plusieurs domaines comme l'économie, les mathématiques, la philosophie, etc. De nos jours, avec les phénomènes de mondialisation : guerres, migrations, attentats et autres événements actuels, ce terme assume de plus en plus d'importance et fait partie du langage de tous les jours pour décrire différents événements. A titre d'exemple, dans le langage courant ou dans les médias, on est confronté aux affirmations suivantes: « les valeurs occidentales sont mises en danger par l'immigration », ou inversement « les valeurs occidentales n'ont plus libre cours en Chine<sup>1</sup> », ou encore « attentats à Paris : guerre des valeurs<sup>2</sup> ».

Vu l'importance de ce sujet dans notre vie et notre société, les valeurs ont fait l'objet d'études dans plusieurs disciplines humaines. L'étude des valeurs de la société comme une caractéristique de la population a une longue histoire sociologique, comme également l'étude des valeurs individuelles en psychologie. Dans les deux disciplines, les valeurs sont une construction inférée, qu'elles soient détenues collectivement par les sociétés ou individuellement par des personnes.

Dans les sciences humaines, les valeurs sont habituellement décrites comme ayant un caractère plus général que les attitudes mais moins général que les idéologies (Berry et al. 2002). Dans ce sens, les attitudes concernent la tendance à réagir favorablement ou défavorablement vis-à-vis d'un objet, d'une personne, d'une institution ou d'un événement (Craighead & Nemeroff, 2004) tandis que les valeurs sont généralement abstraites mais permettent aux individus de pouvoir évaluer des comportements, de définir des objectifs à atteindre et ce qui est approprié ou non pour réaliser ces buts. Les valeurs sont construites également émotionnellement et, lorsqu'elles sont transgressées, suscitent une réaction émotionnelle (Licata & Heine, 2012).

---

<sup>1</sup>[http://www.liberation.fr/planete/2015/03/03/education-les-valeurs-occidentales-n-ont-plus-libre-cours-en-chine\\_1213377](http://www.liberation.fr/planete/2015/03/03/education-les-valeurs-occidentales-n-ont-plus-libre-cours-en-chine_1213377)

<sup>2</sup><http://www.lesechos.fr/idees-debats/editos-analyses/021477645725-guerre-des-valeurs-1175151.php>

Les valeurs se transforment peu à l'âge adulte et sont donc des caractéristiques relativement stables (Feather, 1975 ; Rockeach 1976 ; Schwartz, 2006). De plus, le degré d'importance attribué à une valeur varie d'un individu à l'autre, tout comme il est aussi possible de mettre en évidence un certain nombre de valeurs partagées par un même groupe social (Hofstede, 1980 ; Schwartz, 2006 ; Licata & Heine, 2012).

L'étude des valeurs porte également sur la relation que ces dernières entretiennent avec d'autres construits importants en psychologie comme la personnalité et les intérêts. Ces derniers sont des attributs de la personne qui sont, par exemple, typiquement combinés pour clarifier et augmenter la connaissance personnelle lors d'un counseling de carrière. Des instruments valides ont été développés pour mesurer chaque domaine et de nombreux chercheurs partagent l'idée d'une relation entre ces construits. On peut donc envisager qu'une attirance pour certaines valeurs sera corrélée avec un profil de personnalité particulier comme aussi à des intérêts spécifiques.

Dans la première partie de ce travail, je m'occuperai de la description et de la définition des valeurs, du contexte théorique en prenant en considération près d'un siècle de travaux et de la distinction entre des concepts souvent confondus : attitude, valeur, norme sociale, croyance et idéologie. Ensuite, je présenterai une revue de la littérature concernant la relation entre la personnalité et les valeurs ainsi que la relation entre les intérêts et les valeurs. Enfin, les buts de cette étude seront présentés. La deuxième partie exposera la méthodologie. Elle précisera la méthode de récolte des données, la description de l'échantillon et les instruments de mesure utilisés. Une partie importante sera consacrée à la description des outils utilisés pour inventorier les valeurs, la personnalité et les intérêts. Le troisième chapitre présente les résultats, c'est à dire les analyses statistiques et les tableaux pertinents en lien avec l'intérêt de la présente recherche. Le quatrième chapitre discutera les résultats obtenus et fera un lien avec les recherches existantes. Une discussion sur les implications de cette recherche sera aussi présente et précèdera la conclusion de ce travail.

## **Contexte théorique et définitions**

Les définitions des valeurs, des individus et des groupes sont multiples. Toutefois, des éléments communs émergent au travers des différents auteurs, comme exposé dans la sélection des deux définitions suivantes, distantes de 45 ans.

Dans une des premières définitions de Kluckhohn (1951), le terme « valeur » se réfère à un concept qui appartient à un individu ou à un ensemble des membres d'un groupe, à ce qui est désirable et qui influence la sélection de la fin et des moyens d'une action parmi les options disponibles. Après 45 ans, selon Schwartz (1996), le créateur de la théorie à l'heure actuelle la plus répandue et complète, les valeurs sont « des buts désirables, trans-situationnelles, variant en importance et qui servent de principes guidant la vie des gens. L'aspect crucial du contenu qui se distingue parmi les valeurs est le type de but motivationnel qu'elles expriment. »

L'étude des valeurs individuelles a engagé un grand nombre d'auteurs au fil du XX<sup>ème</sup> siècle. A cet égard, le prochain chapitre sera consacré à une présentation des théories de relève dans le domaine des valeurs individuelles.

## **Les études sur les valeurs**

### **Thomas et Zaniecki (1918)**

L'étude de Thomas et Zaniecki (1918) est une première approche des valeurs en psychologie sociale. Elle prend en considération les valeurs selon une perspective sociologique et interactionniste, entre les caractéristiques de l'individu et celles de la situation étant vue comme la cause du comportement. L'étude concerne la vie des familles d'émigrés polonais en Europe et en Amérique, et avait comme but d'examiner, entre autres éléments, l'impact des valeurs sur le comportement d'un ouvrier polonais confronté à l'infidélité de son épouse. La décision du mari trompé est influencée par de nombreux éléments tels que : sa conception de l'institution du mariage et de ses règles, par la connaissance de l'infidélité de l'épouse, par ses perceptions et par les réactions de son épouse, de l'amant, de ses voisins et de l'environnement et par des considérations économiques (tâches accomplies par l'épouse, désir éventuel du mari de se libérer de la charge familiale, etc.). Les auteurs considèrent les valeurs pouvant influencer le comportement des ouvriers comme un objet social dans le sens d'une contrainte de l'environnement social (Chataigné, 2014).

Même s'ils ont pris en compte le contexte dans lequel les valeurs interviennent pour orienter la décision, les auteurs ne présentent pas une théorie des valeurs.

### **Eduard Spranger (1922)**

Les premiers travaux effectués par Spranger sont orientés vers l'établissement d'une typologie présentant six principaux types d'hommes. Plus spécifiquement, les six types principaux de valeurs correspondent à la manifestation d'un type de personnalité spécifique.

**Tableau 1.** Les six types de valeurs d'après Spranger

Type	Description
1 Théorique	Correspond à une personne essentiellement intellectuelle, rationnelle dont l'intérêt majeur est la recherche de la vérité
2 Economique	Type de personne qui vise l'accumulation de richesses matérielles et qui s'intéresse principalement à l'utilité pratique des choses
3 Esthétique	Cherche la beauté et l'harmonie de la forme ; son intérêt majeur est artistique
4 Social	Valorise l'amour des gens, l'altruisme, l'intégrité et vise l'intérêt social
5 Politique	Recherche essentiellement le pouvoir personnel et valorise la compétition
6 Religieux	Essentiellement mystique (dans un sens soit immanent soit transcendantal), recherche la compréhension du cosmos de façon globale

Ces six types de valeurs ne sont pas indépendants entre eux mais entretiennent des relations d'affinité (i.e. entre le type économique et politique) ou opposition (i.e. religieux et économique). Selon Spranger, chaque type de valeur correspond à un être humain idéalisé, donc inexistant dans la réalité et chacune de ces valeurs peut être trouvée à différents degrés dans tout individu (Chataigné, 2014).

Le repérage des principaux types de valeur constitue un apport important dans la littérature, de même que le postulat de relations existant entre les types de valeurs, certaines affinées, d'autres opposées, constituant une structure mentale globale. Toutefois, son approche est retenue comme peu scientifique en raison du manque de vérification empirique et de la non considération de l'impact de l'environnement dans la construction des types de valeurs (Chataigné, 2014).

### Vernon et Allport (1931)

Allport et Vernon, s'appuyant sur les travaux de Spranger, donnent une application pratique à cette théorie. Ils ont reprennent la typologie des valeurs conçue par Spranger pour ensuite la rendre opérationnelle dans un questionnaire. Ce dernier vise à déterminer la prédominance relative de chacune des six valeurs décrites par Spranger (voir tableau 1) dans une personnalité donnée (Vernon & Allport, 1931). Le questionnaire comprend 120 questions (20 questions pour chaque valeur) et les sujets doivent choisir différentes réponses à des questions d'attitudes et de choix comportementaux contextualisés dans des situations de la vie quotidienne. La structure du questionnaire divisé en deux parties est la suivante : la première partie est composée de 30 questions, de manière à ce que chaque valeur soit représentée 10 fois en combinaison avec chacune des 5 autres valeurs. Les personnes doivent répondre selon leur préférence à l'énoncé présenté. Dans l'exemple (cf. Figure 1), il est facilement compréhensible que le choix de la réponse (a) signifie une attirance, selon la définition de Spranger, pour la valeur « théorique » plutôt que pour la valeur « économique ».

Part I. Question 1 (a) (b)  
The main object of scientific research should be the discovery of  
pure truth rather than its practical applications.  
(a) Yes, (b) No. 3 0

**Figure 1.** Exemple d'item contenu dans le questionnaire (Vernon & Allport, 1931).

La deuxième partie du questionnaire est composée de 15 questions dans lesquelles chaque valeur est présentée au total 10 fois, une fois dans chaque combinaison possible de quatre valeurs sur six. Les répondants doivent hiérarchiser les réponses selon leur préférence. La réponse (a) correspond à la valeur « politique », (b) correspond à la valeur « social », (c) à la valeur « religieux » et enfin la réponse (d) correspond à la valeur « artistique ». Les réponses des sujets aux questions sont transcrites sur un papier séparé, de manière à regrouper les 20 réponses appartenant à chacune des six valeurs. Après avoir totalisé les scores et effectué de simples corrections, les six scores finaux tracent simultanément le positionnement de la personne sur chaque valeur.

Part II. Question 14. (Women have an alternative form of this question.)  
If you should marry (or are married) do you prefer a wife who—  
.4... a. can achieve social prestige, commanding admiration from others;  
.1... b. likes to stay at home and keep house;  
.2... c. is fundamentally spiritual in her attitude toward life;  
.3 d. is gifted along artistic lines.

Figure 2. Exemple d’item contenu dans le questionnaire (Vernon & Allport, 1931).

Les résultats à ce test montrent que des changements dans les profils des valeurs se produisent avec l’âge, la profession et le genre (Vernon & Allport, 1931). Par exemple, les hommes se présentent comme plus « théoriques, économiques et politiques » par rapport aux femmes, qui sont plus « esthétiques, sociales et religieuses ». En outre, les psychologues s’avèrent être plus « théoriques » qu’ « économiques », les étudiants en droit sont plus « politiques », les ingénieurs plus « économiques » que « religieux », etc.

La mesure des valeurs effectuée par Vernon et Allport constitue une avancée importante, ainsi que la comparaison des groupes sociaux et l’association à d’autres facteurs comme le genre et la profession. Ces travaux ont eu une application pratique intéressante pour la société, avec l’utilisation de cette échelle pour l’orientation scolaire et professionnelle pendant plusieurs décennies (Chataigné, 2014).

### **Postman, Bruner et McGinnies (1948)**

Utilisant l’échelle des valeurs de Vernon et Allport présentée auparavant, Postman et al. (1948) ont conduit une recherche expérimentale dont l’hypothèse était que les valeurs de chaque individu influencent ses perceptions. Selon leur approche, une personne sélectionne inévitablement un élément saillant parmi une infinité d’autres éléments potentiels. La sélection perceptive se base non seulement sur ce qu’ils nomment « *primary determinant of attention* » mais aussi sur les intérêts, les besoins et les valeurs personnelles.

Pendant leur étude expérimentale, ils présentaient à chaque participant, à l’aide d’un tachistoscope, 36 mots en lien avec les six valeurs

décrites par Spranger (1922), soit 6 mots pour chaque valeur, exemplifiés dans l'extrait suivant :

THEORETICAL	ECONOMIC	AESTHETIC	SOCIAL	POLITICAL	RELIGIOUS
theory	income	beauty	loving	govern	prayer
verify	useful	artist	kindly	famous	sacred
science	wealthy	poetry	devoted	compete	worship
logical	finance	elegant	helpful	citizen	blessed
research	economic	literary	friendly	politics	religion
analysis	commerce	graceful	sociable	dominate	reverent

**Figure 3.** Stimuli représentant les six valeurs de Spranger (Postman et al., 1948).

Chaque mot était présenté trois fois pendant .01 secondes. Si le sujet échouait et ne reconnaissait pas le mot, un autre essai de trois tentatives était fait mais cette fois-ci avec un temps de .02, puis .03, etc. Le temps d'exposition augmentait de .01 secondes à chaque essai jusqu'au moment où la reconnaissance avait lieu. A côté, les chercheurs évaluaient le profil de valeurs de chaque participant avec l'échelle de Vernon et Allport (1931), soit quelques semaines avant l'expérience, soit après l'expérience. Ensuite, ils ont comparé le temps de reconnaissance d'un mot associé à une des six valeurs avec le niveau d'attirance manifesté par la personne pour cette même valeur dans l'instrument de Vernon et Allport (1931).

Les résultats obtenus montraient que le temps de reconnaissance était plus court pour les valeurs classées comme plus importantes par chaque sujet. En d'autres mots, plus une personne montrait une attirance pour des valeurs dans l'échelle de Vernon et Allport, plus cette personne reconnaissait rapidement les mots associés dans l'expérience de Postman et al. (1948). Par exemple, une personne de type social reconnaissait plus vite le mot « *helpful* » ou « *sociable* » associé à cette valeur qu'une personne de type « économique ». Cette étude cherche à démontrer expérimentalement l'influence de notre système de valeurs sur nos perceptions, à savoir comment on sélectionne l'information en fonction de nos priorités de valeurs.

### **Kluckhohn (1951) et Kluckhohn & Strodtbeck (1961)**

Pour ces auteurs, les valeurs sont une préférence de ce qui est ressenti ou considéré comme justifié : *moralement*, et/ou à travers le

*raisonnement*, et/ou par le *jugement asthénique* (dans le sens philosophique du terme). Même si la valeur reste implicite, le comportement qui lui est rattaché indique aussi une nuance du désirable et non seulement du désiré. Plus spécifiquement, le désirable est ce qui est ressenti ou pensé comme approprié de vouloir ; il est ce qu'un acteur ou un groupe d'acteurs désire et estime que les individus devraient désirer.

En général, les valeurs guident les actions des individus à travers un univers d'actions possibles. Les principes de Kluckhohn (1951) ont été repris par son épouse Kluckhohn Florence et Strodtbeck et mis en pratique. Les bases de départ sont trois hypothèses (Mills, 2002) :

1. Le nombre de problèmes auxquels les personnes doivent faire face est limité.
2. Bien qu'il y ait une variété de solutions à tout problème, elles ne sont ni illimitées ni aléatoires. Une solution distincte se situe donc dans une gamme de solutions possibles.
3. Toutes les alternatives à toutes les solutions sont présentes dans toutes les sociétés à chaque moment mais sont favorisées de manière différente d'une société à l'autre.

Ces auteurs suggéraient que les solutions qui sont préférées à ces problèmes reflètent les valeurs. Du coup, mesurer les solutions préférées indiquera les valeurs prioritaires. Ils ont proposé cinq problèmes de base que chaque société doit résoudre :

1. Sur quel aspect du temps doit-on se focaliser en premier : passé, présent ou futur ?
2. Quelle est la relation entre l'humanité et son environnement naturel : la maîtrise, la soumission ou l'harmonie ?
3. Comment les individus devraient-ils se rapporter à d'autres individus : hiérarchiquement, comme des égaux ou en fonction de leur mérite individuel ?
4. Quelle est la motivation première du comportement : s'exprimer (« Etre »), grandir (« Etre en devenir ») ou se réaliser ?
5. Quelle est la nature humaine : bonne, mauvaise ou un mélange ?

Afin d'exemplifier la valeur investiguée, ces auteurs ont utilisé une mise en situation pour pallier à l'obstacle présenté par la difficulté des individus à penser de manière abstraite. L'annexe 1 montre une

adaptation du questionnaire sur la base de la théorie de Kluckhohn et Strodtbeck (1961).

Tous leurs travaux ont été publiés en 1961 et ont tout de suite obtenu un fort impact sur les psychologues qui s'intéressaient au domaine de l'interculturalité (Mills, 2002). Les travaux de Rockeach, Hofstede et Schwartz suivent l'intérêt de Kluckhohn & Strodtbeck pour les valeurs universelles.

### **Rockeach (1968)**

Rockeach exprime sa conception de la nature des valeurs humaines en cinq postulats fondamentaux :

1. Le nombre total de valeurs qu'une personne possède est relativement petit
2. Tous les hommes dans le monde possèdent les mêmes valeurs à des degrés différents
3. Les valeurs sont organisées en système de valeurs
4. Les antécédents des valeurs humaines peuvent être trouvés dans la culture, la société et ses institutions ainsi que dans la personnalité
5. Les conséquences des valeurs humaines se manifestent dans à peu près tous les phénomènes étudiés en sciences sociales

Il définit les valeurs comme une croyance durable qu'un mode spécifique de conduite ou état de fin de l'existence est personnellement ou socialement préférable à un mode de conduite opposé ou inverse ou état de fin de l'existence ». Ci-dessous, je décomposerai la définition afin de mieux expliquer les fondements de la théorie de Rockeach :

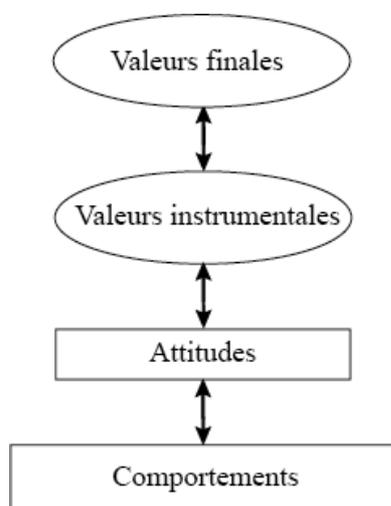
- a. Pour l'auteur, les valeurs représentent des croyances particulières. Il distingue trois types de croyances : (1) celles descriptives ou existentielles, tel « je crois que tous les hommes sont frères » ; (2) celle évaluatives, tel « l'école est le meilleur lieu d'apprentissage » ; (3) celles prescriptives (par lesquelles une action est jugée désirable ou indésirable), tel « il faut aller à l'école » ou « il ne faut pas voler ». Il estime que les valeurs relèvent de ce dernier type de croyance. En conséquence, il estime que les valeurs comme les

croyances présentent trois composantes : cognitive, affective et comportementale.

- b. Les valeurs sont durables donc relativement stables. En effet, une instabilité totale des valeurs rendrait impossible aussi bien la continuité de la société que le fonctionnement de la personnalité d'un individu (Chataigné, 2014). En outre, les valeurs sont relatives : il faut les considérer par rapport aux autres valeurs et non pas de manière absolue. Ainsi, le comportement qui résulte de la mobilisation d'une valeur dans une situation particulière est lié à l'importance relative de toutes les autres valeurs en compétition dans la situation.
- c. Il existe deux principales sortes de valeurs d'après la terminologie de Lovejoy (1950) reprise par Rockeach (1968) : les valeurs terminales et instrumentales. Une valeur instrumentale peut s'exprimer de cette manière : « Je pense que tels et tels modes comportementaux sont personnellement et socialement préférables dans toutes les situations et pour n'importe quel objet ». Les valeurs instrumentales se rapportent aux modes de comportement qui sont des manières d'être ou agir comme le courage et l'honnêteté. Une valeur terminale peut s'exprimer ainsi : « Je pense que ça vaut la peine de se battre personnellement et socialement pour tel ou tel but de l'existence ». Les valeurs terminales sont des buts dans l'existence et peuvent être individuels ou sociaux comme la paix ou la liberté (Vallette-Florence, 1988). Toutes les oppositions sont possibles entre les valeurs instrumentales : par exemple, valoriser le fait d'être logique peut aussi bien aller de pair avec s'opposer à la valorisation du courage. En revanche, entre les valeurs terminales, c'est la hiérarchie qui suscitera des attitudes et des comportements différents chez les personnes : l'importance accrue attachée à l'une des deux catégories suscitera une diminution de l'importance attachée à l'autre catégorie (Chataigné, 2014).
- d. Une valeur est une préférence aussi bien qu'une conception du préférable. Cette conception du préférable peut être aussi bien entre deux modes de comportements (tels l'obéissance et l'indépendance) qu'entre deux états de fin mutuellement exclusifs (tels la paix et la guerre). En outre, les valeurs peuvent être employées comme simples standards, c'est-à-dire être vues comme s'appliquant

également à soi et à autrui, ou bien comme des doubles standards, c'est-à-dire vues comme s'appliquant différemment à soi et à autrui. Rockeach (1968) estime que les conditions compétitives encourageront l'emploi de valeurs comme doubles standards, tandis que la coopération encouragera leur emploi comme simples standards.

En plus des caractéristiques évoquées dans sa définition des valeurs, Rockeach estime que les valeurs influencent un grand nombre d'attitudes et comportements. Par exemple, au niveau des attitudes politiques et des comportements de vote, une attirance pour les valeurs de « conformité » conduira au soutien d'un parti conservateur. Ceci implique qu'une intervention qui induit un changement sur une valeur influencera les attitudes et comportements. Si par exemple des médias ou des personnages politiques mènent des actions qui augmentent l'importance que leurs auditeurs attachent à la « conformité », ces auditeurs deviendront plus sensibles aux thèses des partis politiques conservateurs. Naturellement, l'inverse peut aussi se produire.



**Figure 4.** Structure des valeurs (Morchain, 2009).

Afin de connaître le système de valeurs des individus, Rockeach a élaboré un test appelé Rockeach Value Survey (RVS) qui se base sur la structure des valeurs terminales et instrumentales. Après l'étude des valeurs des groupes différents (âge, religion, éducation, sexe, catégorie

socio-professionnelle), il a retenu 18 valeurs terminales et 18 valeurs instrumentales. L'annexe 2 présente ces 36 valeurs.

### **Schwartz (1992)**

En s'appuyant sur les travaux de Rockeach, Schwartz a présenté un modèle des valeurs humaines de base qui représente une avancée essentielle dans la connaissance du fonctionnement des valeurs. La théorie des valeurs de Schwartz adopte une conception des valeurs qui leur attribue six caractéristiques principales décrites de cette manière par son auteur (Schwartz, 2006) :

1. Les valeurs sont des croyances associées de manière indissociable aux affects. Cela signifie que, quand les valeurs sont « activées », elles se combinent aux sentiments. Par exemple, les personnes pour qui l'indépendance est une valeur importante sont en état d'alerte si leur indépendance est menacée, désespérées quand elles ne parviennent pas à la préserver et heureuses quand elles peuvent l'exercer.
2. Les valeurs se rapportent à des objectifs désirables qui motivent l'action. Les personnes pour qui l'ordre social, la justice et la bienfaisance sont des valeurs importantes sont motivées à poursuivre ces objectifs.
3. Les valeurs transcendent les actions et les situations spécifiques : elles s'appliquent à travers toutes les situations. Par exemple, l'obéissance et l'honnêteté sont des valeurs qui peuvent être pertinentes au travail, à l'école, dans la pratique d'un sport, en politique, etc. Cette caractéristique permet de distinguer les valeurs de concepts plus restreints comme les normes ou les attitudes, qui sont liés généralement à des actions, des objets ou des situations spécifiques.
4. Les valeurs servent d'étalon ou de critères. Les valeurs guident la sélection ou l'évaluation des actions, des politiques, des personnes et des événements. Ils servent de critères d'évaluation de ce qui est bon ou mauvais, justifié ou illégitime, de ce qui vaut la peine d'être fait ou de ce qui doit être évité en fonction des conséquences possibles pour les valeurs que l'on affectionne. Mais leur impact est

souvent inconscient dans les actes du quotidien. Les valeurs deviennent conscientes quand l'action ou le jugement envisagés conduisent à un conflit entre différentes valeurs que l'on affectionne.

5. Les valeurs sont classées hiérarchiquement les unes par rapport aux autres et cette hiérarchie est caractéristique de la personne. Accorde-t-elle plus d'importance à la réussite ou à la justice, à la nouveauté ou à la tradition? Le fait que les valeurs soient hiérarchisées chez un individu permet aussi de les distinguer des normes et des attitudes.
6. L'importance relative des valeurs guide l'action. Toute attitude, tout comportement implique nécessairement plus d'une valeur. Par exemple, aller à la messe peut exprimer et promouvoir des valeurs comme la *Tradition*, la *Conformité* et la *Sécurité*, au détriment des valeurs d'*Hédonisme* ou de *Stimulation*. Un autre exemple pourrait être le choix d'un emploi dans un domaine social coopératif, très enrichissant humainement mais au statut et salaire moyens comparé à un emploi dans un domaine commercial compétitif, de haut statut avec des revenus très élevés. Selon que la personne privilégie les valeurs d'*Universalisme* et *Bienveillance* (plus proches du premier poste) ou celles de *Pouvoir* et *Accomplissement* (deuxième poste), le choix sera différent. En fait, chaque valeur contribuera à l'action que nous réaliserons, d'une part en fonction de sa pertinence dans l'action, et d'autre part en fonction de son importance pour nous.

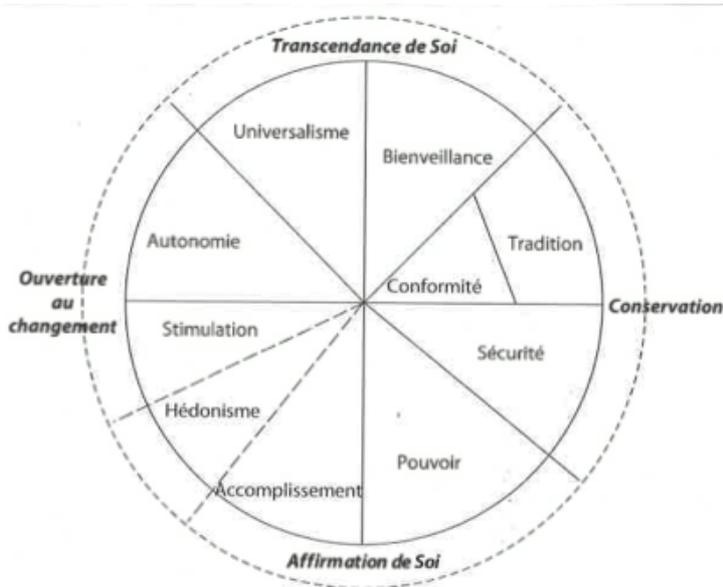
En conséquence, Schwartz (1996) définit les valeurs comme « des buts désirables, trans-situationnels, variant en importance, qui servent de principes guidant la vie des gens. L'aspect crucial du contenu qui distingue les valeurs est le type de but motivationnel qu'elles expriment ».

On s'aperçoit que de nombreux principes mis en avant par Rockeach ont été repris par Schwartz, comme la centralité et la stabilité des valeurs, leur organisation en système, l'existence de valeurs individuelles et sociétales ainsi que la notion de valeurs comme idéaux abstraits et principes guidant dans la vie. Aussi, les deux définitions des valeurs sont très proches. Toutefois, le modèle de Schwartz présente des

apports théoriques et méthodologiques qui vont au-delà de la théorie de Rockeach (Chataigné, 2014). En effet, Schwartz présente une théorie novatrice sur l'universalité et la structure des valeurs, décrivant une typologie synthétique des valeurs qui met en évidence leurs relations de compatibilités et de conflits, comme je l'expliquerai plus loin dans ce travail.

Les 6 caractéristiques citées auparavant indiquent les fonctions des valeurs. Ainsi, Schwartz (1996) considère que les valeurs et leur hiérarchisation motivent les choix des comportements (ce que nous faisons), permettent de justifier les comportements passés (pourquoi nous les faisons), permettent d'évaluer les comportements des personnes et les événements (pourquoi nous apprécions telles personnes et tels actes, sous-tendant donc nos attitudes) et, enfin, dirigent notre attention et perception (ce que nous remarquons).

Le postulat majeur sur lequel se base la théorie de Schwartz est que les valeurs humaines de base sont dotées d'un contenu et d'une structure universels, que l'on trouve dans toutes les cultures car elles correspondent à trois exigences caractéristiques de toute l'espèce humaine : les besoins biologiques, la coordination des interactions sociales et la survivance ou continuité dans une société. Schwartz a mis en évidence 10 types de valeur qui résultent de ces trois exigences précitées. Il propose donc un modèle constitué de 10 valeurs majeures, avec une structure circulaire (*circumplex*) indiquant les relations de conflit (si elles sont éloignées) et de compatibilité (si elles sont proches). La figure suivante exemplifie le modèle.



**Figure 5.** Circumplex d'après Schwartz (Morchain, 2009).

Définition des types motivationnels de valeurs selon leurs buts et les valeurs simples qui les représentent :

- *Pouvoir*. Objectifs : statut social et prestige, contrôle ou domination des personnes et des ressources. Pouvoir social, Richesse, Autorité, Préserver mon image publique, Reconnaissance sociale.
- *Accomplissement*. Objectifs : réussite personnelle. Liée à une compétence reconnue par les normes sociales. Ambitieux, Influent, Compétent, Orienté vers le succès, Respect de soi, Intelligent.
- *Hédonisme*. Objectifs : plaisir et gratification sensuelle envers soi-même. Plaisir, Aimant sa vie, Se faire plaisir.
- *Stimulation*. Objectifs : excitation, nouveauté et défi dans la vie. Vie excitante, Vie variée, Audacieux.
- *Autonomie*. Objectifs : indépendance de pensée et action : choisir, explorer, créer. Liberté, Créativité, Indépendant, Choisisant ses propres buts, Curieux.
- *Universalisme*. Objectifs : compréhension, appréciation, tolérance et protection de tous les hommes et de la nature. Egalité, un Monde de paix, Unité avec la nature, Sagesse, un Monde de beauté, Justice sociale, Large d'esprit, Protégeant l'environnement.
- *Bienveillance*. Objectifs : préservation et amélioration du bien-être des personnes avec lesquelles on se trouve fréquemment en contact.

Loyal, Honnête, Secourable, Responsable, Indulgent, Amour adulte, Amitié vraie.

- *Tradition*. Objectifs : respect, engagement et acceptation des coutumes et des idées préconisées par la culture traditionnelle ou la religion. Respect de la tradition, Modéré, Humble, Acceptant ma part dans la vie, Religieux.
- *Conformité*. Objectifs : modère ses actions, tendances ou envies susceptibles de blesser ou de contrarier les autres et de transgresser les attentes ou les normes sociales. Politesse, Autodiscipline, Honorant ses parents et les anciens, Obéissant.
- *Sécurité*. Objectifs : Sécurité, harmonie et stabilité de la société, des relations et de soi. Ordre social, Sécurité nationale, Réciprocité des services rendus, Sécurité familiale, Propre, Sentiment de ne pas être isolé, en bonne santé.

Outre l'identification de dix valeurs fondamentales, cette théorie décrit les relations de compatibilité et d'antagonisme des valeurs les unes avec les autres, en d'autres termes, la structure des valeurs (Schwartz, 2006). Cette structure découle du principe que, lorsque l'on agit selon une valeur, cela a des conséquences qui entrent en conflit avec certaines valeurs tout en étant compatibles avec d'autres. Par exemple, la recherche de la réussite entre en conflit avec les valeurs de *Bienveillance*. Par contre, rechercher la réussite et le pouvoir sont deux valeurs généralement compatibles. Du point de vue psychologique, au moment de choisir une action, la personne peut se rendre compte que l'action envisagée entraîne une dissonance psychologique. C'est pour cette raison que les personnes, même si elles peuvent avoir des valeurs antagonistes, cherchent à les atteindre par des actes différents, à des moments différents et dans des contextes différents (Schwartz, 2006). La figure 5 décrit l'ensemble des relations d'antagonisme et de compatibilité entre valeurs. Ces 10 valeurs peuvent être regroupées en 4 dimensions de plus grand ordre, en opposition deux à deux. Ces 4 dimensions sont la *Transcendance de soi* (qui inclut *Universalisme* et *Bienveillance* et qui consiste à mettre l'accent sur le bien-être et l'intérêt des autres) qui est opposée à l'*Affirmation de Soi* (*Pouvoir*, *Accomplissement*, qui met donc l'accent sur les intérêts individuels). Tandis que l'*Ouverture au changement* (qui inclut *Autonomie* et

*Stimulation* et qui consiste à mettre l'accent sur l'indépendance d'action et de pensée ainsi que la recherche de nouvelles expériences) qui est opposée à la *Conservation* (incluant *Conformité*, *Tradition*, *Sécurité* et met l'accent sur l'ordre, la résistance au changement et l'auto restriction). Enfin, la valeur *d'Hédonisme* inclut des éléments à la fois de *l'Affirmation de soi* et de *l'Ouverture au changement*.

Bien que la théorie définisse dix grandes valeurs, elle suppose qu'à la base les valeurs forment un continuum en termes de motivations. Ce continuum explique la structure circulaire. Pour rendre plus claire la nature du continuum, Schwartz (2006) précise les motivations communes aux valeurs adjacentes.

- *Pouvoir* et *Réussite* : la motivation commune est la recherche de reconnaissance sociale
- *Réussite* et *Hédonisme* : la motivation commune est de mettre en avant la satisfaction personnelle
- *Hédonisme* et *Stimulation* : la motivation commune est que ces deux valeurs amènent à rechercher des sensations excitantes et des émotions agréables
- *Stimulation* et *Autonomie* : la motivation commune est l'intérêt intrinsèque pour la nouveauté et pour la maîtrise
- *Autonomie* et *Universalisme* : la motivation commune est le fait de se fier à son jugement personnel et d'être à l'aise avec la diversité
- *Universalisme* et *Bienveillance* : accordent tous deux la priorité aux autres et relèvent tous deux du dépassement des intérêts égoïstes
- *Bienveillance* et *Tradition* : la motivation commune est l'importance accordée au dévouement envers le groupe d'appartenance
- *Bienveillance* et *Conformité* : la motivation commune est que ces deux valeurs requièrent un comportement normatif qui facilite les relations avec les proches
- *Conformité* et *Tradition* : nécessitent la subordination de l'individu aux attentes imposées par la société
- *Tradition* et *Sécurité* : la motivation commune est de pérenniser les arrangements sociaux qui existent et assurent la sécurité
- *Sécurité* et *Conformité* : mettent toutes deux en avant l'ordre et l'importance de relations harmonieuses

- *Sécurité et Pouvoir* : la motivation commune est d'éviter que l'on juggle les menaces en contrôlant les relations et les ressources.

Pour résumer, plus deux valeurs sont proches sur ce cercle, plus les motivations correspondantes sont similaires. Au contraire, plus deux valeurs sont éloignées plus les motivations sont antagonistes.

Afin de mesurer les valeurs selon cette théorie, Schwartz développe le « Schwartz Value Survey » (SVS). Ce questionnaire se présente sous la forme de deux listes de valeurs. La première comprend 30 items qui décrivent des buts potentiellement désirables sous forme de substantifs. La seconde est composée de 27 items qui décrivent des manières d'agir potentiellement désirables sous forme d'adjectifs. Cette différence entre la présentation avec des substantifs et avec des des adjectifs reprend l'idée de Rockeach selon laquelle les valeurs fonctionnent différemment selon qu'elles constituent une fin (substantifs) ou un moyen (adjectifs). Chaque item exprime un aspect de la valeur de base auquel il appartient.

Pour évaluer les dix valeurs de base chez les enfants de 11 ans et plus, chez les personnes âgées ou encore chez des personnes n'ayant pas reçu une éducation occidentale qui valorise la pensée abstraite et indépendante des contextes particuliers, un questionnaire alternatif au SVS a été développé (Schwartz, 2006). Il s'agit du questionnaire des valeurs par portraits (PVQ). Le PVQ est constitué d'une série de 40 courts portraits décrivant les objectifs, les aspirations d'une personne et fait implicitement référence à une valeur de base. Par exemple : il est important pour cette personne d'être riche. Ce portrait décrit une personne qui valorise le pouvoir. Pour chaque portrait, les personnes interrogées répondent à la question : « Jusqu'à quel point cette personne est-elle comme vous ? ».

Cette démarche a permis à Schwartz (2006) de tester cette structure de valeurs dans 68 pays, pour un total de 64'271 personnes. Les échantillons étaient très variés en termes de localisation géographique, langue, culture, religion, âge, sexe et profession. La théorie de Schwartz est consistante auprès des différents échantillons considérés, ce qui confirme le postulat que la structure et le contenu des valeurs sont universels.

## **Différence entre valeurs, normes sociales, croyances, attitudes et idéologies**

Dans le jargon de tous les jours, les valeurs normes sociales, croyances, attitudes et idéologies sont souvent confondues. Pour mieux comprendre ces concepts et comment ils influencent notre vie, je poursuivrai par une définition des différents concepts vis à vis des valeurs.

### **Différences entre valeurs et normes sociales**

En général, les valeurs sont relativement indépendantes des situations spécifiques tandis que les normes sociales y sont intimement liées. Quelles que soient nos croyances politiques, nous avons une compréhension des valeurs sécurité, tradition, conformité. Mais dans notre groupe social d'appartenance, donc la famille, les amis, la religion suivie, les associations auxquelles on adhère, peuvent exister des normes sociales indiquant des comportements spécifiques dans les relations avec autrui, face au relations sexuelles, au divorce, etc.

Rockeach (1973) évoque trois différences majeures entre une norme sociale et une valeur.

1. Une valeur peut se référer à un mode de conduite (instrumental) ou un état de fin de l'existence (final) tandis que la norme sociale se réfère seulement à un mode de comportement.
2. La valeur transcende une situation spécifique. Inversement, une norme sociale est une prescription ou une proscription de comportement à avoir d'une façon spécifique dans une situation spécifique
3. Une valeur est plus personnelle et interne tandis qu'une norme est consensuelle et externe à la personne.

### **Différences entre valeurs, croyances et attitudes**

Rockeach (1968) considère qu'une personne peut avoir une multitude de croyances et d'attitudes différentes, mais seulement une

douzaine de valeurs. On peut par exemple croire que notre conjoint est merveilleux, que l'un de nos amis ne va pas bien, qu'un enfant traverse des difficultés liées à l'adolescence, etc. On aura alors différentes attitudes envers eux, par exemple aimantes, positives, attentives, etc. Quant à la valeur qui synthétise ces relations avec l'entourage, ce sera celle de Bienveillance qui inclut amitié, amour, respect et aide à autrui (Chataigné, 2014).

Rockeach (1968) considère qu'une valeur est un type de croyance, positionné de façon centrale dans un système de croyances sur la façon dont l'on devrait ou ne devrait pas se comporter, ou sur les états de fin qui méritent ou ne méritent pas d'être atteints. Il définit les attitudes comme suit : « une attitude est une organisation relativement durable de croyances autour d'un objet ou situation qui prédispose une personne à répondre d'une manière préférentielle ». Par exemple, adhérer à un stéréotype (croyance socialement partagée décrivant un objet d'attitude) tel que « les femmes sont moins capables que les hommes d'assumer des postes à responsabilité » peut découler d'une faible importance attachée à la valeur d'égalité, mais est bien sûr différent de cette valeur (Chataigné, 2014).

### **Différences entre valeurs, attitudes et idéologies**

Maio et al. (2003) relèvent que les idéologies, les valeurs et les attitudes présentent certaines caractéristiques communes mais qui diffèrent par leur niveau d'abstraction. Une valeur est d'un niveau d'abstraction plus grand qu'une attitude car elle se focalise sur un idéal abstrait tel que la liberté ou l'égalité, qui sert de principe guidant dans la vie. Plus spécifiquement, les personnes possèdent des attitudes face à des objets concrets (par exemple une pizza) ou des objets abstraits (tels que l'euthanasie ou l'interruption de grossesse). L'idéologie, par contre, a un niveau d'abstraction plus grand qu'une valeur puisqu'elle constitue un système organisant les valeurs et les attitudes autour d'un thème abstrait. Ainsi, comme le montrent leurs caractéristiques décrites ci-dessus, il existe un niveau assez faible de différence d'abstraction entre idéologies et valeurs, tandis que la différence est grande entre attitudes et valeurs (Chataigné, 2014).

Maio et al. (2003) relèvent des points communs entre ces trois concepts :

- Ils sont évaluatifs de la positivité ou négativité envers une entité.
- Ces concepts sont subjectifs, donc reflètent comment une personne voit le monde et pas nécessairement comment le monde existe réellement.
- Ils peuvent agir à des niveaux conscients comme à des niveaux qu'inconscients : ils peuvent focaliser l'attention dans certaines occasions mais pas dans d'autres.
- Chacun de ces concepts n'existe pas isolé des autres mais est relié aux autres puisque l'idéologie d'une personne est susceptible d'influencer ses valeurs, lesquelles façonnent ses attitudes. Inversement, ses attitudes peuvent affecter ses valeurs qui ensuite façonnent ses idéologies.

## Les valeurs vis-à-vis d'autres critères

Dans ce chapitre, une revue de la littérature existante concernant la relation entre valeurs et personnalité et entre valeurs et intérêts professionnels sera présentée. A propos de la première relation évoquée, la littérature est riche, avec de nombreuses publications sur le sujet tandis que pour la relation entre valeurs et intérêt, le travail de recherche a été plus compliqué et a produit moins de matériel.

### Valeurs et personnalité

Les traits de personnalité et les valeurs personnelles ont été toujours traités de manière séparée, observation qui reflète leur origine dans la psychologie sociale et dans la psychologie de la personnalité (Herringer, 1998). Les traits de personnalité sont la manifestation des différences individuelles dans l'expression des actions, des pensées et des ressentis. Ils sont stables à travers le temps et les contextes (Goldberg, 1993 ; McCrae & Costa, 2003). De nombreuses recherches soulignent l'influence de l'hérédité génétique sur les traits de personnalité (Eysenck & Eysenck, 1985 ; Zuckerman, 1991 ; Lohelin et al., 1998). De leur côté, les valeurs personnelles sont des croyances apprises de ce qu'une personne considère comme important et utile comme ligne guide dans la vie (Olver & Mooradian, 2003 ; Roccas et al., 2002). De plus, ils partagent avec les traits de personnalité la stabilité temporelle et trans-situationnelle (Rockeach, 1973 ; Bilsky & Schwartz, 1994 ; Dollinger, Leong & Ulicni, 1996 ; Roccas et al., 2002).

Plusieurs mécanismes peuvent lier les traits et les valeurs. Les tempéraments innés par exemple peuvent donner lieu en même temps aux traits et aux valeurs : une personne née avec un fort besoin d'activation est plus susceptible de développer le trait « *recherche de sensation* » comme aussi la valeur « *Stimulation* » et de dévaloriser la valeur « *Sécurité* » (Roccas et al., 2002). Contrairement aux constats de McCrae & Costa (1996) selon lesquels les traits de personnalité sont des tendances de base endogènes non affectables par quelque influence externe, d'autres auteurs (Bilsky & Schwartz, 1994) constatent que les valeurs et la personnalité peuvent s'influencer mutuellement. A titre d'exemple, les valeurs peuvent

influencer les traits de personnalité car les personnes cherchent généralement à se comporter de manière consistante avec leurs valeurs (Rockeach, 1973 ; Schwartz, 1996). Inversement, les traits de personnalité peuvent influencer les valeurs : les personnes qui utilisent un comportement de manière récurrente sont plus susceptibles d'augmenter leur accord avec la valeur concernée et ceci faisant, peuvent justifier leur comportement (Roccas et al., 2002). Dans ce sens, le travail de Schwartz et Bardi (1997) analysant la vie sous le régime communiste montre comment l'adaptation à des circonstances a influencé la priorité de la valeur « *autonomie* ».

Or, le but de cette recherche n'est pas celui de trouver la direction des relations entre les traits de personnalité et les valeurs mais plutôt de me plonger dans la thématique pour mieux comprendre les possibles corrélations entre ces deux construits. En effet, selon la littérature, plusieurs relations ont été mises en évidence entre traits de personnalité et valeurs (Luk & Bond, 1993 ; Bilsky & Schwartz, 1994 ; Dollinger, Leong & Ulicni, 1996 ; Herringer, 1998 ; Roccas et al., 2002 ; Wolfradt & Dalbert, 2002 ; Olver & Mooradian, 2003 ; Aluja & Garcia, 2004 ; Saroglu & Munoz-Garcia, 2008 ; Dirilen, Cross & Dönmez, 2012 ; Fisher & Boer, 2015 ; Leduc, Feldman & Bardi, 2015 ; Grankvist & Kajonius, 2015). Pour faciliter la comparaison, j'ai considéré les recherches qui ont utilisé comme instruments de mesure de la personnalité le modèle Big-five de Costa & McCrae et pour les valeurs les questionnaires SVS ou PVQ s'appuyant sur le modèle de Schwartz.

**Tableau 2.** Détails des études corrélationnelles prises en considération.

Etude	N° Participants	Age M (de-à)	Mesure de la Personnalité	Mesure des valeurs	Nation	Echantillon
Luk & Bond (1993)	114	19 (17-22)	NEO	SVS	Chine	Etudiants
Roccas et al., (2002)	246	22 (16-35)	NEO	SVS	Israël	Etudiants
Olver & Mooradian (2003)	255	Inconnue	NEO	SVS	Inconnue	Etudiants
Saroglu & Munoz – Garcia (2008)	256	22 (17-53)	NEO	SVS	Espagne	Etudiants
Dirilen, Cross & Dönmez (2012)	278	23 (-)	BFI	PVQ	Etats-Unis	Population mixte
Fisher & Boer (2015)	9'935	24,5 (19-48)	Théorie Big-five	SVS/ PVQ	Monde (14 nations)	Population mixte
Grankvist & Kajonius (2015)	243	26 (18-56)	BFI	PVQ	Suède	Etudiants

*Note.* BFI = Big Five Inventory ; NEO = Neuroticism, Extraversion and Openess to Experience ; SVS = Schwartz Value Survey ; PVQ = Portrait Values Questionnaires.

Les études prises en considération partagent globalement la taille de l'échantillon (sauf la méta-analyse de Fisher & Boer, 2015) ainsi que les instruments utilisés pour récolter les données. Les populations étudiées sont issues de nations et cultures différentes, de la Chine aux Etats-Unis en passant par l'Europe. L'hétérogénéité des populations étudiées permettra ainsi de comparer les études et de comprendre si la relation personnalité - intérêts avec les valeurs est comparable à travers les cultures. Globalement, les corrélations ont le même sens (cf. Tableau 3). Afin de faciliter la lecture du tableau, les corrélations supérieures à .20 sont mises en évidence.

**Tableau 3.** Corrélations d'après la littérature des 10 valeurs du modèle de Schwartz avec les traits de personnalité.

	Névrosisme	Extraversion	Ouverture	Agréabilité	Conscience
Hédonisme	3 (r=-0.14)	2 (r=0.18)	<b>4 (r=0.24)</b>	<b>1 (r=-0.37)</b>	1 (r=-0.20)
		3 (r=0.20)		<b>2 (r=-0.34)</b>	3 (r=0.18)
		4 (r=0.14)			<b>7 (r=-0.30)</b>
		<b>5 (r=0.24)</b>			
		6 (r=0.19)			
		7 (r=0.13)			
Stimulation	1 (r=-0.16)	<b>1 (r=0.25)</b>	<b>2 (r=0.33)</b>	1 (r=0.14)	<b>2 (r=-0.24)</b>
	6 (r=0.14)	<b>2 (r=0.26)</b>	<b>3 (r=0.29)</b>	<b>2 (r=-0.26)</b>	<b>7 (r=-0.21)</b>
	7 (r=-0.20)	<b>3 (r=0.37)</b>	<b>4 (r=0.40)</b>		
		<b>4 (r=0.27)</b>	<b>5 (r=0.28)</b>		
		<b>5 (r=0.25)</b>	<b>6 (r=0.27)</b>		
		<b>6 (r=0.30)</b>	<b>7 (r=0.28)</b>		
		<b>7 (r=0.22)</b>			
Autonomie	7 (r=-0.18)	<b>3 (r=0.21)</b>	1 (r=0.17)	<b>2 (r=-0.25)</b>	<b>1 (r=-0.23)</b>
		6 (r=0.18)	<b>2 (r=0.48)</b>		3 (r=0.13)
		7 (r=0.14)	<b>3 (r=0.40)</b>		5 (r=0.20)
			<b>4 (r=0.23)</b>		
			<b>5 (r=0.50)</b>		
			<b>6 (r=0.37)</b>		
			<b>7 (r=0.44)</b>		
Universalisme		3 (r=0.15)	<b>1 (r=0.37)</b>	1 (r=0.17)	2 (r=-0.17)
			<b>2 (r=0.47)</b>	2 (r=0.15)	
			<b>3 (r=0.47)</b>	<b>3 (r=0.27)</b>	
			4 (r=0.16)	<b>5 (r=0.28)</b>	
			<b>5 (r=0.24)</b>	<b>6 (r=0.24)</b>	
			<b>6 (r=0.26)</b>		
			<b>7 (r=0.32)</b>		
Bienveillance		<b>1 (r=0.24)</b>	3 (r=0.13)	<b>1 (r=0.45)</b>	<b>3 (r=0.32)</b>
		<b>3 (r=0.33)</b>	<b>4 (r=0.35)</b>	<b>2 (r=0.45)</b>	<b>4 (r=0.29)</b>
		5 (r=0.17)	6 (r=0.14)	<b>3 (r=0.46)</b>	<b>5 (r=0.24)</b>
				<b>4 (r=0.49)</b>	6 (r=0.15)
				<b>5 (r=0.50)</b>	
				<b>6 (r=0.40)</b>	
				<b>7 (r=0.62)</b>	
Tradition	2 (r=0.12)	1 (r=-0.20)	<b>2 (r=-0.29)</b>	<b>1 (r=0.40)</b>	3 (r=0.19)
		<b>2 (r=-0.29)</b>	<b>4 (r=-0.43)</b>	<b>2 (r=0.36)</b>	<b>6 (r=0.21)</b>
		<b>3 (r=0.21)</b>	6 (r=-0.17)	<b>3 (r=0.41)</b>	
		6 (r=-0.13)		4 (r=-0.17)	
				<b>5 (r=0.27)</b>	
				6 (r=0.13)	

**Tableau 3. (suite)**

	Névrosisme	Extraversion	Ouverture	Agréabilité	Conscience
Conformisme	7 (r=-0.16)	2 (r=-0.13)	1 (r=-0.16)	<b>1 (r=0.29)</b>	1 (r=0.20)
		3 (r=-0.16)	<b>2 (r=-0.34)</b>	2 (r=0.20)	2 (r=0.16)
		<b>7 (r=-0.23)</b>	<b>3 (r=-0.21)</b>	<b>3 (r=0.29)</b>	<b>3 (r=0.41)</b>
			6 (r=-0.14)	<b>4 (r=0.33)</b>	<b>4 (r=0.25)</b>
			<b>7 (r=-0.31)</b>	<b>5 (r=0.30)</b>	5 (r=0.18)
				6 (r=0.18)	<b>6 (r=0.22)</b>
				<b>7 (r=0.17)</b>	<b>7 (r=0.22)</b>
Sécurité		2 (r=-0.11)	<b>2 (r=-0.29)</b>	6 (r=0.19)	<b>2 (r=0.22)</b>
		<b>3 (r=0.21)</b>	<b>7 (r=-0.28)</b>	<b>7 (r=-0.17)</b>	<b>3 (r=0.32)</b>
		7 (r=-0.17)			<b>5 (r=0.34)</b>
				<b>7 (r=0.33)</b>	
Pouvoir		2 (r=-0.13)	<b>1 (r=-0.26)</b>	<b>1 (r=-0.36)</b>	3 (r=0.14)
		<b>3 (r=0.24)</b>	<b>2 (r=-0.38)</b>	<b>2 (r=-0.45)</b>	<b>4 (r=-0.25)</b>
		<b>5 (r=0.33)</b>	3 (r=-0.12)	<b>4 (r=-0.35)</b>	
		6 (r=0.18)	<b>4 (r=-0.36)</b>	<b>5 (r=-0.23)</b>	
		7 (r=0.19)	<b>7 (r=-0.16)</b>	<b>6 (r=-0.28)</b>	
			<b>7 (r=-0.40)</b>		
Accomplissement	<b>2 (r=-0.21)</b>	<b>2 (r=0.31)</b>	1 (r=-0.19)	<b>1 (r=-0.40)</b>	<b>2 (r=0.22)</b>
		<b>3 (r=0.21)</b>	<b>4 (r=-0.24)</b>	<b>2 (r=-0.41)</b>	<b>3 (r=0.34)</b>
		<b>5 (r=0.27)</b>	<b>7 (r=-0.16)</b>	<b>3 (r=-0.27)</b>	<b>4 (r=-0.22)</b>
		6 (r=0.20)		<b>4 (r=-0.35)</b>	6 (r=0.14)
		7 (r=0.15)		6 (r=-0.17)	
			<b>7 (r=-0.21)</b>		

*Note.* 1 = Luk & Bond, 1993 ; 2 = Roccas et al., 2002 ; 3 = Olver & Mooradian, 2003 ; 4 = Saroglu & Munoz-Garcia, 2008 ; 5 = Dirilen-Gümüş, Cross & Dönmez, 2012 ; 6 = Fisher & Boer, 2015 ; 7 = Grankvist & Kajonius, 2015.

En psychologie, la force de la relation entre deux variables est définie selon trois intervalles : de .00 à .20 la relation est faible, de .20 à .50 est moyenne et supérieur à .50 la relation est forte. D'après le Tableau 3, il apparaît que les traits *Agréabilité* et *Ouverture* sont ceux qui ont le plus grand nombre de corrélations relativement importantes avec les valeurs, suivis d'*Extraversion*, *Conscience* et finalement *Névrosisme*.

Ci-dessous, un commentaire plus approfondi des relations entre traits de personnalité et valeurs.

*Agréabilité* : parmi les cinq traits de personnalité, le trait *Agréabilité* est celui avec les plus fortes corrélations avec les valeurs de Schwartz. Les individus qui se décrivent comme plus agréables tendent à valoriser les tendances sociales, soit vers l'environnement proche (valeur *Bienveillance*),

soit vers les personnes de la société en général (valeur *Universalisme*). Ils valorisent également la tendance à contrôler leurs pulsions pour entretenir des bonnes relations avec les autres (valeurs *Conformité* et *Tradition*) (Parks-Leduc et al., 2015). Inversement, ceux qui ont des scores faibles en *Agréabilité* tendent à valoriser les valeurs *Pouvoir* et *Accomplissement*.

*Ouverture* : les personnes avec un score élevé *Ouverture* valorisent généralement les valeurs *Universalisme*, *Bienveillance*, *Autonomie* et *Stimulation*. Une seule étude (Saroglu & Munoz-Garcia, 2008) indique une relation positive avec la valeur *Hédonisme*. Inversement, le trait *Ouverture* corrèle négativement avec les valeurs exprimant l'envie de conservation ainsi que d'accomplissement de soi comme les valeurs *Accomplissement*, *Pouvoir*, *Sécurité*, *Tradition* et *Conformité*.

*Extraversion* : les plus fortes corrélations sont avec la valeur *Stimulation*, qui reflète le caractère d'activité du trait de personnalité. D'autres valeurs corrélaient positivement avec ce trait comme *Bienveillance*, *Autonomie*, *Accomplissement* et *Pouvoir*. La relation entre le trait *Extraversion* et la valeur *Sécurité* ne semble pas claire. En effet, l'étude de Olver & Mooradian (2003) observe une corrélation positive moyenne entre ce trait et la valeur concernée, alors que l'étude de Grankvist & Kajonius (2015) observe une corrélation négative faible. Enfin, la valeur *Tradition* corrèle négativement avec ce trait de personnalité, seule l'étude de Olver & Mooradian (2003) met en évidence une corrélation positive.

*Conscience* : généralement, ce trait corrèle positivement avec les valeurs du pôle *Conservation* et *Transcendance de soi* incluant les valeurs *Bienveillance*, *Sécurité*, *Conformisme* et *Tradition*. D'autres corrélations significatives sont identifiées mais il n'y a pas de consensus entre les différentes études. Deux études (Luk & Bond, 1993 ; Grankvist & Kajonius, 2015) mettent en évidence une relation négative entre ce trait de personnalité et la valeur *Hédonisme* alors qu'une troisième (Olver & Mooradian, 2003) observe une relation positive. De façon similaire, deux études (Olver & Mooradian, 2003 ; Dirilen-Gümus et al., 2012) montrent une relation positive avec la valeur *Autonomie* alors qu'une troisième étude (Luk & Bond, 1993) indique une corrélation négative. La valeur *Pouvoir* pour Olver & Mooradian (2003) est liée positivement au trait *Conscience* (faiblement) alors que pour Saroglu & Munoz-Garcia (2008) la corrélation est moyenne et négative. Trois études (Roccas et al., 2002 ;

Olver & Mooradian, 2003 ; Fisher & Boer, 2015) trouvent une relation positive avec la valeur *Accomplissement* alors qu'une quatrième étude (Saroglu & Munoz-Garcia, 2008) observe une relation négative moyenne. Enfin, une seule étude (Grankvist & Kajonius, 2015) montre une relation négative et moyenne avec la valeur *Stimulation*. D'après la littérature, le trait de personnalité *Conscience* est le plus ambigu. En effet, les corrélations observées ne sont généralement pas concordantes et parfois même opposées.

*Névrosisme* : le *Névrosisme* est le trait de personnalité qui présente le moins de corrélations avec les valeurs. Ceci pourrait être expliqué par le fait que ce trait, très lié aux affects, ne trouve pas de relations avec les valeurs qui sont de leur part un construit cognitif (Parks-Leduc et al., 2015). On remarque seulement des corrélations d'intensité faible avec les valeurs *Hédonisme*, *Stimulation*, *Autonomie* et *Conformité*.

### **Valeurs et intérêts professionnels**

Comme pour la personnalité, les intérêts ont longtemps été étudiés comme un construit séparé des valeurs. Leur relation a suscité de l'intérêt dans le domaine de la psychologie vocationnelle à partir des années '70, mais sans la même production de savoir(s) obtenu(s) par la relation entre personnalité et valeurs. Feather (1970) compare l'attraction aux valeurs des étudiants australiens inscrits à des matières sciences humaines, sciences sociales et sciences avec le questionnaire RVS de Rockeach. Feather (1982) toujours analyse les raisons d'entrer dans une école de médecine en relation avec les valeurs et le genre. Avec le même instrument d'analyse des valeurs, Furnham (1988) investigate les valeurs des étudiants en première année de psychologie, médecine et sciences infirmières. Sagiv (2002) et Knafo & Sagiv (2004) mettent en relation les intérêts vocationnels avec les 10 valeurs de Schwartz. Enfin Leyrit (2015), à travers une recherche exploratoire, vise à analyser l'application de l'inventaire des valeurs de Schwartz pour caractériser le profil commun aux étudiants suivant une formation d'ingénieur en géologie ainsi qu'à discriminer les valeurs associées aux cinq domaines de spécialisation. Les résultats de toutes ces études montrent une relation entre les intérêts, les choix de carrière et les valeurs personnelles. Ce qui n'est pas encore clair est si les

personnes avec une personnalité, des valeurs et des croyances spécifiques sont susceptibles de choisir un certain travail ou au contraire si les expériences et les apprentissages vicariants au travail modifient les valeurs, les croyances et les besoins. De même que pour la relation entre personnalité et valeurs, je ne me concentrerai pas sur le lien de causalité mais plutôt sur l'éclaircissement des relations.

Ci-dessous une brève présentation méthodologique, suivie d'un tableau résumant les informations des deux études corrélationnelles prises en considération, qui lient les valeurs de Schwartz et les intérêts professionnels catégorisés à l'aide du modèle RIASEC de Holland.

A l'étude de Sagiv (2002) participent 97 clients issus d'un centre de counseling de carrière israélien. L'âge des participants est compris dans une tranche de 19 ans à 54 ans pour un âge moyen de 25 ans. L'instrument utilisé pour récolter les informations concernant les intérêts professionnels est le *Self Directed Search* (SDS) d'Holland tandis que pour les valeurs, l'instrument utilisé est le *Schwartz Values Survey* (SVS) de Schwartz. La deuxième étude prise en considération (Knafo & Sagiv, 2004) utilise une méthodologie différente. Pour récolter les données, ils interrogent 652 travailleurs d'un âge compris entre 35 et 70 ans (moyenne 47 ans). Les valeurs sont explorées avec le Portrait Values Questionnaires (PVQ) alors que les intérêts sont évalués à travers une procédure indirecte. A partir de la profession exercée par la personne, les chercheurs la combine au code professionnel correspondant dans le *Dictionary of Holland Occupational Codes*, de manière à classifier les intérêts des répondants et de les comparer aux valeurs. Le Tableau 4 montre les résultats des deux études.

**Tableau 4.** Corrélations d’après la littérature entre les 10 valeurs et les intérêts.

	R	I	A	S	E	C
Hédonisme	2 (r=0.34)	2 (r=-0.32)			1 (r=0.23)	
Stimulation	1 (r=0.21)			1 (r=-0.23)		1 (r=-0.28)
Autonomie	2 (r=-0.33)	2 (r=0.35)	1 (r=0.28)			1 (r=-0.35)
Universalisme		1 (r=0.26)	1 (r=0.27)	2 (r=0.36)	1 (r=-0.30)	1 (r=-0.23)
					2 (r=-0.35)	
Bienveillance	2 (r=-0.71)			1 (r=0.30)		
				2 (r=0.55)		
Tradition	2 (r=0.42)	2 (r=-0.32)			1 (r=-0.25)	1 (r=0.21)
Conformisme			1 (r=-0.22)			1 (r=0.26)
			2 (r=-0.31)			
Sécurité			1 (r=-0.32)			1 (r=0.40)
						2 (r=0.32)
Pouvoir					1 (r=0.43)	2 (r=-0.39)
					2 (r=0.36)	
Accomplissement			2 (r=0.35)	2 (r=-0.35)	1 (r=0.32)	
					2 (r=0.33)	

*Note.* R = Réaliste ; I = Investigateur ; A = Artistique ; S = Social ; E = Entrepreneurial ; C = Conventionnel ; 1 = Sagiv, 2002 ; 2 = Knafo & Sagiv , 2004

Les deux études ne trouvent pas systématiquement de corrélations auprès du même binôme entre valeurs et intérêts, mais lorsque c’est le cas, et malgré une méthodologie différente, ils obtiennent des corrélations d’intensité et de direction similaires.

- *Réaliste* : l’intérêt *Réaliste* corrèle positivement avec les valeurs *Tradition* et *Hédonisme* mais négativement avec les valeurs *Autonomie* et *Bienveillance*.
- *Investigateur* : le type *Investigateur* corrèle positivement avec les valeurs *Universalisme* et *Autonomie* mais corrèle négativement avec les valeurs *Hédonisme* et *Tradition*.
- *Artistique* : l’intérêt *Artistique* corrèle positivement avec les valeurs *Universalisme*, *Autonomie* et *Accomplissement* mais négativement avec les valeurs de *Conformité* et *Sécurité*.
- *Social* : le type *Social* corrèle négativement avec la valeur *Accomplissement* mais positivement avec les valeurs *Universalisme* et *Bienveillance*.

- *Entrepreneurial* : ce type d'intérêt est le seul qui obtient les mêmes corrélations significatives dans les deux études. En effet, ce type d'intérêt corrèle négativement avec la valeur *Universalisme* mais positivement avec les valeurs *Accomplissement* et *Pouvoir*.
- *Conventionnel* : l'intérêt *Conventionnel* corrèle positivement avec les valeurs *Sécurité*, *Conformité* et *Tradition*. Inversement, il corrèle négativement avec les valeurs *Universalisme*, *Autonomie*, *Stimulation* et *Pouvoir*.

## Buts de l'étude

La revue de la littérature aux sujets des études ayant investigué le lien entre valeurs, personnalité et intérêts m'a permis de mettre en évidence certaines relations que j'aimerais tester auprès d'un échantillon suisse. De plus, cette étude me permettra de comparer mes résultats à ceux de la littérature et observer si les mêmes relations sont constatées dans un échantillon et culture différente.

## Relations attendues

### Relation entre valeurs et personnalité

Conformément à la littérature prise en considération, je m'attends aux relations suivantes entre les Valeurs de Schwartz et le modèle Big-Five de la personnalité.

- Le trait de personnalité *Névrosisme* devrait corrélérer faiblement et négativement avec les valeurs *Hédonisme*, *Stimulation* et *Autonomie*.
- Pour le trait de personnalité *Extraversion* on devrait observer des relations de nature positive et d'intensité moyenne avec les valeurs *Stimulation*, *Bienveillance*, *Accomplissement*, *Pouvoir* et *Sécurité*. D'intensité toujours positive mais faible avec les valeurs *Hédonisme* et *Autonomie*. En revanche la valeur *Tradition* devrait entretenir une corrélation négative d'intensité moyenne avec ce trait de personnalité.
- *Ouverture* est un trait de personnalité que selon la littérature corrèle avec chaque valeur. En effet j'envisage une corrélation faible positive avec la valeur *Bienveillance*, et d'intensité moyenne avec les valeurs *Autonomie*, *Stimulation*, *Hédonisme* et *Universalisme*. Des relations négatives d'intensité moyenne seront attendues avec les valeurs *Accomplissement*, *Pouvoir*, *Sécurité*, *Conformité* et *Tradition*.
- Le trait de personnalité *Agréabilité* devrait corrélérer positivement avec une intensité moyenne avec les valeurs *Bienveillance*, *Conformité*, *Tradition* et *Universalisme*. Des relations moyennes mais

négatives seront prévues avec les valeurs *Hédonisme*, *Accomplissement* et *Pouvoir*.

- Conformément à la littérature, la relation entre le trait de personnalité *Conscience* et les valeurs n'est pas toujours claire. De toute manière j'attends des relations positives d'intensité moyenne avec les valeurs *Bienveillance*, *Accomplissement*, *Sécurité*, *Conformité* et *Tradition*. Des relations avec les valeurs *Autonomie* et *Pouvoir* sont également observées dans la littérature, mais leur intensité et direction n'est pas évidente et cohérente (Luk & Bond, 1993 ; Olver & Mooradian, 2003 ; Saroglu & Munoz Garcia, 2008 ; Dirilen, Cross & Dönmez, 2012 ; Grankvist & Kajonius, 2015).

### Relation entre valeurs et intérêts

La relation entre les valeurs et les intérêts est un sujet peu étudié. Les recherches qui prennent en compte le modèle de Schwartz mesurant les valeurs et leur lien avec les intérêts mesurés à l'aide du modèle RIASEC de Holland sont peu nombreuses. Ci-après, j'exposerai les relations attendues entre les valeurs des Schwartz et le modèle RIASEC. Toutes les relations attendues, suivant la littérature existante, seront d'intensité moyenne donc supérieures à .20.

- Le type d'intérêt *Réaliste* devrait corrélérer positivement avec une intensité moyenne avec les valeurs *Hédonisme*, *Stimulation* et *Tradition*. Au contraire des relations négatives seront prévues avec les valeurs *Autonomie* et *Bienveillance*.
- L'intérêt *Intellectuel* devrait corrélérer avec les valeurs *Autonomie* et *Universalisme* de manière positive, tandis que devrait corrélérer négativement avec les valeurs *Hédonisme* et *Tradition*.
- Les intérêts du type *Artistique* devraient corrélérer positivement avec les valeurs *Autonomie*, *Universalisme* et *Accomplissement*. En revanche, des relations négatives seront prévues avec les valeurs *Conformisme* et *Sécurité*.
- Le type *Social* devrait entretenir des relations positives avec les valeurs *Universalisme* et *Bienveillance* mais négatives avec *Stimulation*, et *Accomplissement*.

- Les intérêts de type *Entrepreneurial* devraient corrélérer positivement avec les valeurs *Hédonisme*, *Pouvoir* et *Accomplissement*. En revanche, *Universalisme* et *Tradition* seraient deux valeurs pour lesquelles on estime exister des relations négatives.
- Le type d'intérêt *Conventionnel* serait celui avec le plus grand nombre de corrélations avec les valeurs. En effet, on s'attend à des corrélations positives moyennes avec les valeurs *Tradition*, *Conformisme* et *Sécurité* et négatives moyennes avec les valeurs *Stimulation*, *Autonomie*, *Universalisme* et *Pouvoir*.

## **Méthode**

### **Participants**

L'échantillon est composé de 273 sujets dont 180 (66%) femmes et 93 (34%) hommes. La personne la plus jeune est âgée de 16 ans et la plus âgée de 64 ans, l'âge moyen est de 30 ans. Les sujets sont issus de professions différentes qui ont été catégorisées en 7 groupes : vendeuses, psychologues, étudiants en sciences sociales et politiques, étudiants, informaticiens, employés de commerce, ingénieurs. Les réponses des sujets ont été recueillies dans des offices d'orientation, dans des cabinets privés de psychologues ou de conseillers et dans des cabinets de ressources humaines.

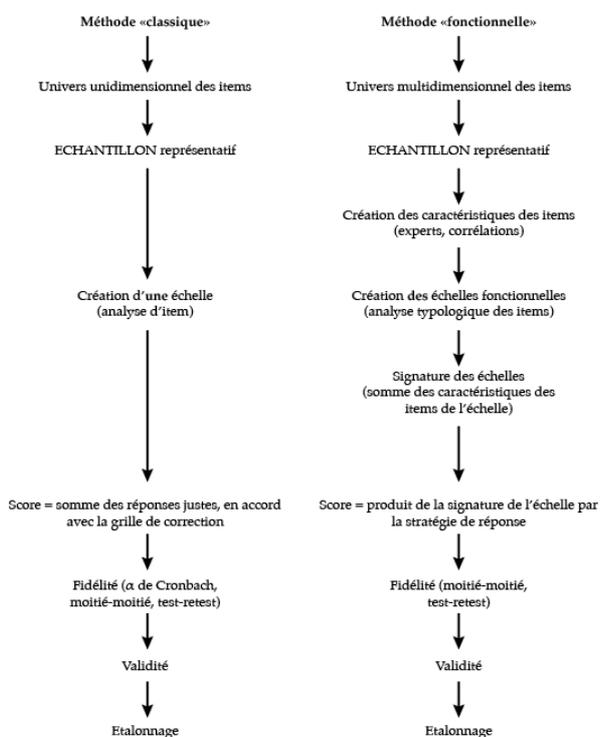
### **Instruments**

La méthode fonctionnelle est à la base des différents tests utilisés pour recueillir les données sur la personnalité, les intérêts et les valeurs. Ci-dessous, j'expliquerai brièvement en quoi consiste la méthode fonctionnelle, quelles sont ses particularités et enfin, je présenterai les instruments utilisés afin de mesurer les valeurs, les 5 dimensions de la personnalité ainsi que les intérêts. Pour plus d'informations sur la méthode fonctionnelle, le lecteur peut se référer à Gendre, Capel & Rossé (2006) et Dupuis et al., (2015) ainsi que, concernant les instruments, aux annexes ou aux manuels cités directement dans les chapitres dédiés aux instruments.

### **La méthode classique et la méthode fonctionnelle**

Le but de la méthode classique de construction de tests est de créer une mesure unidimensionnelle d'un phénomène, comme par exemple un trait de personnalité. Pour ce faire, la méthode classique suggère de définir un univers d'items, d'effectuer un échantillonnage représentatif de ceux-ci affiné par une analyse d'items, pour aboutir enfin à une échelle. Le score à chaque échelle est constitué par la simple somme des réponses. Pour exemple, le NEO-P-I est un test de personnalité construit de manière classique qui est composé de 240 items, 8 pour chaque facette et 48 pour

chaque trait de personnalité. Le score à chaque facette, comme aussi aux traits, est composé de la somme des réponses aux items correspondants. Ce score brut est ensuite comparé à une norme qui permet de situer les résultats de la personne avec les résultats de la population. De son côté, la méthode fonctionnelle a pour objectif d'identifier la stratégie de réponse d'un sujet à un ensemble de stimuli multi-dimensionnels. Cela signifie que pour le calcul des échelles, les items sont considérés comme étant multidimensionnels, ils interviennent donc dans toutes les dimensions, contrairement à la méthode classique où les items sont unidimensionnels et n'appartiennent qu'à une seule dimension à la fois. Afin de sélectionner les items composant un test, la méthode fonctionnelle suggère d'établir un univers de ces derniers, d'en tirer un échantillon représentatif et de déterminer les caractéristiques des items sur la base d'analyses statistiques (notamment les corrélations intra- et inter-domaines) et sur la base de jugements d'experts. Une partie significative du processus fonctionnel est l'analyse de la stratégie de réponse de l'individu. Sur la base de la stratégie de l'individu, on peut ainsi calculer les réponses estimées aux différentes échelles.



**Figure 6.** Comparaison méthode classique et fonctionnelle (Gendre et al., 2006).

## L'inventaire de Valeurs Professionnelles et Générales (I.V.P.G.)

Toutes les informations concernant cet outil sont tirées du manuel I.V.P.G. (Gendre, Capel & Dupuis, 2006).

L'IVPG poursuit le double objectif de mesurer simultanément des valeurs générales et des valeurs professionnelles à l'aide d'un questionnaire informatisé. Pour ce faire, les auteurs ont synthétisé des inventaires récents, bien construits et réputés et susceptibles de représenter une bonne approximation de l'univers des valeurs. Pour mesurer les valeurs générales, les auteurs ont surtout retenu les items du questionnaire de Schwartz. Ils ont créé d'autres items en s'inspirant de Allport, Morris et Rockeach, et enfin ils en ont créés des nouveaux eux-mêmes. Quant aux valeurs professionnelles, la procédure de construction de l'univers des items est identique à celle utilisée pour les valeurs générales. Le résultat obtenu est une liste d'items qui peut être considérée comme une synthèse des items utilisés dans la plupart des inventaires de valeurs. Après la création d'un échantillon représentatif d'items, l'étape suivante a été de créer les *signatures*, en d'autres mots les caractéristiques d'items, à travers l'avis de cinq experts : un professeur en psychologie, un maître d'enseignement et de recherche, un philosophe linguiste, un conseiller en bilans et un étudiant pré-doctorant. En suivant cette procédure et en utilisant des analyses statistiques corrélationnelles, il a été possible de créer différentes échelles fonctionnelles, propres à l'inventaire. D'autres types d'échelles ont pu être intégrés dans l'inventaire grâce à la méthode fonctionnelle. En effet, cette méthode permet d'estimer le score d'un sujet à des tests déjà existants et cela sans passer l'instrument en question.

En résumé, la passation du questionnaire IVPG fournit comme résultats des échelles de contrôle (permettant de juger l'adéquation globale du test à la personne), des échelles fondamentales (qui résument toute l'information disponible), des échelles fonctionnelles (basées sur les proximités des positions des items dans l'espace fondamental) et enfin des échelles externes comme notamment les dimensions correspondantes aux valeurs de Schwartz. Conformément aux premiers travaux de Schwartz, le modèle utilisé dans l'IVPG comporte 12 valeurs, en lieu et place des 10 valeurs du modèle de Schwartz présenté auparavant. Cette différence avec l'IVPG résulte d'une part de l'élaboration continue de l'outil de la part Schwartz et d'autre part d'un choix des auteurs de l'IVPG. Plus

précisément, dans IVPG, on retrouve 9 parmi les 10 valeurs du modèle de Schwartz. Il s'agit de : *Hédonisme, Stimulation, Autonomie, Bienveillance, Tradition, Conformisme, Sécurité, Pouvoir et Réalisation*. Par contre, à la place de la valeur *Universalisme*, on trouve dans l'IVPG les valeurs *Maturité, Esthétique* et *Spiritualité*. Voici la définition de ces valeurs dans l'inventaire de valeurs professionnelles et générales :

- La valeur *Maturité* se caractérise par un harmonieux dosage d'altruisme, de recherche d'harmonie et d'ouverture, avec un détachement plus marqué. Elle a pour objectif d'évaluer la tendance à la compréhension, l'appréciation et l'acceptation de soi, des autres et du monde, toutes des qualités qui peuvent être acquises par l'expérience.
- La valeur *Esthétique* se caractérise par la recherche d'harmonie, avec une touche d'ouverture et de recherche de plaisir.
- La valeur *Spiritualité* se caractérise par une recherche d'harmonie et un détachement marqué. Elle a pour but de mettre en évidence la tendance à rechercher la transcendance par l'effort de voir au-delà des préoccupations matérielles et immédiates.

Comme relevé auparavant, l'instrument utilisé dans cette étude ne comporte pas la valeur *Universalisme*. En lieu et place, cet instrument propose ces trois valeurs citées plus haut, ce qui rend la comparaison avec la littérature existante problématique. Nous avons par conséquent investigué les relations entretenues entre ces trois valeurs (*Maturité, Esthétique* et *Spiritualité*) afin d'essayer de regrouper ces dernières en une seule valeur. La proximité entre ces descriptions et la définition de la valeur *Universalisme*<sup>3</sup> et les analyses ensuite nous ont permis de regrouper ces trois valeurs dans une nouvelle valeur que nous avons définie comme *Universalisme*. La procédure de création de cette variable passera à travers trois étapes présentées ci-dessous.

Nous avons analysé les inter-corrélations des valeurs calculées avec l'instrument IVPG à travers une matrice de corrélation 12x12 (cf. Tableau 5)

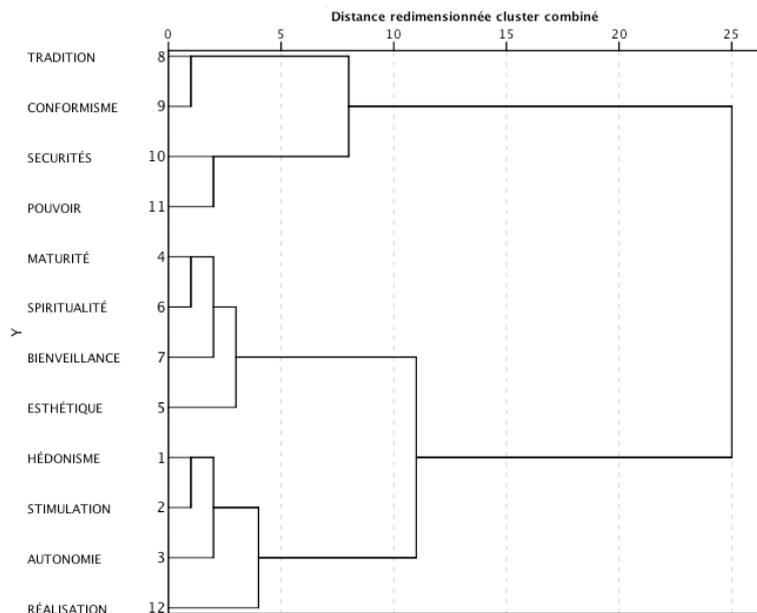
---

<sup>3</sup> *Universalisme* : compréhension, appréciation, tolérance et protection de tous les hommes et de la nature. Égalité, un Monde de paix, Unité avec la nature, Sagesse, un Monde de beauté, Justice sociale, Large d'esprit, Protégeant l'environnement.

**Tableau 5.** Matrice 12x12 des valeurs de Schwartz calculées par l'instrument IVPG.

	Hédonisme	Stimulation	Autonomie	Maturité	Esthétique	Spiritualité	Bienveillance	Tradition	Conformisme	Sécurité	Pouvoir	Accomplissement
Hédonisme	-											
Stimulation	.73	-										
Autonomie	.21	.73	-									
Maturité	-.19	-.50	-.20	-								
Esthétique	.76	.67	.43	.00	-							
Spiritualité	.05	-.05	.25	.76	.41	-						
Bienveillance	.23	-.22	-.32	.58	.31	.32	-					
Tradition	-.22	-.55	-.34	.78	-.35	.33	.43	-				
Conformisme	-.09	-.56	-.51	.76	-.26	.26	.63	.95	-			
Sécurité	.18	-.17	-.41	.15	-.31	-.32	.35	.66	.73	-		
Pouvoir	.09	.29	.18	-.47	-.26	-.63	-.13	.03	.01	.60	-	
Accompliss.	-.13	.40	.68	-.32	-.07	-.21	-.22	-.14	-.27	.03	.72	-

Les corrélations entre ces trois valeurs indiquent une forte liaison entre elles. L'analyse en clusters selon la méthode hiérarchique de Ward, exemplifiée par le dendrogramme, montre la pertinence de l'appariement de ces trois valeurs et de leur proximité avec la valeur *Bienveillance*.



**Figure 7.** Dendrogramme utilisant la Distance de Ward.

Pour créer la valeur *Universalisme*, on a simplement calculé la moyenne des scores bruts des valeurs *Maturité*, *Esthétique* et *Spiritualité*. Ensuite, on a répété les analyses corrélationnelles avec la nouvelle matrice 10x10 obtenue.

**Tableau 6.** Matrice modifiée 10x10 des valeurs de Schwartz calculées par l'instrument IVPG.

	Hédonisme	Stimulation	Autonomie	<b>Universalisme</b>	Bienveillance	Tradition	Conformisme	Sécurité	Pouvoir	Accomplissement
Hédonisme	-									
Stimulation	.73	-								
Autonomie	.21	.73	-							
<b>Universalisme</b>	<b>.22</b>	<b>-.01</b>	<b>.16</b>	-						
Bienveillance	.23	-.22	-.32	<b>.54</b>	-					
Tradition	-.22	-.55	-.34	<b>.39</b>	.43	-				
Conformisme	-.09	-.56	-.51	<b>.39</b>	.63	.95	-			
Sécurité	.18	-.17	-.41	<b>-.17</b>	.35	.66	.73	-		
Pouvoir	.09	.29	.18	<b>-.59</b>	-.13	.03	.01	.60	-	
Accomplissement	-.13	.40	.68	<b>-.27</b>	-.22	-.14	-.27	.03	.72	-

En gras, les corrélations de la valeur *Universalisme* avec les autres valeurs de la théorie de Schwartz. Si on considère le *circumplex* de la théorie, donc l'attrait des valeurs proches et le rejet des valeurs éloignées, on constate que la nouvelle valeur respecte ces relations. En effet, la plus haute corrélation est obtenue avec les valeurs proches sur le *circumplex*, c'est-à-dire la valeur *Bienveillance* ( $r = 0,54$  ;  $p < .05$ ), *Tradition* ( $r = 0,39$  ;  $p < .05$ ), *Conformisme* ( $r = 0,39$  ;  $p < .05$ ) et *Autonomie* ( $r = 0,16$  ;  $p < .05$ ). Au contraire, la distance à l'intérieur du *circumplex* entre la valeur *Universalisme* et la valeur *Sécurité* ( $r = -0,17$  ;  $p < .05$ ), *Pouvoir* ( $r = -0,59$  ;  $p < .05$ ) et *Accomplissement* ( $r = -0,27$  ;  $p < .05$ ) est confirmée par des relations négatives. On conclut donc à la pertinence de la création de cette variable à travers la fusion des trois valeurs citées auparavant.

## Liste d'Adjectifs Bipolaires en Echelle de Likert (LABEL)

Toutes les informations concernant cet outil sont tirées du manuel L.A.B.E.L. (Gendre & Capel, 2013). Pour plus d'informations, on peut se référer à cet ouvrage.

LABEL est un instrument d'évaluation psychologique qui, à travers une analyse des auto-descriptions exprimées à l'aide d'adjectifs, mesure la plupart des traits de personnalité connus. Cet outil analyse les auto-descriptions exprimées par l'intermédiaire d'une série d'items bipolaires et unipolaires classiques construits en récoltant différentes recherches dans le domaine des adjectifs descriptifs de la personnalité (Allport et Odbert, 1936 ; Cattell, 1943 ; Gough & Gendre, 1982). Les items bipolaires (174 items) proposent au répondant de se situer entre deux adjectifs descriptifs de la personnalité, selon une échelle symétrique en cinq points, auxquels les auteurs ont ajouté une sixième option qui permet de rejeter l'ensemble des propositions. De son côté, les items unipolaires (87 items) permettent à la personne qui répond d'exprimer le degré de correspondance de l'item avec sa personnalité. Au total, l'utilisateur s'évalue sur 261 adjectifs qui, selon les auteurs, constituent un échantillon représentatif de l'ensemble des adjectifs descriptifs de la personnalité.

La partie centrale du LABEL est constituée de six échelles fondamentales caractéristiques de l'instrument définissant la stratégie de réponse du sujet (voir annexe 3) et de différentes échelles externes. De même que l'instrument IVPG, LABEL, avec ses échelles externes, estime les résultats aux traits de personnalité basés sur le modèle Big-Five permettant ainsi la comparaison avec les études citées auparavant. Voici une synthèse des traits de personnalité tels que décrit par le manuel (Gendre & Capel, 2013) ainsi que la validité des échelles LABEL vis-à-vis des facteurs du NEO-PI-R (Tableau 7).

*Stabilité vs Névrosisme* : cette échelle a pour but de mesurer la tendance à être stable et équilibré. Les personnes ayant des scores élevés sont faciles à vivre et généralement décontractées, même dans des conditions difficiles. D'humeur stable, elles ont une haute tolérance à la frustration et sont capables d'affronter des situations stressantes sans s'irriter.

*Extraversion* : tendance à être assuré, sociable et entreprenant. Extraverties, expansives et dynamiques, ces personnes sont sociables et se plaisent d'être toujours en compagnie. Elles aiment l'excitation et la stimulation et tendent à avoir une disposition gaie. Elles sont dominantes, aiment diriger et ont l'esprit d'entreprise.

*Amabilité* : cette échelle mesure la tendance à être aimable et coopératif. Ces personnes sont compatissantes, désireuses de coopérer et d'éviter les conflits. Elles sont altruistes et faciles à vivre, sympathiques, désireuses d'aider autrui et pensent que les autres seront également serviables en retour.

*Ouverture* : tendance à être créatif, ouvert à la culture, à la nouveauté et au changement. Les personnes ayant des scores élevés sont ouvertes à de nouvelles expériences, ont des intérêts variés et sont très imaginatives. Elles sont curieuses du monde intérieur et extérieur. Elles sont désireuses d'explorer des idées nouvelles et des valeurs peu conventionnelles. Elles ont le sens de l'esthétique, le goût de la poésie, de la musique et des activités intellectuelles.

*Conscience* : cette échelle mesure la tendance à être consciencieux et méthodique, à aimer le travail bien fait et les situations bien structurées. Ces personnes sont bien organisées, scrupuleuses, ponctuelles et fiables. Exigeantes envers elles-mêmes, elles se fixent des objectifs élevés et se font un point d'honneur d'y parvenir.

Le Tableau 7 montre que les big-five évalués par le NEO-PI-R corrélerent de manière satisfaisante, voir très satisfaisante, avec ceux évalués par LABEL. De plus, *Stabilité* corréle négativement car se trouve sur le pôle opposée du continuum le liant au *Névrosisme*.

**Tableau 7.** Validités des échelles LABEL vis-à-vis du NEO-PI-R.

N (NEO)	E (NEO)	O (NEO)	A (NEO)	C (NEO)
-.63	.74	.55	.50	.73
S (LABEL)	E (LABEL)	O (LABEL)	A (LABEL)	C (LABEL)

*Note.* N = Névrosisme ; S = Stabilité ; E = Extraversion ; O = Ouverture ; A = Agréabilité ; C = Conscience

## Liste de Verbes d'activités Professionnelles (LIVAP) / Liste de métiers (LIMET)

Toutes les informations concernant cet outil sont tirées du manuel LIVAP-LIMET (Gendre, Capel & Rossé, 2006).

Ce test d'intérêt contient deux parties distinctes : la première est une liste de verbes associés à des activités professionnelles (LIVAP) et permet de déterminer « ce qu'une personne aime faire ». La deuxième est une liste de profession associées à des rôles professionnels (LIMET) et permet d'estimer ce que la personne aimerait être.

### LIVAP

Pour déterminer l'univers des verbes d'activités professionnelles, les auteurs ont utilisé différentes sources : de la littérature scientifique jusqu'à des tests d'intérêts déjà connus. Le résultat est une liste de 300 verbes d'activités professionnelles. Mais après analyse et élimination des synonymes et des activités trop spécifiques ou susceptibles d'être trop peu connus, l'effectif LIVAP s'est réduit à une liste de 128 verbes qui ont été répartis parmi les 6 catégories du modèle RIASEC de Holland de la manière suivante : 23% de verbes sont rattachés à la dimension *Réaliste* (R), 13% à la dimension *Investigative* (I), 23% à la dimension *Artistique* (A), 16% à la dimension *Social* (S), 16% à la dimension *Entrepreneurial* (E) et 10% à la dimension *Conventionnel* (C).

### LIMET

Rappelons ici que LIMET est la partie de l'instrument qui présente une liste de professions associées à des rôles professionnels, donc ce que la personne aimerait être. Une première liste de 457 professions, issue de l'aide du système *Swissdoc*<sup>4</sup>, prend forme. Après une analyse textuelle, une analyse de correspondances et une analyse des réponses d'un échantillon au test, le nombre de métiers est réduit à 278. Lors de la passation, la personne mettra en évidence une préférence pour 140 métiers. A travers la

---

<sup>4</sup> Swissdoc est un système de classification se composant du répertoire des professions, de celui des formations et des thèmes généraux

méthode fonctionnelle et sur la base des réponses de la personne, il est par la suite possible de calculer une attirance pour 138 autres métiers.

Autre aux échelles fondamentales du questionnaire (présentées dans les annexes 4 et 5), l'IVPG, grâce à la méthode fonctionnelle, permet une estimation des échelles externes d'après le modèle RIASEC de Holland, aussi bien pour la partie LIVAP que pour la partie LIMET. Voici présentées les validités des échelles vis-à-vis de l'inventaire personnel de Holland ainsi que les descriptions des orientations hollandiennes telles que reportées dans le manuel (Gendre, Capel & Rossé, 2006).

**Tableau 8.** Validités des échelles hollandiennes du LIVAP/LIMET vis-à-vis des échelles d'Holland.

	R	I	A	S	E	C
Echelles LIVAP	.62	.50	.62	.65	.54	.56
Echelles LIMET	.60	.55	.60	.60	.44	.56

*Note.* R = Réaliste ; I = Investigateur ; A = Artistique ; E = Entrepreneurial ; C = Conventionnel

- *Réaliste* : ces personnes préfèrent les activités concrètes requérant coordination, force et habilité. Elles sont à l'aise dans la vie pratique, aiment le contact avec la matière ou avec la nature et ne recherchent pas spécialement les contacts humains.
- *Investigative* : besoin de comprendre plutôt que de dominer. Ces personnes préfèrent la pensée à l'action, ont l'esprit scientifique et de la curiosité intellectuelle. Elles valorisent les activités appliquées et scientifiques et peuvent avoir la tendance à être plutôt introverties.
- *Artistique* : les personnes ayant des scores élevés à cette échelle préfèrent les environnements favorables à l'expression de leurs idées, de leurs sentiments et de leur créativité. Souvent peu conventionnelles, elles sont émotives et parfois impulsives.

- *Social* : ces personnes recherchent les situations où les relations personnelles jouent un rôle important. Elles aiment renseigner, divertir, éduquer, soigner ou aider.
- *Entrepreneurial* : échelle caractérisée par la tendance à manipuler ou à dominer autrui. Les personnes ayant des scores élevés s'intéressent au pouvoir sous toutes ses formes et peuvent être énergiques et ambitieuses.
- *Conventionnel* : le type *Conventionnel* a le souci des règles, de l'ordre et de l'autocontrôle. Ces personnes apprécient les situations bien structurées. Elles sont consciencieuses, appliquées, ordonnées, précises.

## Résultats

La première section de ce chapitre présente les résultats concernant les corrélations entre les traits de personnalité Big-Five provenant du questionnaire LABEL et les valeurs de Schwartz mesurés à l'aide du questionnaire IVPG. La deuxième partie abordera les corrélations du modèle RIASEC calculées dans les différentes parties de l'instrument LIVAP/LIMET et les valeurs de Schwartz. Un approfondissement sur les échelles fondamentales des questionnaires LABEL (annexe 6) et LIVAP/LIMET (annexes 7 et 8) sera également proposé en annexe.

Il faut souligner que la corrélation n'indique pas un lien de cause effet mais seulement l'existence d'une association. Afin de faciliter la lecture des tableaux suivants, les corrélations significatives au seuil  $p < .05$  sont en gras. Cependant, au delà de la significativité statistique, il est impératif de prendre en considération la taille d'effet qui permet de rendre compte de la force de l'association entre deux variables. En effet, la significativité statistique dépend de la taille de l'échantillon (Capel, 2013). Ainsi, un échantillon de très grande taille pourrait mettre en évidence des résultats « statistiquement significatifs » mais dont l'importance pratique est faible. Pour cette raison, nous pouvons nous référer aux critères proposés par Cohen (1988) qui permettent de juger de l'importance de la taille de l'effet. Le coefficient de corrélation, qui permet de mesurer l'intensité du lien entre deux variables, est par définition une taille d'effet, nous pouvons donc appliquer directement les critères de Cohen. Par conséquent, je définirai une corrélation comme faible en dessous de .20, moyenne entre .20 et .50 et forte si la corrélation est supérieure à .50.

### Corrélations entre Valeurs et Personnalité

Les résultats des analyses corrélationnelles indiquent les relations suivantes entre les traits de personnalité issus du modèle Big-Five, calculés à travers le questionnaire LABEL, et les valeurs mesurées à l'aide de l'IVPG :

- L'échelle *Stabilité* corrèle positivement avec une intensité moyenne avec les valeurs *Autonomie* ( $r = .26, p < .05$ ), *Pouvoir* ( $r = .20, p < .05$ ) et *Réalisation* ( $r = .33, p < .05$ ). Les valeurs *Stimulation* ( $r = .14, p < .05$ ) et *Bienveillance* ( $r = .15, p < .05$ ) ne corrèlent que faiblement.
- *Extraversion* est une des échelles de personnalité qui entretient un grand nombre de corrélations avec les valeurs. En effet, elle corrèle positivement et avec une intensité moyenne avec les valeurs *Hédonisme* ( $r = .25, p < .05$ ), *Stimulation* ( $r = .35, p < .05$ ), *Autonomie* ( $r = .27, p < .05$ ), *Pouvoir* ( $r = .20, p < .05$ ) et *Réalisation* ( $r = .33, p < .05$ ). Inversement elle est négativement et moyennement corrélée avec la valeur *Tradition* ( $r = -.23, p < .05$ ), ainsi que faiblement à la valeur *Conformisme* ( $r = -.19, p < .05$ ).
- Le trait *Ouverture* résulte être corrélé négativement avec une force moyenne aux valeurs *Tradition* ( $r = -.39, p < .05$ ), *Sécurité* ( $r = -.25, p < .05$ ) et *Conformisme* ( $r = -.36, p < .05$ ). En revanche ce trait de personnalité a une liaison d'intensité moyenne et positive avec les valeurs *Hédonisme* ( $r = .24, p < .05$ ), *Stimulation* ( $r = .35, p < .05$ ) et *Autonomie* ( $r = .24, p < .05$ ).
- *Agréabilité* est lié avec chaque valeur. Avec une intensité positive moyenne corrèlent les valeurs *Bienveillance* ( $r = .38, p < .05$ ), *Universalisme* ( $r = .28, p < .05$ ), *Tradition* ( $r = .24, p < .05$ ), et *Conformisme* ( $r = .33, p < .05$ ). Des corrélations faibles sont observé avec les valeurs d'*Hédonisme* ( $r = .17, p < .05$ ) et *Sécurité* ( $r = .16, p < .05$ ). Inversement les valeurs avec une corrélation moyenne et négative sont *Autonomie* ( $r = -.25, p < .05$ ), *Pouvoir* ( $r = -.20, p < .05$ ) et *Réalisation* ( $r = -.32, p < .05$ ). Une corrélation faible est également présente avec la valeur *Stimulation* ( $r = -.14, p < .05$ ).
- Le trait de personnalité *Conscience* entretient uniquement des corrélations positives. D'intensité moyenne avec les valeurs *Tradition* ( $r = .27, p < .05$ ), *Conformisme* ( $r = .23, p < .05$ ), *Sécurité* ( $r = .22, p < .05$ ), *Pouvoir* ( $r = .25, p < .05$ ) et *Réalisation* ( $r = .31, p < .05$ ) et d'intensité faible avec *Autonomie* ( $r = .13, p < .05$ ) et *Bienveillance* ( $r = .15, p < .05$ ).

**Tableau 9.** Corrélations des valeurs de Schwartz avec les Big-Five.

Personnalité	Valeurs IVPG									
	Hédonisme	Stimulation	Autonomie	Universalisme	Bienveillance	Tradition	Conformisme	Sécurité	Pouvoir	Réalisation
Stabilité	.01	.14	.26	.06	.15	.01	.00	.02	.20	.33
Extraversion	.25	.35	.27	-.07	.06	-.23	-.19	-.01	.20	.22
Ouverture	.24	.35	.24	-.03	-.11	-.39	-.36	-.25	-.04	.04
Agréabilité	.17	-.14	-.25	.28	.38	.24	.33	.16	-.20	-.32
Conscience	-.10	-.04	.13	.07	.15	.27	.23	.22	.25	.31

n=273

### Corrélations entre valeurs et intérêts

A travers le questionnaire d'intérêt LIVAP / LIMET, il est possible de distinguer deux profils d'intérêts. Le premier provenant des attirances pour les activités contenues dans la partie LIVAP, le second provenant des attirances pour les métiers contenues dans la partie LIMET. Les deux façons de rendre compte des intérêts des individus sont globalement équivalentes. Aussi la majorité des cas les corrélations statistiquement significatives observées entre les valeurs et la partie LIVAP seront comparables à celles observées entre valeurs et la partie LIMET.

### Corrélation entre les valeurs de Schwartz et la partie de l'instrument LIVAP

- L'intérêt *Réaliste* corrèle positivement avec une intensité moyenne avec les valeurs *Sécurité* ( $r = .25, p < .05$ ), *Pouvoir* ( $r = .35, p < .05$ ) et *Réalisation* ( $r = .29, p < .05$ ). Une corrélation faible et négative est observée avec la valeur *Universalisme* ( $r = -.13, p < .05$ ).
- *Intellectuel* est un type d'intérêt moyennement lié aux valeurs de *Réalisation* ( $r = .29, p < .05$ ) et *Autonomie* ( $r = .34, p < .05$ ) et faiblement lié à la valeur *Universalisme* ( $r = .14, p < .05$ ). Des relations négatives mais faibles sont également observées avec ce

type d'intérêt et les valeurs d'*Hédonisme* ( $r = -.24, p < .05$ ) et de *Sécurité* ( $r = -.20, p < .05$ ).

- L'intérêt *Artistique* montre des corrélations positives d'intensité moyenne avec les valeurs *Hédonisme* ( $r = .21, p < .05$ ) et *Stimulation* ( $r = .22, p < .05$ ) ainsi qu'une relation faible avec la valeur *Universalisme* ( $r = .18, p < .05$ ). Des relations négatives sont cependant observées. D'intensité moyenne avec la valeur *Sécurité* ( $r = -.21, p < .05$ ) et d'intensité faible avec les valeurs *Tradition* ( $r = -.18, p < .05$ ), *Conformisme* ( $r = .16, p < .05$ ) et *Pouvoir* ( $r = -.17, p < .05$ ).
- *Social* est un intérêt qui corrèle positivement avec les valeurs *Universalisme* ( $r = .26, p < .05$ ), *Bienveillance* ( $r = .31, p < .05$ ) et faiblement avec *Conformisme* ( $r = .18, p < .05$ ). Des relations faibles mais négatives sont également observées avec les valeurs *Pouvoir* ( $r = -.13, p < .05$ ) et *Réalisation* ( $r = -.15, p < .05$ ).
- *Entrepreneurial* est l'intérêt avec les corrélations d'intensités plus fortes. En effet des corrélations fortes sont observées avec les valeurs de *Pouvoir* ( $r = .56, p < .05$ ) et *Réalisation* ( $r = .51, p < .05$ ). D'intensité moyenne avec la valeur *Sécurité* ( $r = .24, p < .05$ ) et faible avec la valeur *Autonomie* ( $r = .18, p < .05$ ) et *Stimulation* ( $r = .13, p < .05$ ). Une corrélation négative est observée avec la valeur *Universalisme* ( $r = -.31, p < .05$ ).
- Le type d'intérêt *Conventionnel* entretient des relations élevées avec les valeurs *Tradition* ( $r = .37, p < .05$ ), *Conformisme* ( $r = .34, p < .05$ ), *Sécurité* ( $r = .41, p < .05$ ), *Pouvoir* ( $r = .35, p < .05$ ) et moyennes avec la valeur *Réalisation* ( $r = .22, p < .05$ ). Des corrélations négatives sont observées avec les valeurs *Hédonisme* ( $r = -.17, p < .05$ ) et *Stimulation* ( $r = -.20, p < .05$ ).

**Tableau 10.** Corrélations des valeurs de Schwartz avec le modèle RIASEC appartenant à la partie de l'instrument LIVAP.

Intérêts RIASEC - LIVAP	Valeurs IVPG									
	Hédonisme	Stimulation	Autonomie	Universalisme	Bienveillance	Tradition	Conformisme	Sécurité	Pouvoir	Réalisation
Réaliste	.01	.06	.08	<b>-.13</b>	.04	.10	.10	<b>.25</b>	<b>.35</b>	<b>.29</b>
Intellectuel	<b>-.24</b>	.02	<b>.34</b>	<b>.14</b>	-.08	.05	-.07	<b>-.20</b>	.06	<b>.39</b>
Artistique	<b>.21</b>	<b>.22</b>	.13	<b>.18</b>	.04	<b>-.18</b>	<b>-.16</b>	<b>-.21</b>	<b>-.17</b>	-.06
Social	<b>.25</b>	.08	-.03	<b>.26</b>	<b>.31</b>	.12	<b>.18</b>	.08	<b>-.13</b>	<b>-.15</b>
Entrepreneurial	-.06	<b>.13</b>	<b>.18</b>	<b>-.31</b>	-.06	-.02	-.05	<b>.24</b>	<b>.56</b>	<b>.51</b>
Conventionnel	<b>-.17</b>	<b>-.20</b>	-.08	-.11	.10	<b>.37</b>	<b>.34</b>	<b>.41</b>	<b>.35</b>	<b>.22</b>

n=273

### Corrélation entre les valeurs de Schwartz et la partie de l'instrument

#### LIMET

- L'intérêt *Réaliste* corrèle positivement avec une intensité faible avec les valeurs *Sécurité* ( $r = .16, p < .05$ ), *Tradition* ( $r = .14, p < .05$ ) et *Conformisme* ( $r = .14, p < .05$ ).
- *Intellectuel* est un type d'intérêt moyennement lié à la valeur *Réalisation* ( $r = .29, p < .05$ ) et faiblement lié aux valeurs *Autonomie* ( $r = .14, p < .05$ ) et *Pouvoir* ( $r = .13, p < .05$ ). Des relations négatives sont également observées avec ce type d'intérêt et les valeurs *d'Hédonisme* ( $r = -.29, p < .05$ ), *Universalisme* ( $r = -.19, p < .05$ ), *Bienveillance* ( $r = -.22, p < .05$ ), *Conformisme* ( $r = -.18, p < .05$ ) et *Sécurité* ( $r = -.16, p < .05$ ).
- L'intérêt *Artistique* montre des corrélations positives d'intensité faible avec les valeurs *stimulation* ( $r = .17, p < .05$ ) et *Stimulation* ( $r = .13, p < .05$ ). Des relations négatives sont cependant observées. D'intensité moyenne avec les valeurs *Sécurité* ( $r = -.26, p < .05$ ), *Tradition* ( $r = -.22, p < .05$ ), *Conformisme* ( $r = -.22, p < .05$ ), et d'intensité faible avec la valeur *Pouvoir* ( $r = -.17, p < .05$ ).
- *Social* est un intérêt qui corrèle positivement avec les valeurs *Universalisme* ( $r = .18, p < .05$ ), *Bienveillance* ( $r = .20, p < .05$ ),

*Conformisme* ( $r = .18, p < .05$ ) et faiblement avec *Hédonisme* ( $r = .15, p < .05$ ). Des relations faibles mais négatives sont également observées avec la valeur *Réalisation* ( $r = -.19, p < .05$ ).

- *Entrepreneurial* obtient des corrélations moyennes avec les valeurs de *Pouvoir* ( $r = .29, p < .05$ ) et *Réalisation* ( $r = .25, p < .05$ ). D'intensité moyenne mais négative avec la valeur *Universalisme* ( $r = -.27, p < .05$ ) et faible avec la valeur *Hédonisme* ( $r = -.16, p < .05$ ).
- Le type d'intérêt *Conventionnel* entretient des relations moyennes avec les valeurs *Conformisme* ( $r = .20, p < .05$ ), *Sécurité* ( $r = .30, p < .05$ ), *Pouvoir* ( $r = .27, p < .05$ ) et faible avec la valeur *Tradition* ( $r = .18, p < .05$ ). Des corrélations négatives sont observées avec les valeurs *Autonomie* ( $r = -.15, p < .05$ ) et *Stimulation* ( $r = -.13, p < .05$ ) et enfin avec la valeur *Universalisme* ( $r = -.15, p < .05$ ).

**Tableau 11.** Corrélations des valeurs de Schwartz avec le modèle RIASEC appartenant à la partie de l'instrument LIMET.

Intérêts RIASEC - LIMET	Valeurs IVPG									
	Hédonisme	Stimulation	Autonomie	Universalisme	Bienveillance	Tradition	Conformisme	Sécurité	Pouvoir	Réalisation
Réaliste	-.07	-.09	-.06	-.08	-.02	<b>.14</b>	<b>.13</b>	<b>.16</b>	.10	.03
Intellectuel	<b>-.29</b>	-.05	<b>.14</b>	<b>-.19</b>	<b>-.22</b>	-.11	<b>-.18</b>	<b>-.16</b>	<b>.13</b>	<b>.29</b>
Artistique	.12	<b>.17</b>	<b>.13</b>	.09	-.09	<b>-.22</b>	<b>-.22</b>	<b>-.26</b>	<b>-.17</b>	-.05
Social	<b>.15</b>	-.02	-.11	<b>.18</b>	<b>.20</b>	.12	<b>.17</b>	.08	-.12	<b>-.19</b>
Entrepreneurial	<b>-.16</b>	-.03	.01	<b>-.27</b>	-.11	-.04	-.06	.10	<b>.29</b>	<b>.25</b>
Conventionnel	-.10	<b>-.13</b>	<b>-.15</b>	<b>-.15</b>	.01	<b>.18</b>	<b>.20</b>	<b>.30</b>	<b>.27</b>	.11

n = 273

## Discussion

### Synthèse des résultats et discussion des relations attendues

La présente étude visait à explorer la relation entre les valeurs personnelles selon le modèle de Schwartz, les traits de personnalité Big-Five et les intérêts professionnels du modèle RIASEC. Les résultats démontrent que les valeurs sont liées à la personnalité comme aux intérêts professionnels, mettant en évidence qu'une personne se décrivant avec un trait de personnalité donné, ou préférant un intérêt professionnel spécifique, valorisera des valeurs précises.

#### Traits de personnalité et valeurs

Globalement, les relations attendues postulant une relation entre les Valeurs et la Personnalité ont été confirmées. Sur les 35 relations attendues, 22 ont été confirmées complètement et 5 partiellement, c'est-à-dire qu'à la place d'une relation faible, les résultats montrent un lien moyen et vice-versa. Seules huit relations n'ont pas été reproduites dans cette étude. En revanche, huit relations inattendues ont été mises en évidence avec ces analyses, dont trois d'intensité moyenne. Ci-dessous est présentée une discussion facteur par facteur des liens observés et de leur correspondance avec la littérature.

Conformément aux études de Luk & Bond (1993); Olver & Mooradian (2003) et Grankvist & Kajonius (2015), les résultats montrent qu'une personne avec le trait de personnalité *Névrosisme* marqué sous-exprimera la valeur *Stimulation*. La relation avec la valeur *Autonomie* observée dans cette étude trouve une correspondance dans l'étude de Grankvist & Kajonius (2015), ainsi que la relation de ce trait de personnalité avec la valeur *Accomplissement* confirme les résultats de Roccas et al. (2002). La relation avec la valeur *Hédonisme* n'a pas été observée, mais en revanche, deux relations inattendues ont été remarquées avec les valeurs *Bienveillance* et *Pouvoir*. En résumé, selon cette étude, la personne avec le trait *Névrosisme* développé rejettera les dimensions générales des valeurs qui concernent les intérêts individuels, l'indépendance d'action et de pensée ainsi que la recherche de nouvelles expériences. La préservation et l'amélioration du bien-être des personnes

avec lesquelles on se trouve fréquemment en contact ne semblent pas être d'importance pour une personne avec ce trait de personnalité surexprimé.

Le trait de personnalité *Extraversion* se comporte de manière inverse au trait de personnalité *Névrosisme*. En effet, les dimensions générales résumant les valeurs d'*Affirmation de soi* et d'*Ouverture au changement* sont positivement liées à ce trait de personnalité. De plus, des relations négatives avec les valeurs qui mettent l'accent sur l'ordre, la résistance au changement et l'auto-restriction sont observées. Ces constats confirment globalement les attentes. Cependant, on observe des relations d'intensité plus élevée que prévue pour les valeurs *Autonomie* et *Hédonisme* ainsi qu'une relation faible négative inattendue avec la valeur *Conformité* mais cohérente avec les constats faites par Roccas et al. (2002) et Grankvist & Kajonius (2015).

*L'Ouverture* est un trait de personnalité caractérisé par l'ouverture à des nouvelles expériences, par une curiosité du monde intérieur et extérieur. Les personnes se décrivant ainsi sont désireuses d'explorer la nouveauté et ont tendance à être créatives, ouvertes à la culture et au changement. Les résultats de l'étude soutiennent la description. En effet, une personne se décrivant comme ouverte favorisera les valeurs appartenant au pôle *d'Ouverture*, comprenant les valeurs *Autonomie*, *Stimulation* et *Hédonisme*. De plus, elle rejettera fortement le respect des coutumes et des traditions, aura tendance à obéir aux normes sociales à travers une modération de ses idées. En d'autres mots, cette personne rejettera la subordination aux attentes imposées par la société contenue dans les valeurs *Tradition* et *Conformisme* et renoncera à l'ordre social et stabilité de la valeur *Sécurité*. Ces constats confirment en partie les attentes. La relation manquante la plus étonnante est constatée entre ce trait de personnalité et la valeur *Universalisme*. Même si la littérature montre des relations moyennes positives, ceci n'est pas le cas pour la présente étude. La raison réside dans la construction de la valeur *Universalisme*, dans laquelle les éléments constitutifs de l'échelle ne semblent pas convenir à l'établissement d'une relation. Les autres relations manquantes se manifestent avec les valeurs comprises dans le pôle *Transcendance de soi* et *Affirmation de soi*. Ainsi, une personne se décrivant comme très ouverte n'exprimera pas un rejet pour les valeurs *Réalisation* et

*Pouvoir* comme également ne montrera pas une attirance pour les valeurs *Bienveillance* et *Universalisme*.

Le trait de personnalité *Agréabilité*, conformément aux constats de la littérature, est lié aux valeurs qui mettent l'accent sur la *Transcendance de soi*, donc qui consistent à donner de l'importance au bien-être et aux intérêts des autres. Ce trait de personnalité, caractérisé par l'humilité et la tendance à s'effacer pour aider autrui, entretient également des relations positives avec les valeurs de *Conservation* ainsi que de liens négatifs avec les valeurs *Affirmation de soi*. Des relations inattendues sont également observées. En effet, la relation positive faible avec la valeur *Hédonisme* est opposée aux attentes et aux constats de Luk & Bond (1993) et Roccas et al. (2002) qui observent une relation moyenne négative. Enfin des relations avec les valeurs *Autonomie* (moyenne et négative) et *Stimulation* (faible et négative), appartenant au pôle *Ouverture ou changement*, sont constatées et cohérentes avec l'étude de Roccas et al. (2002) et aux définitions du trait de personnalité.

Enfin, le trait de personnalité *Conscience* est positivement lié avec les valeurs mettant l'accent sur l'ordre, l'auto-restriction et les intérêts individuels. Ce constat confirme les attentes. En effet, toutes les relations attendues sont observées dans cette étude. Seule l'intensité de la relation avec la valeur *Bienveillance* résulte être plus faible que prévu. La relation entre ce trait et les valeurs *Autonomie* et *Pouvoir* n'était pas claire d'après la littérature car des relations opposées étaient observées. Cependant, on relève que l'étude de Olver & Mooradian (2003) obtient des résultats proches de ceux de cette étude.

### Intérêts professionnels et valeurs

L'étude des relations entre valeurs et intérêts professionnels a confirmé l'idée selon laquelle les intérêts professionnels et les valeurs sont deux construits liés entre eux. L'outil utilisé pour récolter les données de cette étude a un caractère double : dans une partie du questionnaire, les intérêts sont calculés sur la base des réponses à une liste d'adjectifs décrivant des activités (LIVAP) et dans l'autre partie, les intérêts sont calculés à partir d'attirances pour une liste de professions (LIMET). Dans la partie LIVAP, les relations statistiquement significatives entre valeurs et

intérêts sont au nombre de 34, tandis que dans la partie LIMET elles sont au nombre de 33. Le 67% des ces corrélations sont communes et de même direction, tandis que le 32% des relations sont observables dans une partie du questionnaire seulement. Le 1% restant concerne une relation faible ( $<.20$ ) mais opposée de la valeur *Universalisme* avec l'intérêt *Intellectuel* calculée par LIVAP ( $r = .14$ ) et par LIMET ( $r = -.19$ ). Cette différence pourrait être expliquée par la construction différente des deux échelles du questionnaire d'intérêt. En effet, les items (liste de métiers) compris dans la construction de l'échelle *Intellectuel* du LIMET semblent se diriger vers le sens contraire des buts exprimés par la valeur *Universalisme*. Inversement, démontrer son attrait pour des activités qui composent l'échelle *Intellectuel* du LIVAP n'empêche pas d'être attiré par la valeur en question.

Presque toutes les relations attendues entre le type *Réaliste* et les valeurs ne sont pas observées, seule la valeur *Tradition* corrèle avec l'intérêt *Réaliste* (de la partie LIMET) conformément aux observations de Knafo & Sagiv (2004). Cependant, six autres relations sont observées. Selon les résultats de la présente étude, l'intérêt *Réaliste*, notamment caractérisé par la préférence des activités concrètes et pour le contact direct avec la matière, est lié aux valeurs appartenant au pôle d'*Affirmation de soi*. Cette relation est particulièrement marquée entre la partie LIVAP du questionnaire et les valeurs. Des relations avec le pôle *Conservation* sont surtout observées dans la partie du questionnaire LIMET. Il semblerait que les personnes qui valorisent ce pôle ont une attirance plus marquée pour les métiers *Réalistes* présents dans la partie LIMET. En revanche, dans la partie LIVAP, l'attirance pour les activités *Réalistes* est constatée uniquement avec la valeur *Sécurité*. Enfin, une relation significative d'intensité faible et négative est présente entre la valeur *Universalisme* et le trait *Réaliste*.

La personne avec un score élevé pour l'intérêt *Intellectuel*, marquée par une curiosité intellectuelle, un besoin de comprendre et un esprit scientifique rejettera les valeurs *Hédonisme*, *Bienveillance*, *Conformité* et *Sécurité* et, inversement, exprimera son attrait pour les valeurs *Autonomie* et *Accomplissement*. En d'autres termes, la réalisation personnelle, l'indépendance de pensée et d'action et l'abnégation des plaisirs sont des valeurs recherchées par la personne valorisant des intérêts du type

*Intellectuel*. Ces constats sont cohérents, mise à part l'absence de relation avec la valeur *Tradition*, avec l'étude de Knafo & Sagiv (2004) et ajoutent des nouvelles relations (*Conformité*, *Bienveillance*, *Accomplissement* et *Sécurité*). La relation avec la valeur *Universalisme* observée dans l'étude de Sagiv (2002) trouve une correspondance partielle avec la présente étude. En effet, le type *Intellectuel* entretient des relations de directions opposées avec la valeur en question entre les parties du questionnaire. Cette ambivalence découle de la méthode de mesure d'intérêts différente qui caractérise la partie LIVAP et LIMET expliquée auparavant.

Les relations entre le type *Artistique* et les valeurs ont corroboré les résultats de Sagiv (2002). Seule la relation avec la valeur *Accomplissement* n'a pas trouvé de correspondance avec ce type d'intérêt, contrairement à l'étude de Knafo & Sagiv (2004). De plus, de nouvelles relations inattendues ont été mises en évidence par cette étude. Le type *Artistique* par définition est caractérisé par la préférence pour des environnements qui favorisent l'expression des idées, des sentiments et de la créativité. Il rejette donc toutes les activités et professions où des structures et des organisations rigides sont présentes. Ces descriptions sont soutenues par le rejet des valeurs *Conservation* et *Affirmation de soi* et par l'attrance pour les valeurs *Ouverture au changement*. En effet, les résultats démontrent des relations négatives d'intensité moyenne avec les valeurs *Engagement* et *Acceptation* des coutumes et idées préconisées et la subordination de l'individu (valeurs *Conformité* et *Tradition*) ainsi qu'avec les valeurs visant à modérer ses actions dans le but de ne pas contrarier les autres et de maintenir une certaine stabilité et ordre (valeurs *Conformité* et *Sécurité*). En revanche, des relations positives sont observées avec les valeurs *Hédonisme* et *Stimulation* exprimant le plaisir pour la nouveauté, la stimulation et la gratification personnelle.

Les intérêts du type *Social* sont liés avec les valeurs *Universalisme* et *Bienveillance* qui soulignent l'importance que la personne attribue au bien-être des autres. Les résultats confirment les observations de la littérature de même que la relation négative constatée par Knafo & Sagiv (2004) avec la valeur *Accomplissement*. La relation négative observée par Sagiv (2002) avec la valeur *Stimulation* n'a pas été relevée dans cette étude. En revanche, on observe des relations positives avec les valeurs *Conformisme* et *Hédonisme* ; cette relation est probablement liée à

l'importance de se modérer dans le but de ne pas blesser ou contrarier autrui que les personnes attribuent à cette valeur, doublée du plaisir qu'on tire de la réalisation de cet objectif. Enfin, une relation faible et négative est constatée entre la partie LIVAP et la valeur *Pouvoir*.

L'intérêt *Entrepreneurial* est celui avec les corrélations les plus fortes. En effet, les caractéristiques d'affirmation de soi, domination et persuasion d'autrui propre à ce type d'intérêt sont très présentes et confirmées par les valeurs *Pouvoir* et *Accomplissement* très corrélées avec cet intérêt. Inversement, une personne attirée par cet intérêt rejettera la valeur *Universalisme* qui est marquée par la tolérance, la protection de tous et l'idée d'un monde d'égalité et de justice. Ces résultats respectent la littérature consultée. En revanche, les relations constatées par l'étude de Sagiv (2002) avec les valeurs *Tradition* et *Hédonisme* n'ont pas été observées.

Enfin, le type d'intérêt *Conventionnel* qui donne de l'importance à l'ordre, aux règles, à l'autocontrôle et aux situations bien structurées corrèle avec toutes les valeurs qui reproduisent ces désirs et buts motivationnels. En effet, les valeurs appartenant au pôle *Conservation* (*Conformité*, *Tradition* et *Sécurité*) ainsi que la valeur *Pouvoir* sont très corrélées avec cet intérêt professionnel. On observe également une relation négative avec la valeur *Stimulation* qui incarne la recherche de nouveauté, d'excitation et de vie variée qui ne sont pas caractéristiques de l'intérêt *Conventionnel*. Tous ces constats confirment les observations de Sagiv (2002) mais contredisent l'étude de Knafo & Sagiv (2004) qui trouve une relation négative avec le type *Conventionnel* et la valeur *Pouvoir*. Cette grande différence entre les deux études est attribuable à l'échantillonnage et à la méthode utilisés pour résumer les intérêts de la population étudiée.

## Généralisation de l'étude

Comme observé par Roccas et al. (2002), l'étude de ces relations est difficilement généralisable en raison des spécificités des échantillons utilisés. Toutefois, les résultats obtenus par cette étude sont très positifs et encourageants. En effet, concernant l'étude des relations entre *Personnalité* et valeurs, Roccas et al. (2002) observent 31 corrélations significatives dans leurs études avec des étudiants israéliens. Toutes les 24 corrélations significatives en communes observées entre la présente étude et l'étude israélienne ont la même direction. Seuls 7 effets relevés par Roccas et al. (2002) n'ont pas été observés. Des 31 relations observées par Olver & Mooradian (2003) sur un échantillon d'étudiants, 23 ont été constatées ici, 7 n'ont pas trouvé de correspondance et seulement 1 corrélation d'intensité faible est opposée. Enfin, la méta-analyse de Fisher & Boer (2015) trouve 25 corrélations significatives supérieures à .10 ; 23 de ces relations ont été retrouvées par cette étude, et seulement deux relations n'ont pas été relevées. L'annexe 9 résume ces informations pour toutes les études de la littérature prises en considération dans cette recherche.

Le même constat de correspondance entre études est fait pour la relation entre les intérêts professionnels et les valeurs. La présente étude observe 14 relations communes parmi les 18 relations significatives observées par Sagiv (2002) dans son étude qui investiguait la relation entre valeur et intérêt sur un échantillon de 97 clients issus d'un centre de counseling de carrière israélien. De même, si on compare cette étude à celle de Knafo & Sagiv (2004), on observe que, sur les 17 corrélations significatives observées sur l'échantillon israélien, 11 relations sont communes avec la présente étude.

En guise de conclusion, on observe que les résultats de la présente recherche se rapprochent de différentes études, avec chacune des différences imputables soit aux échantillons, soit à la méthodologie utilisée. Le nombre de participants ainsi que la nation du déroulement de l'étude, l'âge moyen de l'échantillon et le type de population ne semblent pas influencer la relation entre les différents construits. Les relations observées se rapprochent le plus à l'étude de Sagiv (2002) pour les liens entre intérêts et valeurs, et à Roccas et al. (2002) concernant la relation

entre *Personnalité* et valeurs. Cette dernière diffère de la présente recherche sur l'âge moyen des participants, sur le type de population et la nation de passation. Étonnement, l'étude de Saroglu & Munoz-Garcia (2008) menée sur des étudiants espagnols (intuitivement plus proches de la culture européenne) se distancie le plus des résultats obtenus par la présente recherche. Ce constat ne représente pas une conclusion mais porte seulement à la lumière l'importance de poursuivre et d'analyser en profondeur l'influence de ces variables sociodémographiques (de la population) et méthodologiques (utilisation des instruments) sur les relations entre les valeurs et traits de personnalité et entre intérêts professionnels et valeurs.

## Conclusion

Comme on l'a largement vu au cours de ce travail, les individus utilisent leurs valeurs personnelles pour choisir et justifier leurs actions (Kluckhohn, 1951) et pour évaluer les personnes et les événements (Rockeach, 1968 ; Schwartz, 1992). Ainsi, les personnes identifient les opportunités pour exprimer leurs valeurs et atteindre des buts importants (Schwartz, 1992 ; Knafo & Sagiv, 2004). Les valeurs agissent donc comme points de référence de ce que les personnes considèrent comme important dans leur vie (Rockeach, 1968 ; Schwartz, 1992 ; Roccas et al. 2002). Partant de ce constat, le but de cette étude était d'explorer la relation entre les valeurs (ce que les personnes considèrent comme important), la personnalité (leur façon d'être) et les intérêts professionnels. Il s'agissait donc de comprendre si un trait de personnalité donné ou un intérêt professionnel particulier était lié à l'expression d'une valeur précise. Les résultats ont montré qu'imaginer une relation entre ces construits, qui résument les attitudes des personnes, est pertinent. Etre une personne très ouverte, curieuse, désireuse d'explorer des idées nouvelles et de vivre des expériences portera à donner de l'importance à des valeurs favorisant la nouveauté et les défis dans la vie (*Stimulation*) ainsi que la poursuite de ses propres objectifs en ayant la liberté de pensée et action (*Autonomie*). En revanche, cette même personne rejettera toute situation et contexte activant des valeurs où elle doit être soumise à des idées préconisées par la culture et être obéissante, dans le but de maintenir l'harmonie et la stabilité de la société et de ses relations. Ceci était seulement un constat issu de cette étude, mais exemplifie l'apport à la compréhension des personnes et surtout des interrelations entre la personnalité, les intérêts professionnels et les valeurs personnelles présentes à chaque moment chez un individu.

Comprendre qu'il existe une cohérence entre les différents moyens d'évaluer les attitudes d'une personne ouvre la porte à de nouveaux questionnements qui pourraient intéresser de études futures. Même si au niveau méthodologique, la présente étude diffère des recherches citées dans la littérature, les résultats sont cohérents et incitent à explorer la thématique en profondeur. En effet, entre les valeurs et la *Personnalité*, un des échantillons le plus différent (Roccas et al., 2002) était celui avec le

plus de relations en commun. De même, concernant la relation entre valeurs et *intérêts professionnels*, l'étude avec le plus de relations communes était celle avec la méthodologie et population la plus similaire.

Les futures recherches devraient investiguer ces constats plus en profondeur, de manière à clarifier l'influence de la culture, de la méthodologie et de l'échantillonnage sur ces relations. On pourrait ainsi comprendre si un profil de relation est propre à un pays et diffère dans un autre, ou si la culture d'un pays favorise des buts motivationnels (valeurs) et donc aussi l'expression des traits de personnalité et des intérêts professionnels caractéristiques. Enfin, il serait de grand intérêt de comprendre si ces relations sont stables à travers le temps et les contextes dans lesquels les individus vivent et, éventuellement, de comprendre comment ces construits interagissent entre eux pour modifier ces relations.

## Bibliographie

- Allport, G. W. & Odbert, H. (1936). Traitnames : a psycholexical study. *Psychological Monographs*, 47(1 Whole No. 211).
- Aluja, A., & García, L. F. (2004). Relationships between Big Five personality factors and values. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 32(7), 619-625.
- Berry, J. W. (2002). *Cross-cultural psychology: Research and applications*. Cambridge University Press.
- Bilsky, W., & Schwartz, S. H. (1994). Values and personality. *European journal of personality*, 8(3), 163-181.
- Cattell, R. B. (1943). The description of personality : basic traits resolved into clusters. *Journal of Abnormal and social Psychology*, 23, 476-507.
- Capel, R. (2013). Théories et techniques de base pour l'analyse de données en psychologie. *Inférence – analyse de puissance – tests d'hypothèse – prédiction linéaire simple et multiple (régression) – structuration de données multiples*. Université de Lausanne.
- Chataigne, C., & Guimond, S. (2014). *Psychologie des valeurs*. De Boeck.
- Chatman, J.A. (1991). Matching people and organisations : Selection and socialization in public accounting firms. *Administrative Science Quarterly*, 36, 459-484.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. (2th ed.). Hillsdale NJ : Erlbaum
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1985). *The NEO personality inventory*. Psychological Assessment Ressources Inc., Odessa
- Craighead, W. E., & Nemeroff, C. B. (Eds.). (2004). *The concise Corsini encyclopedia of psychology and behavioral science*. John Wiley & Sons.
- Dirilen-Gümüş, Ö., Cross, S. E., & Dönmez, A. (2012). Who voted for whom? Comparing supporters of Obama and McCain on value types and personality traits. *Journal of Applied Social Psychology*, 42(12), 2879-2900.

- Dollinger, S. J., Leong, F. T., & Ulicni, S. K. (1996). On traits and values: With special reference to openness to experience. *Journal of research in Personality*, 30(1), 23-41.
- Dupuis, M., Meier, E., Capel, R & Gendre, F. (2015). Measuring individuals' response quality in self-administrated psychological tests : an introduction to Gendre's functional method. *Frontiers in psychology*, 6 : 629.
- Eysenck, H. J., & Eysenck, M. W. (1985). *Personality and individual differences*. New York: Plenum Press.
- Feather, N. T. (1970). Educational choice and student attitudes in relation to terminal and instrumental values. *Australian Journal of Psychology*, 22(2), 127-144.
- Feather, N. T. (1975). *Values in education and society*. Free Press.
- Feather, N. T. (1982). Reasons for entering medical school in relation to value priorities and sex of student. *Journal of Occupational Psychology*, 55(2), 119-128.
- Fischer, R., & Boer, D. (2015). Motivational Basis of Personality Traits: A Meta-Analysis of Value-Personality Correlations. *Journal of personality*, 83(5), 491-510.
- Furnham, A. (1988). Values and vocational choice: A study of value differences in medical, nursing and psychology students. *Social Science & Medicine*, 26(6), 613-618.
- Gendre, F., Capel R. (2013). L.A.B.E.L. Liste d'Adjectifs Bipolaires et en Echelles de Likert. Manuel pratique (4<sup>ème</sup> éd.). *Institut de psychologie*, Université de Lausanne.
- Gendre, F., Capel, R., & Rossé, R. (2006) Manuel pratique INTERETS (LIVAP-LIMET). *Actualités psychologiques, Edition spéciale 2006,2*.
- Gendre, F., Capel, R., & Dupuis, M. (2011). I.V.P.G. Inventaire de Valeurs Professionnelles et Générales. Manuel pratique (3<sup>ème</sup> éd.). *Institut de psychologie*, Université de Lausanne.
- Goldberg, L. R. (1993). The structure of phenotypic personality traits. *American psychologist*, 48(1), 26.
- Gough, H.G., & Gendre, F. (1982). *Manuel de la liste d'adjectifs – Adjective Check List (A.C.L.)*. Paris : EAP.

- Grankvist, G., & Kajonius, P. (2015). Personality traits and values: a replication with a Swedish sample. *International Journal of Personality Psychology, 1*(1), 8-14.
- Herringer, L. G. (1998). Relating values and personality traits. *Psychological Reports, 83*(3), 953-954.
- Leyrit, H. (2015). L'inventaire des valeurs de Schwartz : un outil pédagogique pour l'orientation. Repéré à <http://www.innovation-pedagogique.fr/article251.html>.
- Hofstede, G. (1980). Motivation, leadership, and organization: do American theories apply abroad? *Organizational dynamics, 9*(1), 42-63.
- Kluckhohn, C. (1951). Values and value orientations in the theory of action. In T. Parsons & E. Shils (Eds.), *Toward a general theory of action*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Knafo, A., & Sagiv, L. (2004). Values and work environment: Mapping 32 occupations. *European Journal of Psychology of Education, 19*(3), 255-273.
- Licata, L., & Heine, A. (2012). Introduction à la psychologie interculturelle. De Boeck.
- Loehlin, J. C., McCrae, R. R., Costa, P. T., & John, O. P. (1998). Heritabilities of common and measure-specific components of the Big Five personality factors. *Journal of Research in Personality, 32*(4), 431-453.
- Lovejoy, A. O. (1950). Terminal and adjectival values. *The journal of Philosophy, 47*, 593-608.
- Luk, C. L., & Bond, M. H. (1993). Personality variation and values endorsement in Chinese university students. *Personality and Individual Differences, 14*(3), 429-437.
- Hills, M. D. (2002). Kluckhohn and Strodtbeck's values orientation theory. *Online readings in psychology and culture, 4*(4), 3.
- Holland, J. L., Fritzsche, B. A., & Powell, A. B. (1994). *Self-directed search: Technical manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Maio, G. R., Olson, J. M., Bernard, M. M., & Luke, M. A. (2003). Ideologies, values, attitudes, and behavior. Dans J. Delamater,

Handbook of social psychology (pp. 283-308). New York : Kluwer Academic.

- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1996). Toward a New Generation of Personality Theories: Theoretical Contexts for the Five-Factor Model. In J.S. Wiggins (Ed.): *The Five-Factor Model of Personality: Theoretical Perspectives*. Guilford, New York.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2003). *Personality in adulthood: A five-factor theory perspective*. Guilford, New York.
- Morchain, P. (2009). *Psychologie sociale des valeurs*. Dunod.
- Olver, J. M., & Mooradian, T. A. (2003). Personality traits and personal values: a conceptual and empirical integration. *Personality and individual differences*, 35(1), 109-125.
- Postman, L., Bruner, J. S., & McGinnies, E. (1948). Personal values as selective factors in perception. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 43(2), 142.
- Roccas, S., Sagiv, L., Schwartz, S. H., & Knafo, A. (2002). The big five personality factors and personal values. *Personality and social psychology bulletin*, 28(6), 789-801.
- Rokeach, M. (1968). *Beliefs, Attitudes and Values: A Theory of Organization and Change* by Milton Rokeach. Jossey-Bass.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values* (Vol. 438). New York: Free press.
- Olver, J. M., & Mooradian, T. A. (2003). Personality traits and personal values: a conceptual and empirical integration. *Personality and individual differences*, 35(1), 109-125.
- Parks-Leduc, L., Feldman, G., & Bardi, A. (2015). Personality Traits and Personal Values A Meta-Analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 19(1), 3-29.
- Sagiv, L. (2002). Vocational interests and basic values. *Journal of Career Assessment*, 10(2), 233-257.
- Saroglou, V., & Munoz – Garcia (2008). Individual differences in religion and spirituality: An issue of personality traits and/or values. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 47(1), 83-101.
- Schneider, B. (1987). The people make the place. *Personnel psychology*, 40(3), 437-453.

- Schwartz, S. H. (1996). Value Priorities and Behavior: Applying a theory of integrated value systems. In C. Seligman, J.M. Olson & M.P. Zanna (Eds.), *The psychology of values: The Ontario symposium*, volume 8(pp. 1-24). Mahwah, N.J. : Erlbaum.
- Schwartz, S. H. (2003). A proposal for measuring value orientations across nations. *Questionnaire Package of the European Social Survey*, 259-290.
- Schwartz, S. H. (2006). Les valeurs de base de la personne : théorie, mesures et applications. *Revue française de sociologie*, 47(4), pp. 929-968.
- Schwartz, S. H., & Bardi, A. (1997). Influences of adaptation to communist rule on value priorities in Eastern Europe. *Political Psychology*, 18, 385-410.
- Thomas, W. I., & Znaniecki, F. (1918). *The Polish peasant in Europe and America: Monograph of an immigrant group* (Vol. 2). University of Chicago Press.
- Valette-Florence, P. (1988). Analyse structurelle comparative des composantes des systèmes de valeurs selon Kahle et Rokeach. *Recherche et applications en marketing*, 3(1), 15-34.
- Vernon, P. E., & Allport, G. W. (1931). A test for personal values. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 26(3), 231.
- Wolfradt, U., & Dalbert, C. (2003). Personality, values and belief in a just world. *Personality and Individual Differences*, 35(8), 1911-1918.
- Zuckerman, M. (1991). *Psychobiology of personality*. Cambridge University Press.

# Annexes

## Annexe 1 : Exemple des items mesurant les valeurs selon Kluckhohn and Strodtbeck (Hills, 2002)

*I will ask you 25 questions. There are three possible answers to each questions. Please listen carefully to each question and then each of the three suggested answers to that question. I can play them again if you would like to listen to them again. We do not want your name.*

*There are no right or wrong answers to these questions – we want to know you you feel about them. Take as much time as you need to answer them.*

***Here is the first one.***

When our group sends a delegate to a meeting I think it best -

- a) to let everyone discuss it until everyone agrees on the person
- b) to let the important leaders decide. They have more experience than us
- c) for a vote to be taken and the one with the most votes goes even if some people disagree

*Now please tell me the answer which comes closest to the way you feel.*

*Now tell me the answer which is your second choice.*

***Thanks. Here's the next one...***

When I get sick I believe

- a) doctors will be able to find a way to cure it
- b) I should live properly so I don't get sick
- c) I cannot do much about it and just have to accept it

***Here's the third...***

Most people when they can do something wrong and get away with it will -

- a) usually do it
- b) sometimes do it
- c) hardly ever do it

***The fourth question is...***

When I send money for use overseas I think it should be spent to -

- a) make a better life for the future
- b) make a better life now
- c) keep the old ways and customs alive

***Relational***

*Collateral*

*Lineal*

*Individualistic*

***Humanity & Nature***

*Mastery*

*Harmony*

*Subjugation*

***Human Nature***

*Evil*

*Mixture*

*Good*

***Time***

*Future*

*Present*

*Past*

Annexe 2 : Valeurs terminales vs. Valeurs instrumentales (Valette-Florence, 1988)

Valeurs terminales	Valeurs instrumentales
Une vie aisée (une vie prospère)	Ambitieux (travailleur, qui désire réussir)
Une vie passionnante (une vie stimulante et active)	Large d'esprit (à l'esprit ouvert)
Un sentiment d'accomplissement (contribution durable)	Capable (compétent, efficace)
Un monde en paix (sans guerre ni conflit)	Gai (enjoué, joyeux)
Un monde de beauté (de la nature et des arts)	Propre (bien tenu, soigneux)
L'égalité (fraternité, égalité des chances pour tous)	Courageux (prêt à défendre ses valeurs)
La sécurité familiale (en prenant soin de ceux qu'on aime)	Indulgent (qui accepte de pardonner autrui)
La liberté (indépendance, libre choix)	Serviable (qui œuvre pour le bien des autres)
Le bonheur (satisfaction)	Honnête (sincère, franc)
L'harmonie intime (absence de conflit intérieur)	Imaginatif (audacieux, créatif)
La plénitude amoureuse (intimité sexuelle et spirituelle)	Indépendant (sûr de soi, autonome)
La sécurité nationale (protection contre une attaque)	Intellectuel (intelligent, réfléchi)
Le plaisir (une vie agréable et menée sans hâte)	Logique (cohérent, rationnel)
Le salut (sauvé pour la vie éternelle)	Aimant (affectueux, tendre)
Le respect de soi (estime de soi)	Obéissant (défèrent, respectueux)
Un statut social reconnu (respect, admiration)	Poli (courtois, bien élevé)
L'amitié authentique (camaraderie étroite)	Responsable (sur qui on peut compter, fiable)
La sagesse (une compréhension réfléchie de la vie)	Maître de soi (mesuré, autodiscipliné)

### Annexe 3 : Echelles externes de l'instrument LABEL

*Maturité psychosociale* : la dimension est en relation avec l'équilibre, la stabilité et la désirabilité sociale. Elle se caractérise par la valorisation d'adjectifs ayant des connotations sociales et culturelles favorables. En d'autres mots, d'adaptation, de maturité, d'assurance, de confiance en soi, de sociabilité, d'ambition, etc.

Les mots-clés qui composent un score élevé à cette échelle sont les suivants : mûr, responsable, adapté, stable, tolérant, chaleureux. Au contraire, les personnes ayant un score faible manquent de confiance en elles-mêmes, sont anxieuses, pessimistes et se décrivent plutôt comme distantes, découragées, distraites, immatures, irresponsables, irritables et fragiles.

*Extraversion vs Introversion* : dimension en relation avec le dynamisme, l'autorité et l'esprit d'entreprise. Elle se caractérise par la valorisation d'adjectifs ayant des connotations d'activité, d'audace, d'expansion et de domination. Les personnes qui valorisent l'*Extraversion* se soucient peu des règles établies, pas plus que des sentiments d'autrui et se décrivent comme directives, audacieuses, énergiques, bavardes et remuantes. Inversement, les personnes résultant comme introverties font preuve de prudence dans les rencontres inter-personnelles, cherchent à éviter les conflits et se montrent conciliantes et tolérantes. Les personnes introverties se décriront avec des adjectifs comme calmes, discrètes, réservées, timides et silencieuses.

*Stéréotype masculin vs féminin* : cette dimension est en relation avec les stéréotypes traditionnels masculin/féminin et les rôles sexuels dérivés. Le stéréotype masculin se caractérise par la valorisation d'adjectifs ayant des connotations de force, d'ambition et de logique tels que combattif, logique, fort, ingénieux, flegmatique. Ainsi, le stéréotype féminin se caractérise par la sensibilité, la tendresse, la diplomatie et la coopération. Une personne valorisant ce pôle utilisera des mots du type : émotif, féminin, sentimental, spontané, capricieux.

*Conformisme vs originalité* : cette dimension est caractéristique d'une nature consciencieuse très liée au sens de l'organisation et au sérieux. Les adjectifs valorisés dans cette échelle seront de l'ordre de la précision, de la méthode, de l'investissement des valeurs de travail, de la docilité et de la raison. Plus particulièrement, les personnes se décrivant comme conformistes utiliseront des adjectifs tels que: consciencieux, conservateur, méthodique, précis et économe. Inversement, pour quelqu'un avec une personnalité plus originale, les adjectifs découleront du registre suivant : compliqué, idéaliste, imaginaire, individualiste, sensible.

*Tension vs décontraction* : cette dimension est en relation avec la tension, l'agressivité et le stress. Les personnes se décrivant comme tendues ne savent pas prendre la vie comme elle vient et sont constamment engagées dans un combat. Elles valorisent les adjectifs comme : agressive, combative, exigeante, intolérante, tendue, vindicative et crispée. D'un autre côté, les personnes se décrivant comme décontractées seront moins : ambitieuse, plus insouciant et surtout plus facile à vivre. Ces dernières valorisent des adjectifs tels que charmante, insouciant, flâneuse, décontractée et inconstante.

*Rationalité vs expressivité* : cette dimension est en relation avec la logique froide, la réflexion et l'autonomie, par opposition à un mode plus chaleureux. La première description rend compte d'une personne qui privilégie la raison sur le cœur et fonde son action sur le raisonnement et la logique, poursuivant ses objectifs avec rigueur, méthode et persévérance. Les adjectifs valorisés seront : indépendante, intelligente, logique, méthodique, peu émotive et prévoyante. D'un autre côté, la personne se décrivant comme expressive est plus orientée vers les plaisirs concrets et l'expression libre des sentiments. Elle aime la fête et la bonne chère, la compagnie d'autrui et plus spécialement celle du sexe opposé. Les adjectifs utilisés pour se décrire seront par exemple : affectueuse, reconnaissante, flirteuse, joviale, amicale et sympathique.

#### **Annexe 4 : Echelles fondamentales LIVAP de l'instrument LIVAP/LIMET**

*Stéréotype masculin (vs stéréotype féminin)* : ce facteur met en valeur l'utilisation de la force physique et les aptitudes spatiales et manuelles. Il implique des intérêts au sens du stéréotype masculin ainsi que le plaisir de s'affirmer et éventuellement de diriger. Inversement, une personne ayant des scores faibles à cette échelle valorise des activités moins physiques et qui ont un lien avec les relations sociales ainsi qu'à certaines préoccupations d'ordre esthétique.

*Innovation et Art (vs Conservation)* : cette dimension valorise les intérêts artistiques, la créativité, les capacités verbales ainsi que l'imagination. Les activités conventionnelles vont dans le sens contraire à l'échelle, comme aussi les activités de rangement et de classement.

*Management (vs Social)* : cette échelle valorise l'esprit d'entreprise, le goût de l'autorité, de la persuasion et de l'influence. Des scores faibles à cette échelle signifient que la personne valorise des activités plus altruistes ou plus généralement moins prestigieuses.

*Recherche (vs Contact)* : les intérêts scientifiques, les capacités numériques et éventuellement de l'intérêt pour l'informatique sont valorisés par cette échelle. Inversement, des scores faibles à cette échelle impliquent le goût des échanges interpersonnels et pour des activités peu intellectuelles ou de contact.

*Soins-Protection* : d'un côté, cette échelle valorise le goût des relations humaines et des intérêts sociaux, avec une forte tendance à vouloir protéger, aider et guider autrui, comme aussi l'encadrement et la protection des biens et des personnes. D'un autre côté, un score faible à cette échelle valorise des activités plus pragmatiques en relation avec la production de biens ou de services.

*Habilité manuelle (vs Résolution des problèmes)* : la dextérité manuelle, les activités de l'artisanat comme aussi le sens de l'esthétique sont valorisés par cette échelle. En revanche, les personnes ayant un score faible à cette échelle, valorisent les activités créatives mais dans le sens intellectuel du terme.

*Travail à l'intérieur (vs extérieur)* : cette dimension est en relation avec l'environnement physique dans lequel s'effectue le travail, à l'intérieur, à l'abri dans un bureau par exemple ou à l'extérieur, soumis aux variations climatiques.

## Annexe 5 : Echelles fondamentales LIMET de l'instrument LIVAP/LIMET

Sept échelles fondamentales fournissent l'information sur les préférences des utilisateurs quant à ce qu'ils aimeraient être au niveau professionnel.

*Niveau – Prestige* : les professions prestigieuses et exigeantes en termes de formation sont valorisées.

*Personnes (vs Choses)* : cette dimension mesure la tendance à préférer travailler avec des personnes plutôt qu'avec des objets. Le contact, les relations humaines, les tendances altruistes sont très marqués. Une personne qui valorise le côté *choses* préfère des contacts plus étroits avec la matière et le monde des objets, outre à une attitude généralement plus individualiste.

*Artistique* : attrait marqué pour la dimension artistique des professions composant l'instrument. La créativité, l'innovation comme aussi le sens de l'esthétique sont des éléments importants. La dimension artistique est également associable avec une certaine sensorialité souvent associée au rejet des travaux routiniers et scolaires, ainsi qu'avec la présence d'une personnalité originale. Inversement, une personne qui ne valorise pas cette échelle est plus attirée par des professions avec un caractère technique et/ou instrumental.

*Commerce – Entreprise* : tendance à rechercher des situations impliquant la conduite des affaires, le commerce et le management (gestion des biens et des personnes). En rapport avec des intérêts pour la vente, la persuasion, le goût du risque, la direction, l'esprit d'entreprise, en général pour le pouvoir. Un score faible à cette échelle indique que la personne préfère des situation subordonnées ou dépendantes.

*Soins – Protection (vs. Bureau)* : cette dimension rend compte de l'attrance pour les activités qui consistent à s'occuper d'autrui, à prodiguer des soins ou à « réparer » dans un sens très général. Inversement, le pôle *bureau* implique des aptitudes et des intérêts spécifiques pour l'ordre et les chiffres. Ainsi, cette dimension valorise un environnement bien structuré.

*Intérieur (vs Extérieur)* : signifié très proche de l'échelle LIVAP, c'est la tendance à préférer les travaux s'effectuant à l'intérieur, dans des espaces protégés des intempéries. Cette dimension est en outre en relation avec l'opposition sédentarité et besoin de sécurité vs besoin de liberté et de mouvement.

*Travail à l'écran* : attirance pour des activités en relation avec le monde de l'informatique.

## Annexe 6 : Commentaires des relations observées entre les échelles fondamentales de l'instrument LABEL et les valeurs

**Tableau a.** Tableau des corrélations entre valeurs et échelles fondamentales de l'instrument LABEL.

Echelles fondamentales LABEL	Valeurs IVPG									
	Hédonisme	Stimulation	Autonomie	Universalisme	Bienveillance	Tradition	Conformisme	Sécurité	Pouvoir	Réalisation
Maturité	.08	.01	.08	.26	.35	.19	.22	.11	.02	.09
Extraversion vs Introversion	.19	.41	.36	-.20	-.13	-.34	-.35	-.08	.28	.35
Stéréotype masc. vs fem.	-.22	.07	.30	-.10	-.11	-.09	-.16	-.12	.20	.41
Conformisme vs Originalité	-.09	-.27	-.27	-.03	.22	.41	.43	.44	.19	-.02
Tension vs Décontraction	-.13	-.07	.02	-.09	-.05	.17	.11	.18	.22	.20
Rationalité vs Expressivité	-.25	.06	.36	.02	-.18	.01	-.12	-.16	.12	.41

n = 273

- L'échelle *Maturité* est caractérisée par une valorisation des attributs sociaux et culturels. Elle corrèle positivement et avec une intensité moyenne avec les valeurs appartenant au pôle du circumplex qui donne de l'importance au bien-être et aux intérêts des autres (*Transcendance de soi*). De plus, cette échelle est liée aux valeurs *Tradition* et *Conformisme*.
- L'échelle *Extraversion* de l'instrument obtient des corrélations proches à celles du modèle Big-Five. En effet, des relations fortes sont observées avec les valeurs *Stimulation* et *Autonomie*, ces dernières appartenant au pôle *Ouverture au Changement* du circumplex, et avec *Pouvoir* et *Réalisation*, valeurs qui privilégient l'affirmation de soi. Le côté insouciant des règles établies, caractéristique de l'échelle *Extraversion*, pourrait être la cause des corrélations négatives avec les valeurs de *Tradition* et *Conformisme*.
- *Stéréotype Masculin* est une échelle du LABEL qui corrèle avec les valeurs *Pouvoir* et surtout *Réalisation* appartenant au pôle *Affirmation de soi* du circumplex. Les autres relations significatives ne considèrent pas des autres pôles mais des valeurs isolées qui

expriment les stéréotypes traditionnels masculins comme la valeur *Autonomie* ou la dévalorisation de *l'Hédonisme*.

- L'échelle *Conformisme* caractérisée par l'organisation, la méthode et une nature très consciencieuse est liée fortement au pôle des valeurs appartenant à la *Conservation*. Ces fortes relations continuent vers l'extérieur du circumplex, atteignant les valeurs de *Bienveillance* et *Pouvoir* pour disparaître après. Des relations négatives sont également observées avec les valeurs *Stimulation* et *Autonomie* appartenant au pôle opposé.
- Une personne qui valorise l'échelle *Tension* valorisera ainsi les pôles de *Conservation* et *Affirmation de soi*. En effet, les personnes valorisant cette échelle, constamment en tension et favorables au combat au sens figuré, valorisent les intérêts individuels et le statu-quo des choses.
- L'échelle *Rationalité* (vs. *Expressivité*) ne corrèle pas avec un pôle particulier du circumplex mais plutôt avec des valeurs singulières. Une personne valorisant cette échelle se décrira comme quelqu'un privilégiant la logique au cœur ; l'indépendance et la persévérance seront fondamentales ainsi que la poursuite rigoureuse des objectifs. Ce de fait, des valeurs comme *Réalisation* et *Autonomie* sont fortement corrélées avec ce trait de personnalité, ainsi que les valeurs *Hédonisme*, *Bienveillance* et *Sécurité* seront plus liées au côté *Expressivité* de l'échelle.

## Annexe 7 : Commentaires des relations observées entre les échelles fondamentales de la partie LIVAP et les valeurs

**Tableau b.** Tableau des corrélations entre valeurs et échelles fondamentales de l'instrument LIVAP.

Echelles fondamentales LIVAP	Valeurs IVPG									
	Hédonisme	Stimulation	Autonomie	Universalisme	Bienveillance	Tradition	Conformisme	Sécurité	Pouvoir	Réalisation
Stéréotype masculin	-.30	.01	.22	-.30	-.25	-.13	-.21	-.08	.29	.43
Innovation & Art	.13	.28	.20	.02	-.14	-.44	-.43	-.42	-.19	-.02
Management	.08	.22	.12	-.35	-.11	-.19	-.18	.16	.46	.35
Recherche	-.32	-.07	.24	.09	-.18	-.01	-.13	-.27	-.06	.23
Soins-Protection	.02	.03	.05	.01	.10	.02	.03	.04	.06	.08
Habilité Manuelle	.28	.19	.00	.10	.05	-.10	-.05	-.03	-.08	-.12
Travail à l'intérieur	-.20	-.14	-.16	-.27	-.13	-.06	-.06	.04	.12	.02

n = 273

- Les intérêts appartenant à l'échelle *Stéréotype masculin* rejettent les valeurs centrées vers les autres comme *Universalisme* et *Bienveillance* et favorisent plutôt l'affirmation de soi. Le plaisir d'affirmation qui caractérise cette échelle porte avec soi un esprit d'abnégation (corrélation négative de la valeur *Hédonisme*) ainsi qu'un rejet de la valeur *Conformisme*.
- L'échelle *Innovation et Art*, valorisant la créativité et l'imagination, corrèle négativement avec une intensité élevée avec les valeurs appartenant au pôle *Conservation* du circumplex. Cependant, les intérêts appartenant à cette échelle sont proches des valeurs d'*Ouverture au changement*.
- *Management*, échelle valorisant l'esprit d'entreprise, le goût d'autorité et de la persuasion corrèle logiquement avec les valeurs exprimant ces caractéristiques. En effet, le pôle *Affirmation de soi* est très représenté ainsi que la valeur *Stimulation*. Un léger rejet du pôle *Conservation* est aussi présent.
- L'intérêt scientifique et les activités intellectuelles sont valorisés par l'échelle *Recherche*. Cette dernière est liée aux valeurs *Autonomie* et

*Réalisation* qui expriment l'indépendance de la pensée et la réalisation personnelle, caractéristiques du milieu scientifique.

- Etonnement, l'échelle Soins-Protection n'entretient pas des relations significatives avec les valeurs.
- Les valeurs *Hédonisme* et *Stimulation* sont liées à l'échelle d'intérêt *Habilité manuelle*. Cette échelle, valorisant le sens de l'esthétique et les activités créatives, trouve ses relations dans des valeurs proches au pôle d'*Ouverture au changement*.
- L'échelle travail à l'intérieur est valorisée par des personnes qui préfèrent travailler à l'intérieur et pratiquer des activités bureautiques. Ce sont des activités plus conventionnelles et donc aussi moins axées vers extérieur. Pour ces raisons des relations négatives avec les valeurs *Universalisme* et *Hédonisme* sont observées.

## Annexe 8 : Commentaires des relations observées entre les échelles fondamentales de la partie LIMET et les valeurs

**Tableau c.** Tableau des corrélations entre valeurs et échelles fondamentales de l'instrument LIMET.

Echelles fondamentales LIMET	Valeurs IVPG									
	Hédonisme	Stimulation	Autonomie	Universalisme	Bienveillance	Tradition	Conformisme	Sécurité	Pouvoir	Réalisation
Niveau-Prestige	.31	.00	.23	-.14	-.25	-.21	-.30	-.30	.06	.32
Personnes	.02	-.09	-.12	.10	.16	.10	.14	.07	-.07	-.12
Artistique	.20	.23	.13	.10	-.08	-.28	-.27	-.27	-.19	-.10
Commerce-Entreprise	.16	.10	-.04	-.14	.01	-.04	-.00	.19	.21	.04
Soins prot. Vs Bureau	.15	.02	-.02	.21	.13	.03	.06	-.07	-.21	-.18
Intérieur vs extérieur	-.08	-.13	-.15	-.10	.06	.16	.17	.21	.14	.01
Travail à l'écran	-.04	.03	.05	-.09	-.06	-.03	-.04	.03	.15	.14

n = 273

Valoriser des intérêts pour le niveau et prestige que la personne peut atteindre à travers une profession porte ainsi à accorder de l'importance aux valeurs *Réalisation*, *Autonomie* et *Hédonisme*. Concernant ce dernier, suite à sa nature double entre le pôle *Ouverture au changement* et *Affirmation de soi*, on prévoit que soit ce dernier pôle à influencer le plus cette relation positive. Poursuivre cet intérêt amène aussi à ne pas valoriser les valeurs appartenant au pôle *Transcendance de soi* et *Conservation*.

- L'échelle *Personne vs Choses* mesure l'attraction pour travailler avec les personnes plutôt qu'avec les objets. Les tendances altruistes sont marquées, la corrélation avec la valeur *Bienveillance* semble donc pertinente.
- Les intérêts du type *Artistique* favorisant la créativité et le sens de l'esthétique corrélient avec les valeurs du pôle *Ouverture au changement* du circumplex. De même, cet intérêt rejette des relations avec le pôle *Conservation* et la valeur *Pouvoir*.
- L'intérêt *Commerce-Entreprise* ne montre pas des relations marquées avec les valeurs. On observe de manière cohérente avec les caractéristiques de goût pour la vente, la persuasion et la

direction des relations avec les valeurs de *Sécurité* et *Pouvoir* ainsi qu'un rejet de la valeur *Universalisme*.

- L'échelle Soins-Protection exemplifie le rapport d'opposition entre le pôle du circumplex *Transcendance de soi* et le pôle Affirmation de soi. En effet, les relations existantes entre cette échelle et les valeurs sont comprises positivement avec la valeur *Universalisme* et négativement avec *Pouvoir* et *Réalisation*.
- Les personnes valorisant les métiers participant à la construction de l'échelle *Intérieur vs Extérieur* valorisent également les valeurs de *Conservation* comme *Tradition*, *Conformité* et *Sécurité*.
- L'échelle Travail à l'écran ne montre aucune relation significative.

## Annexe 9 : Détails de la littérature et comparaison des relations communes avec la présente étude

**Tableau d.** Tableau récapitulatif des études prises en considération lors de cette recherche.

	Luk & Bond (1993)	Roccas et al. (2002)	Olver & Mooradian (2003)	Saroglu & Munoz – Garcia (2008)	Dirilen, Cross & Dönmez (2012)	Fisher & Boer (2015)	Grankvist & Kajonius (2015)
N	114	246	255	256	278	9935	243
Age M	19	22	-	22	23	24,5	26
Mesure de la personnalité	NEO	NEO	NEO	NEO	BFI	Divers	BFI
Mesure des valeurs	SVS	SVS	SVS	SVS	PVQ	SVS/PVQ	PVQ
Nation	Chine	Israël	-	Espagne	Etats-Unis	14 nations	Suède
Echantillon	Etu	Etu	Etu	Etu	Pop mixte	Pop mixte	Etu
Corrélation de même direction que cette étude	14	24	23	12	15	23	19
Effet non trouvé comparé à l'étude	6	7	7	4	1	2	6
Effet opposé	1	-	1	4	-	-	2

*Note.* BFI = Big Five Inventory ; NEO = Neuroticism, Extraversion and Openness to Experience ; SVS = Schwartz Value Survey ; PVQ = Portrait Values Questionnaires.