

COMPÉTENCE ET AGENTISME DANS LE JUGEMENT SOCIAL

Antonin Carrier *et al.*

Presses univ. de Grenoble | *Revue internationale de psychologie sociale*

**2014/1 - Tome 27
pages 95 à 125**

ISSN 0992-986X

Article disponible en ligne à l'adresse:

<http://www.cairn.info/revue-internationale-de-psychologie-sociale-2014-1-page-95.htm>

Pour citer cet article :

Carrier Antonin *et al.*, « Compétence et agentisme dans le jugement social »,
Revue internationale de psychologie sociale, 2014/1 Tome 27, p. 95-125.

Distribution électronique Cairn.info pour Presses univ. de Grenoble.

© Presses univ. de Grenoble. Tous droits réservés pour tous pays.

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

Compétence et agentisme dans le jugement social

Competence and agency in social judgment

*Antonin Carrier**

*Eva Louvet**

*Odile Robmer**

Résumé

Il existe un consensus à propos de la structure bidimensionnelle du jugement social. Ces deux dimensions ont reçu de nombreuses dénominations, telle que agentisme-communalité ou compétence-chaleur. Les concepts d'agentisme et de compétence tels qu'ils existent dans la littérature sur le jugement social semblent pourtant renvoyer à des réalités bien différentes et non à de simples dénominations interchangeables d'une même dimension. Un inventaire des traits utilisés dans les courants agentisme-communalité et compétence-chaleur confirme globalement ce constat. L'étude présentée dans cet article reprend les traits issus de cet inventaire et montre que l'agentisme et la compétence tendent à émerger spontanément comme deux registres distincts dans la perception sociale. Cette distinction s'est notamment avérée utile pour comprendre la perception du statut social. Nos données ont révélé que les cibles de haut statut se distinguaient davantage des cibles de bas

Abstract

There is a broad consensus about the bidimensional structure of social judgment. These two dimensions have received various designations, such as agency-communion or competence-warmth. However, the concepts of agency and competence as presented in literature on social judgment seem to reflect different realities rather than simple interchangeable designations of the same dimension. An inventory of the traits used in agency-communion and competence-warmth models is broadly in line with this conclusion. The study presented in this article uses traits from this inventory and shows that agency and competence emerge spontaneously as two distinct components in social judgment. This distinction has proven to be useful in the understanding of social status perception. Our findings showed that the difference between high and low status targets is higher for agency than competence. Moreover, results indicated that the communion-warmth dimension is uncorrelated with competence but

Mots-clés

Jugement social,
agentisme,
compétence, statut
social

Key-words

Social judgment,
agency, competence,
social status

*Université de Strasbourg, 12, Rue Goethe, 67000 Strasbourg. E-mail: antonin.carrier@gmail.com; eva.louvet@unistra.fr; Odile.Rohmer@unistra.fr

statut par leur agentisme que par leur compétence. Par ailleurs, la dimension communalité/chaleur n'était pas corrélée à la compétence alors qu'elle était corrélée négativement à l'agentisme. Ces résultats soulignent l'importance de tenir compte de la diversité des contenus renfermés dans chacune des dimensions du jugement.

negatively correlated with agency. These results highlight the importance of recognizing each dimension's content diversity.

Lorsque nous jugeons ou percevons une personne ou un groupe, nous nous intéressons surtout à ses qualités et à ses défauts, à ses forces et à ses faiblesses. Notre objectif est de nous forger rapidement une impression qui nous permet d'anticiper efficacement des interactions futures, réelles ou imaginées (Beauvois, 1995; Fiske, 1992). Depuis plusieurs décennies déjà, les recherches ont montré que ces jugements s'appuient sur deux dimensions (Beauvois, 1995; Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002; Reeder & Brewer, 1979; Rosenberg, Nelson, & Vivekananthan, 1968; Wojciszke, 1994), récemment appelées *Big Two* (Abele & Wojciszke, 2013; Paulhus & Trapnell, 2008). La première dimension reflète les qualités sociales et morales de la personne (elle est sympathique, honnête vs. froide, hypocrite) alors que la seconde évoque ses motivations ou ses capacités à réaliser ses objectifs (elle est compétente, déterminée vs. incompétente, paresseuse). On retrouve ces deux dimensions bien au-delà des recherches sur le jugement social, comme par exemple dans le champ de la personnalité (Digman, 1997; Leary, 1957; Wiggins, 1979), des différences interculturelles (Markus & Kitayama, 1991), des valeurs (Trapnell & Paulhus, 2012) ou des motivations fondamentales (Horowitz & Wilson, 2006). Une grande diversité de modèles bidimensionnels se retrouve également au sein même des recherches sur le jugement social. Les deux modèles les plus cités dans le domaine du jugement social nomment ces deux dimensions chaleur vs. compétence dans le champ de la perception des groupes sociaux (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002) et communalité vs. agentisme dans le champ de la perception des personnes (Abele & Wojciszke, 2007; Bakan, 1966). Afin de rester neutres, nous adopterons comme d'autres

COMPÉTENCE ET AGENTISME DANS LE JUGEMENT SOCIAL



(Hall, Coats, & LeBeau, 2005; Locke, 2003) les intitulés de «dimension horizontale» pour désigner la dimension chaleur-communalité et de «dimension verticale» pour désigner la dimension compétence-agentisme.

Récemment, des recherches ont suggéré que la dimension horizontale pouvait être décomposée en deux sous-dimensions: la moralité et la sociabilité (Brambilla, Rusconi, Sacchi, & Cherubini, 2011; Leach, Ellemers, & Barreto, 2007). Ces recherches ont notamment montré que la moralité avait plus d'importance dans l'évaluation des individus du groupe d'appartenance que la sociabilité. Une telle décomposition n'a pas encore trouvé d'équivalent pour la dimension verticale. Il semble pourtant que ce soit le contenu, l'opérationnalisation et l'interprétation de cette dernière qui témoignent le plus de disparités (Abele, Cuddy, Judd, & Yzerbyt, 2008; Cuddy, Fiske, & Glick, 2008). L'objectif de ce travail est de questionner la pertinence d'une décomposition de la dimension verticale en plusieurs sous-dimensions. Il s'agira plus précisément d'étudier la possibilité que les registres d'agentisme et de compétence aient des rôles différents dans le jugement social.

L'interprétation de la dimension verticale en termes de compétence

Dans le modèle «chaleur - compétence» proposé par Fiske et ses collègues (Fiske et al., 2002), les deux dimensions du jugement se rapportent aux deux questions qui s'imposent lorsqu'on est confronté à autrui: a-t-il de bonnes ou de mauvaises intentions à mon égard, et est-il capable de réaliser ces intentions? La première question permet de positionner la cible sur la dimension de chaleur: est-elle amicale, chaleureuse ou est-elle au contraire froide et hostile? Vient ensuite la seconde question, qui permet de positionner la cible sur la dimension de compétence: est-elle ou non compétente et efficace lorsqu'elle veut réaliser ses objectifs? Selon cette approche, la perception serait avant tout pragmatique (Fiske, 1992; Peeters & Czapinski, 1990; Zebrowitz & Collins, 1997). Ce qui importe n'est pas tant d'avoir accès à une vérité sur l'objet de perception que de savoir quelle action adopter. C'est la raison pour laquelle la question de la

chaleur vient en premier : connaître les intentions d'autrui a une grande valeur adaptative puisque cela nous permet de savoir si nous devons l'éviter ou l'approcher (Peeters, 1992 ; Wojciszke, 2005). Quant à la question de la compétence, elle ne vient qu'après parce que ses implications dépendent de la réponse à la question de la chaleur. Par exemple, une personne hostile ne suscitera plus vraiment notre méfiance dès lors que l'on sait qu'elle n'a pas les capacités de nous nuire. Le rôle de la compétence dans le jugement serait donc subordonné à celui de la chaleur.

Cette conception instrumentale de la dimension verticale est assez explicite chez Wojciszke (1994) lorsqu'il demande à ses participants d'évaluer une personne connue par la réalisation d'une action morale ou immorale (dimension chaleur), qui a réussi ou qui a échoué : la moralité de la personne est évaluée au regard des fins visées par l'acteur et sa compétence est inférée à partir de la réussite ou de l'échec de son action. Ici, la compétence semble donc bien se référer à la question des moyens, alors que la chaleur se réfère à la question des fins. D'autres études ont assez directement suggéré que la compétence relevait bien du domaine des moyens et non des fins. Par exemple, il a été montré que la valence générale d'une impression dépend de la chaleur de la cible alors que l'extrémité du jugement dépend de sa compétence. Une personne chaleureuse est toujours perçue positivement, et ce d'autant plus qu'elle est compétente. A contrario, une personne froide ou hostile est toujours perçue négativement, et ce d'autant plus qu'elle est compétente, cette compétence signifiant que la cible est capable de nuire (Vonk, 1996 ; Wojciszke, Bazinska, & Jaworski, 1998). Du point de vue du percevant, la compétence n'est donc ni positive, ni négative en elle-même. Elle ne fait qu'accentuer les effets de la chaleur sur les impressions. La compétence apparaît donc comme un ensemble de ressources ayant une valeur instrumentale dans la réalisation des intentions ou des objectifs.



Une deuxième interprétation de la dimension verticale : l'agentisme

Les tenants de l'approche agentisme - communalité (Abele & Wojciszke, 2007) définissent les deux dimensions du jugement en référence aux écrits fondateurs de Bakan (1966). Ce philosophe a introduit les concepts d'agentisme et de communalité pour désigner ce qu'il considérait comme les deux modalités fondamentales d'existence des organismes vivants. Selon Bakan, l'agentisme se réfère au mode d'existence d'un organisme en tant qu'individu séparé. L'agentisme se manifeste par la différenciation, le contrôle et par l'affirmation et l'expansion du soi. La communalité serait quant à elle le reflet de l'existence d'un organisme en tant que membre d'un collectif. Elle se manifeste alors par le sens de l'unité et de la coopération avec les autres individus. L'agentisme et la communalité se sont révélés dans de nombreux domaines de la psychologie comme deux principes organisateurs très généraux des phénomènes humains, qu'il s'agisse des valeurs (Trapnell & Paulhus, 2012), des motivations fondamentales (Hogan, 1982; Horowitz et al., 2006), des traits de personnalité (Wiggins, 1979), des stéréotypes de genre (Conway & Vartanian, 2000; Eagly & Steffen, 1984) ou encore des comportements interpersonnels (Leary, 1957). L'agentisme reflète une orientation vers le soi alors que la communalité reflète une orientation vers autrui (Helgeson, 1994). Telle qu'elle est conçue, la communalité partage beaucoup de points communs avec le concept de chaleur défini plus haut, les deux concepts reflétant une même préoccupation pour la préservation d'une relation harmonieuse et coopérative avec autrui. Une telle convergence n'est pas aussi évidente pour les concepts d'agentisme et de compétence.

Pour Bakan (1966), l'agentisme fait référence à un déploiement d'énergie orienté vers l'avancement du soi. Ce caractère fondamentalement dynamique de l'agentisme tranche assez clairement avec le caractère statique de la compétence, définie comme un ensemble de ressources. La nature même de la compétence n'est pas de tendre vers quelque chose mais d'être disponible, utilisable pour réaliser des intentions qui, elles, tendent vers quelque chose. Si l'on s'en tient à cette définition, l'agentisme semble se

distinguer assez clairement de la compétence : par opposition à l'agentisme, la compétence n'est porteuse d'aucune intentionnalité, d'aucune visée propre. Elle appartient au domaine des moyens et non des fins.

À partir de ces conceptualisations de l'agentisme et de la compétence, il est possible de reformuler la question de la relation entre la dimension verticale et la dimension horizontale.

La relation entre les deux dimensions : orthogonalité vs. relation négative

Dans l'approche chaleur-compétence, les deux dimensions sont théorisées comme orthogonales. Pour justifier ce postulat, les auteurs ont avancé l'argument selon lequel les intentions (dans cette approche, la dimension chaleur) et les capacités que la personne est susceptible de mobiliser pour réaliser ces intentions (la compétence) sont deux propriétés indépendantes d'une même action (Cuddy et al., 2008). L'intention d'un individu à réaliser tel ou tel but ne dit en effet rien sur sa capacité à le faire et inversement, sa capacité à réaliser quelque chose ne dit rien sur son intention de le faire (Wojciszke, 1994). De nombreuses études sur la perception des groupes sociaux ont largement étayé ce postulat d'orthogonalité entre la chaleur et la compétence (Cuddy et al., 2009 ; Cuddy, Fiske, & Glick, 2007).

Bakan (1966) a, au contraire, théorisé d'emblée une tension entre l'agentisme et la communalité. À la manière de deux vases communicants, l'expression de la première dimension aurait tendance à être d'autant plus forte que l'expression de la seconde est faible, d'où la nécessité morale de trouver le point d'équilibre où l'agentisme ne s'exprime pas au détriment de la communalité et réciproquement. Bakan se montre particulièrement préoccupé par le potentiel destructeur d'un excès d'agentisme « non adouci » par la communalité. Cet agentisme « brut » (*unmitigated agency* ; voir aussi Helgeson, 1994), compris comme une tendance à l'égoïsme, à la dominance et au détachement, constituerait une menace pour toute forme de relation sociale. Une telle tension entre l'agentisme et la communalité est aisément compréhensible dès lors que l'on envisage l'agentisme

comme l'avancement du soi *relativement* à autrui (Frimer, Walker, Dunlop, Lee, & Riches, 2011). Cette incompatibilité entre une orientation vers le soi (ou séparation) et une orientation vers autrui (ou connexion) se retrouve dans de nombreux autres tandems conceptuels: *proselfs* vs. *prosocials* (De Bruin & van Lange, 2000), *individualisme* vs. *collectivisme* (Markus & Kitayama, 1991), *individuality* vs. *relatedness* (Dollinger, Preston, O'Brien, & DiLalla, 1996), ou encore *self-enhancement* vs. *self-transcendance* (Schwartz, 1992). C'est par exemple très explicite chez Schwartz (1992), lorsqu'il explique que l'intérêt porté à autrui (*self-transcendance*) interfère directement avec l'avancement du soi (*self-enhancement*) puisque ce dernier s'exerce par le biais d'une domination parfois brutale ou par le biais de l'appropriation exclusive des ressources socialement valorisées¹.

Il semble donc que la relation envisagée entre les deux dimensions fondamentales soit intimement liée à l'interprétation que l'on fait de la dimension verticale. La compétence reste nécessairement indépendante de la chaleur, puisqu'elle peut aussi bien servir des intentions bienveillantes que des intentions hostiles. En revanche, conçu comme un mouvement d'avancement du soi susceptible de se réaliser au détriment d'autrui, l'agentisme tend à entretenir une relation négative avec la dimension horizontale.

L'opérationnalisation de la dimension verticale du jugement social

Pour s'assurer du bien fondé de la distinction entre l'agentisme et la compétence, il nous a semblé nécessaire d'examiner dans un premier temps les traits utilisés dans les courants de recherche qui emploient les termes «agentisme» ou «compétence» pour désigner la dimension verticale du jugement social. Nous avons donc réalisé une revue comparative des traits utilisés dans les approches agentisme – communalité (Abele, Wojciszke et collaborateurs) et compétence – chaleur (Fiske, Cuddy, Glick et collaborateurs). Cette revue a porté sur tous les articles publiés entre 2002 et 2012 traitant de la bidimensionnalité et dans

1. «Acceptance of others as equals and concern for their welfare interferes with the pursuit of one's own relative success and dominance over others», (Schwartz, 1992, p. 15).

lesquels le matériel était disponible. Les auteurs-clés utilisés pour interroger les bases de données étaient soit Andrea Abele, soit Susan Fiske. Quinze études par approche sont concernées par cette revue, soit au total 30 études. Lorsque les différentes études d'un même article utilisaient le même ensemble de traits, nous n'avons comptabilisé qu'une seule fois l'étude et les traits correspondants². Le Tableau 1 répertorie les traits qui ont été utilisés au moins deux fois sur l'ensemble des 30 études inventoriées. On peut noter à la lecture de ce tableau que les traits utilisés dans les deux approches sont loin de se recouper totalement. Ce constat appelle quelques commentaires sur les méthodologies employées dans les deux approches dans la sélection des traits.

TABLEAU 1 :
Occurrence des traits
de la dimension
verticale selon qu'ils
apparaissent dans
l'approche agentisme-
communalité ou dans
l'approche
compétence-chaaleur.

Traits (trait original en anglais)	Approche compétence- chaaleur	Approche agentisme- communalité	Nombre total d'occurrences
Compétent (competent)	15	4	17
Capable (capable)	13	2	13
Intelligent (intelligent, clever)	12	4	16
Efficace (Efficient)	7	4	11
Habile (skillful, skilled)	7	0	7
<i>Sûr de soi (self confident, confident)</i>	7	4	11
Compétitif (compétitive)	2	0	2
<i>Actif (active)</i>	0	9	9
Indépendant (independent)	2	7	9
Convaincant (assertive)	0	5	5
Déterminé (determined)	0	4	4
Persévérant (persistent)	0	4	4
Dominant (dominant)	0	3	3
<i>Organisé (organized)</i>	1	3	4
Autosuffisant (self- dependant)	0	2	2
Autodéterminé (self reliant)	0	2	2
<i>Travailleur (hard-working)</i>	0	2	2

2. Nous avons exclu de cette revue les expressions telles que *stands up very well under pressure* ou *never give up easily*, souvent utilisées lorsque le matériel est inspiré des inventaires bidimensionnels de personnalité tels que le PAQ (Spence & Helmreich, 1978) ou le BSRI (Bem, 1974).

Fiske et ses collaborateurs sont toujours restés fidèles au même mode de sélection de leurs traits. Un des critères centraux de cette sélection est basé sur leur postulat d'orthogonalité entre la compétence et la sociabilité. Concrètement, c'est une succession d'analyses factorielles qui a permis à ces auteurs de sélectionner progressivement les traits de la dimension verticale qui se montraient les plus indépendants de la dimension horizontale et réciproquement. Or, s'il existe bien une tension entre l'agentisme et la sociabilité, alors une telle méthode aurait dû conduire à les abandonner progressivement au profit des traits de compétence. C'est ce qui semble s'être produit au fil des études menées au sein de cette approche. Par exemple, dans l'étude 1 de leur article de 2002, Fiske et ses collaborateurs ont utilisé ce qui semble être des traits de compétence (*competent, intelligent*) et d'agentisme (*confident, competitive et independent*). Dès l'étude 2 de ce même article, les auteurs ont supprimé les traits *independent* et *competitive* pour les remplacer par *capable, efficient et skillful*. Au fil des recherches, leur matériel semble ainsi s'être épuré, jusqu'à ne conserver que des traits qui semblent répondre à une conception « instrumentale » de la compétence : *competent, capable, intelligent et efficient* (Cuddy et al., 2007 ; Oldmeadow & Fiske, 2007, 2010 ; Russell & Fiske, 2008).

Les tenants de la seconde approche (Abele, Wojciszke et leurs collaborateurs) ont utilisé différentes méthodes pour sélectionner leurs traits. Une variation méthodologique a particulièrement retenu notre attention. Dans certaines études, ces auteurs ont contrôlé la valence de leurs traits de manière à obtenir des traits aussi positifs pour chaque dimension. Cependant, ce contrôle de la valence n'était pas réalisé dans toutes leurs études. Il semble possible de donner une signification théorique à cette variation méthodologique. En effet, s'il existe bien une tension entre l'agentisme et la dimension horizontale, alors les traits d'agentisme devraient être intrinsèquement ambivalents (positifs en termes d'agentisme mais négatifs pour la dimension horizontale). On peut par conséquent s'attendre à ce que leur valence moyenne ne soit pas aussi positive que la valence des traits de compétence, traits qui ne devraient contenir aucune ambivalence puisqu'ils sont supposés être indépendants de la dimension de sociabilité. Or c'est bien ce qui tend à se



dessiner dans le matériel utilisé par ces chercheurs. En effet, lorsqu'ils ne contrôlent pas la valence de leurs traits, ces auteurs tendent à utiliser à la fois des traits de compétence et d'agentisme (*active, dynamic, efficient, assertive, competent, self-confident*; Abele & Wojciszke, 2007; *clever, determined, dominant, persistent, wise*; Cislak & Wojciszke, 2008) ou même uniquement ce qui ressemble à des traits agentiques (*active, self-confident, dominant, independent*; Bruckmüller & Abele, 2010). En revanche, dès qu'ils s'appliquent à inclure des traits aussi positifs pour chaque dimension, les traits retenus semblent être majoritairement des traits de compétence: *clever, competent, efficient, energetic, intelligent, knowledgeable, logical*, Wojciszke, Baryła, Parzuchowski, Szymkow, & Abele, 2011; *competent, efficient, clever, full of energy, organized*, Wojciszke, Abele, & Baryła, 2009; *active, innovative, open-minded, resourceful, self-dependent, thinks prospectively*, Wojciszke & Abele, 2008). Une des conséquences notables de cette variation méthodologique est que les traits de l'approche agentisme-communalité sont plus diversifiés que ceux de l'approche compétence-chaueur. Ces variations dans le matériel utilisé semblent donc entrer en cohérence avec les significations théoriques des concepts d'agentisme et de compétence que nous avons dégagés précédemment. Cet inventaire des traits les plus fréquemment employés justifie donc pleinement que nous examinions de plus près, dans l'étude que nous allons présenter, la possibilité que la dimension verticale recoupe des registres différenciés.

L'agentisme, la compétence et le statut social

De nombreux travaux ont étudié la perception des personnes et des groupes en fonction de leur statut social. Ces recherches mènent à un consensus selon lequel la perception du statut est très associée à la dimension verticale du jugement, qu'elle ait été nommée agentisme (Conway, Pizzamiglio, & Mount, 1996; Gerber, 2008) ou compétence (Fiske et al., 2002; Phalet & Poppe, 1997). Ainsi, les cibles de haut statut sont toujours perçues comme plus compétentes mais aussi comme plus agentiques que les cibles de bas statut. Les propositions théoriques divergent



quant à la nature du lien entre la dimension verticale du jugement et le statut social. D'ailleurs, comme nous allons le voir, ces propositions théoriques ne s'appliquent pas toujours à un même degré aux registres d'agentisme et de compétence.

Pour rendre compte du lien entre le statut social et la dimension verticale, l'argument théorique le plus commun repose sur l'idée que la dimension verticale peut être mobilisée dans nos jugements afin de satisfaire notre motivation fondamentale à justifier l'environnement social (Fiske et al., 2002; Kay & Jost, 2003; Lerner & Miller, 1978; Ridgeway & Berger, 1986). Selon cet argument, le potentiel de justification de la dimension verticale provient pour une grande part de sa compatibilité avec le principe de mérite, principe qui encourage la rétribution des individus selon leur travail, leurs aptitudes et leur intelligence, des qualités qui s'ajustent plus volontiers au concept de compétence qu'à celui d'agentisme. Selon cette explication, attribuer une forte compétence aux personnes de haut statut permettrait alors de faire apparaître leur position privilégiée comme étant légitime et ainsi satisfaire l'idéal méritocratique³. Le registre de compétence semble donc être au cœur de cette première explication du lien entre la dimension verticale et le statut social.

Une explication quelque peu différente a été avancée par Conway et ses collaborateurs (1996). Ces auteurs ont proposé que la relation entre le statut et la dimension verticale du jugement est une expression du biais de correspondance (Gilbert & Malone, 1995), biais qui conduit les individus à sous-estimer le rôle de la situation et à surestimer le rôle des dispositions personnelles dans l'explication des comportements. Nous aurions par exemple tendance à penser qu'un responsable est authentiquement agentique alors que les comportements qui nous ont conduits à cette conclusion étaient directement prescrits par sa fonction de responsable. De même, en observant un travailleur de bas statut, on pourrait être tenté de dire qu'il ne brille pas par son intelligence ou par sa culture même si nous savons que son métier manuel ne lui donne tout simplement pas l'opportunité de

3. Fiske et ses collaborateurs sont assez explicites sur ce point: "In short, status predicts competence stereotypes because it justifies the apparent meritocracy" (Cuddy et al., 2009, p. 5).

manifester de telles qualités. Ainsi, selon cette seconde explication en termes de biais de correspondance, nous aurions tendance à percevoir les personnes à travers les rôles qu'elles occupent dans la société. Contrairement à l'explication en termes de justification sociale, qui accordait une place privilégiée à la compétence, cette seconde explication semble s'appliquer aussi bien à la compétence qu'à l'agentisme.

Une troisième explication du lien entre la dimension verticale et le statut social est proposée par la théorie de la valeur sociale (Beauvois, 1995). Selon cette théorie, les traits servent à désigner la valeur des conduites et, par extension, des personnes dans un environnement donné. Les traits de la dimension verticale, appelés dans cette approche les traits d'«utilité sociale», permettraient donc l'évaluation sociale et par conséquent la distribution des ressources et des positions sociales. Si l'on accepte que, dans toute hiérarchie, les prérequis nécessaires pour satisfaire les fonctions les plus élevées (décision, commandement, responsabilité) requièrent avant tout de l'agentisme, alors l'agentisme devrait être doté d'une utilité sociale particulièrement élevée (Beauvois, 1995 ; Dubois, 2010). Au contraire, pour remplir leur rôle, les «subordonnés» devront par définition renoncer à une partie de leur agentisme. Bien sûr, les personnes de haut statut se doivent aussi d'être compétentes en plus d'être agentiques. Cependant, la compétence semble aussi «socialement utile» dans les positions subordonnées dans la mesure où ces positions requièrent que les individus mobilisent les ressources nécessaires pour s'acquitter efficacement des tâches qui leur sont assignées. Ainsi, raisonner en termes d'utilité sociale conduit à envisager que l'agentisme est l'apanage spécifique des positions les plus élevées et que la compétence s'étend plus largement dans la hiérarchie sociale, du sommet jusqu'aux positions subordonnées.

Le rôle de l'agentisme et de la compétence varient donc sensiblement selon le type d'explication qui est fourni pour rendre compte du lien entre dimension verticale et statut social. Il est possible que le contenu du registre de compétence s'ajuste particulièrement bien à la nécessité de justifier un ordre de positions. Si l'on en croit la première explication en termes de justification

sociale, le statut social devrait donc être lié de manière privilégiée à la perception de la compétence (vs. agentisme). Au contraire, dans l'explication en termes de biais de correspondance, il serait difficile de déterminer a priori si un registre va prédominer sur l'autre dans les perceptions. Les rôles de l'agentisme et de la compétence ne devraient donc pas se distinguer dans la perception du statut social. Dans ces deux premières explications, le jugement sur la dimension verticale opère une rationalisation de l'ordre hiérarchique. Le jugement vient alors se calquer sur un ordre social préexistant. Dans l'approche en termes d'utilité sociale, c'est le jugement qui précède l'ordre de positions puisqu'il permet l'évaluation de l'utilité sociale des individus et détermine ainsi leur distribution dans l'espace social. Comme nous l'avons vu, cette approche conduit à distinguer les rôles de l'agentisme et de la compétence dans la perception du statut : si on peut envisager que la compétence soit attribuée à des positions subordonnées, l'agentisme devrait au contraire être spécifiquement associé aux positions élevées.

Présentation de l'étude

Cette étude poursuivait trois objectifs. Le premier consistait à vérifier que l'agentisme et la compétence sont bien deux registres dissociables au sein de la dimension verticale. Notre deuxième objectif consistait à vérifier que la dimension horizontale est corrélée négativement à l'agentisme alors qu'elle reste indépendante de la compétence. Enfin, le dernier objectif était de savoir lequel, des registres de compétence ou d'agentisme, est le plus lié au statut social. Comme nous l'avons vu, les arguments théoriques disponibles ne fournissent pas de réponse univoque à cette question. Par la dissociation agentisme - compétence, cette étude vise donc à fournir des résultats susceptibles de trancher en faveur de l'une ou de l'autre de ces explications et pourrait de cette manière contribuer à la compréhension des liens qui existent entre jugement et statut social.

Dans l'étude que nous allons présenter, il était demandé aux participants de juger une cible de haut ou de bas statut. Pour émettre leur jugement, ils recevaient une liste de traits supposés appartenir aux registres d'agentisme, de compétence ou de



sociabilité. Ces traits étaient présentés dans un ordre aléatoire. Cette absence de structure dans le matériel de départ nous semblait être un prérequis pour répondre au premier objectif qui, rappelons-le, consiste à vérifier que l'agentisme et la compétence tendent à émerger comme deux registres distincts. Cette méthodologie était également appropriée pour étudier les relations que l'agentisme et la compétence entretiennent avec la sociabilité (deuxième objectif). Il est important de préciser que les traits n'étaient pas sélectionnés arbitrairement. La liste était en fait composée des traits les plus fréquemment utilisés dans deux approches qui dominent actuellement les recherches sur la bi-dimensionnalité du jugement (voir Tableau 1): l'approche compétence – chaleur d'une part (Fiske, Cuddy, Glick et leurs collaborateurs) et l'approche agentisme – communalité d'autre part (Abele, Wojciszke et leurs collaborateurs).

Méthode

Participants

90 personnes (45 femmes et 45 hommes), abordées individuellement dans des espaces publics de Strasbourg, ont accepté de participer à cette étude. L'échantillon était constitué d'un large panel de personnes ayant au moins deux ans d'expérience dans le monde du travail. Elles étaient âgées de 21 ans à 58 ans (âge moyen : 39.4 ans, *ET*: 9.71).

Matériel

Conformément à une pratique commune (cf. Eagly & Steffen, 1984), nous avons choisi d'opérationnaliser le statut social par des professions. Un pré-test a été réalisé sur 28 photos de professionnels en activité sur leur lieu de travail. Ces photos étaient disponibles en libre accès sur différents sites internet. Les 20 participants du pré-test étaient répartis en deux groupes. Chaque groupe de 10 participants recevait 14 photos qu'ils devaient juger sur 4 items de statut perçu associés à des échelles de Likert en 7 points. Ces items étaient ceux utilisés dans de la méthodologie de Fiske et al. (2002): *cette personne occupe un statut élevé versus bas; gagne beaucoup versus pas beaucoup d'argent;*



a fait beaucoup versus peu d'études et a un métier prestigieux versus peu prestigieux ($\alpha = .95$). À l'issue de ce pré-test, nous avons conservé 8 photos, 4 de haut statut ($M = 6.61, ET = .19$) et 4 photos de bas statut ($M = 2.59, ET = .14$; $F(2,78) = 275.5$; $p < .001$). Dans la sélection des photos, nous avons veillé à contrebalancer le sexe des cibles. Un manœuvre de chantier, un balayeur, une ouvrière dans une usine de filature et une vendeuse de charcuterie étaient utilisés pour les photos de bas statut, et un directeur d'entreprise, un ingénieur informatique, une laborantine et une avocate pour les photos de haut statut. La liste de traits utilisée dans la tâche de jugement était composée des 17 traits dégagés de l'inventaire présenté plus haut (Tableau 1) ainsi que de 4 traits de sociabilité pour opérationnaliser la dimension horizontale du jugement (*agréable, aimable, sympathique et chaleureux*).

Procédure

Les participants recevaient aléatoirement une des huit photos. Dans un premier temps, ils devaient juger la cible à partir d'une liste de traits associés à des échelles de Likert allant de -3 (*pas du tout*) à 3 (*tout à fait*). Cette liste présentait les 21 traits présentés précédemment dans un ordre aléatoire fixe.

Résultats

Objectif n° 1: Dissociation de l'agentisme et de la compétence: analyse de la structure factorielle des traits

Nous avons conduit une analyse factorielle avec rotation oblique sur les 21 traits utilisés. Comme attendu, cette analyse a révélé 3 facteurs. Le premier facteur, qui comprenait des traits tels que dominant, sûr de soi ou déterminé, a été interprété comme le facteur «agentisme». Le second facteur, qui comprenait par exemple les traits efficace, capable et compétent, a été interprété comme étant le facteur «compétence». Enfin, le dernier facteur reprenait les 4 traits de sociabilité. Le détail des poids factoriels apparaît dans le Tableau 2. Après rotation orthogonale, le facteur agentisme expliquait 27,9 % de la variance totale, le facteur compétence en expliquait 17,3 % et le facteur sociabilité 15,5 %.

Il est intéressant de noter que la composition des facteurs «agentisme» et «compétence» correspond en grande partie à ce qui a été dégagé de l'inventaire des traits les plus fréquemment utilisés dans la littérature (voir Tableau 1). Les quelques exceptions (qui apparaissent en italiques dans le Tableau 1) donnent d'ailleurs le plus souvent raison aux analyses factorielles plutôt qu'à l'inventaire. Les traits *compétitif* et *sûr de soi* semblent par exemple davantage correspondre à la définition de l'agentisme qu'à celle de compétence. De même, puisqu'ils ne dénotent aucune orientation vers le soi, les traits *actif* et *organisé* peuvent facilement être interprétés comme des traits de compétence. Des scores d'agentisme ($\alpha = .92$), de compétence ($\alpha = .83$) et de sociabilité ($\alpha = .91$) ont été constitués à partir des trois facteurs extraits de nos analyses factorielles.

TABLEAU 2 :
Poids factoriels des 21
traits après rotation
oblimin.

	agentisme	compétence	sociabilité
Dominant	0.91	-0.21	-0.03
Autosuffisant	0.81	-0.23	0.06
Indépendant	0.80	-0.01	0.04
Autodéterminé	0.80	0.04	-0.10
Sûr de soi	0.76	0.05	-0.13
Déterminé	0.76	0.12	0.00
Convaincant	0.73	0.13	-0.16
Compétitif	0.69	0.17	0.09
Intelligent	0.55	0.35	-0.05
Persévérant	0.45	0.28	-0.18
Efficace	-0.06	0.81	-0.08
Travailleur	-0.04	0.70	0.01
Actif	0.15	0.69	0.03
Capable	0.20	0.67	0.13
Habile	-0.17	0.67	-0.01
Compétent	0.25	0.51	0.19
Organise	0.29	0.47	-0.05
Aimable	0.07	-0.03	0.92
Agréable	-0.01	-0.08	0.90
Chaleureux	-0.06	0.00	0.85
Sympathique	-0.16	0.25	0.79

COMPÉTENCE ET AGENTISME DANS LE JUGEMENT SOCIAL

Objectif n° 2: Relation entre les deux dimensions du jugement en fonction du registre considéré (agentisme vs. compétence): analyse des corrélations entre les dimensions

Conformément à ce qui était attendu, l'agentisme est négativement corrélé à la sociabilité ($r = -.30, p = .003$) alors que la compétence n'est pas corrélée significativement à la sociabilité ($r = .10, N. S.$). Nous avons reproduit ces analyses pour chaque condition expérimentale afin de s'assurer que ces corrélations ne sont pas dues à la structure méthodologique de l'étude. L'absence de corrélation entre la sociabilité et la compétence s'est confirmée aussi bien dans la condition «haut statut» ($r = .18, N. S.$) que dans la condition «bas statut» ($r = .23, N. S.$). En revanche, la corrélation négative entre la sociabilité et l'agentisme a bien été observée dans la condition «haut statut» ($r = -.37, p = .015$) mais pas dans la condition «bas statut» ($r = .16, N. S.$).

Objectif n° 3: Relation entre les registres du jugement et le statut social: scores d'agentisme, de compétence et de sociabilité en fonction du statut social

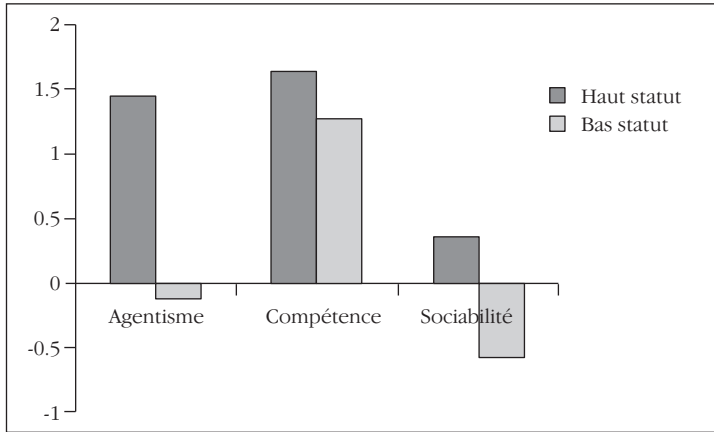
L'analyse principale avait pour objectif de vérifier si la manipulation du statut social impactait différemment les perceptions d'agentisme, de compétence et de sociabilité. Les scores d'attribution de traits obtenus pour chacun des trois registres ont été examinés en fonction du statut de la cible à l'aide de comparaisons planifiées⁴. Deux contrastes orthogonaux ont été utilisés. Le premier contraste opposait le score d'agentisme (+1) au score de compétence (-1), la sociabilité étant codée 0. Ce premier contraste permettait de savoir si le statut social avait un effet différent sur les scores d'agentisme et de compétence. Le second contraste, orthogonal au premier, opposait quant à lui le score de sociabilité (-2) aux scores d'agentisme (+1) et de compétence (+1) et permettait de savoir si la manipulation du statut social impactait différemment la sociabilité et la dimension verticale dans son ensemble. Le premier contraste s'est révélé significatif, ($F(2,176) = 27.6, p < .0001; \eta^2 = .17$), indiquant une interaction

4. Les variables « sexe des cibles » et « sexe des participants » n'ayant aucun effet, nous les avons exclues de ces analyses.



entre l'agentisme et la compétence en fonction du statut de la cible. Comme l'illustre la Figure 1, l'effet du statut est plus important pour l'agentisme que pour la compétence. Le second contraste s'est également révélé significatif ($F(2,176) = 47.3, p < .0001; \eta^2 = .23$), indiquant que le statut n'a pas le même effet sur la sociabilité et sur la dimension verticale prise dans son ensemble.

FIGURE 1 : Attribution d'agentisme, de compétence et de sociabilité en fonction du statut de la cible.



Afin d'explorer ces données plus en profondeur, nous avons ensuite conduit des analyses séparées pour chaque registre. Les modèles linéaires mixtes ont été employés (Judd, Westall, & Kenny, 2012) afin de prendre en compte la structure hiérarchique des données. En effet, puisque quatre photos différentes ont été utilisées dans chaque condition expérimentale, il semblait nécessaire de contrôler la possibilité que les effets s'expliquent par le choix des photos plutôt que par le statut social. Dans une première analyse, les photos ont été traitées comme facteurs aléatoires afin de savoir s'il existait une variation liée au choix des photos au sein de chaque condition expérimentale. Le coefficient intraclasse s'est révélé tendanciel pour l'agentisme (Wald $Z = 1.78, p = .076$) et pour la sociabilité (Wald $Z = 1.66, p = .098$) et non significatif pour la compétence (Wald $Z = 0.03, p = .60, N.S.$). Les modèles linéaires mixtes ont donc été utilisés pour l'agentisme et la sociabilité afin de contrôler les variations liées aux choix des photos. Le statut social a été entré dans l'analyse en tant que facteur fixe et les photos en tant que facteur aléatoire

imbriqué dans chaque condition de la variable «statut social». Ces analyses montrent qu'une différence d'agentisme en fonction du statut de la cible persiste au-delà des variations liées aux photos retenues ($F(1,89) = 8.04, p = .03, \eta^2 = .084$). En revanche, aucune différence pour la sociabilité n'a été révélée par ces analyses ($F(1,89) = 3.32, p = .12, N.S.$). Pour tester l'effet du statut sur la compétence, une ANOVA simple a été utilisée, puisqu'aucun effet aléatoire lié au choix des photos n'a été détecté. Cette analyse a révélé un effet du statut social sur la compétence ($F(1,89) = 5.24, p = .02, \eta^2 = .056$).

À titre exploratoire, nous avons voulu localiser les variations d'agentisme et de sociabilité constatées précédemment au sein de chaque condition expérimentale. Des comparaisons deux à deux (test de Tukey) ont montré que, parmi les cibles de haut statut, l'avocate et le directeur étaient significativement associés à plus d'agentisme et à moins de sociabilité que l'informaticien et la laborantine. Ensuite, parmi les cibles de bas statut, les résultats ont montré que la vendeuse de charcuterie était plus sociable que l'ouvrier, alors qu'elle ne se différenciait pas de la tisseuse et du balayeur ($p < .05$ pour toutes les comparaisons significatives).

Discussion et conclusion

La littérature montre de façon consensuelle que deux dimensions, les *big two* (Trapnell & Paulhus, 2012), structurent le jugement social. Il est également admis que les concepts d'agentisme et de compétence sont deux concepts appropriés pour désigner la dimension verticale du jugement social (Abele, Cuddy et al., 2008). Sans remettre en question cette affirmation, cet article avait pour objectif de montrer que, loin d'être interchangeables, ces deux concepts peuvent en réalité représenter deux registres de signification sociale distincts. L'agentisme ferait référence à une tendance ou à une motivation à avancer le soi (ambition, assurance) alors que la compétence renverrait à la possession de ressources ayant une valeur instrumentale (compétence, capacité).

Les données que nous avons présentées plaident en faveur d'une distinction entre l'agentisme et la compétence. Dans cette étude,

les participants devaient juger une cible de haut ou de bas statut sur une liste de traits de personnalité. Cette liste était composée des traits les plus fréquemment utilisés dans les deux approches qui dominent actuellement la littérature sur le jugement social, à savoir l'approche agentisme – communalité (Abele & Wojciszke, 2007) et l'approche compétence – chaleur (Fiske et al., 2002). Les analyses factorielles ont clairement montré que les jugements des participants tendaient à se structurer en trois facteurs distincts, facteurs que nous avons interprétés en termes d'agentisme, de compétence et de sociabilité. Un premier résultat intéressant est le recouvrement de nos analyses factorielles avec les traits utilisés dans ces deux approches. Il suffit de comparer les tableaux 1 et 2 pour s'en convaincre. Si la correspondance n'est pas parfaite, il semble néanmoins que les tenants des deux approches aient entretenu des conceptions implicitement distinctes de la dimension verticale, en adéquation avec leur intitulé respectif.

Si nos analyses factorielles soutiennent globalement la distinction opérée entre l'agentisme et la compétence, la position de certains traits reste cependant ambiguë. Nous nous attendions notamment à voir apparaître le trait *intelligent* dans le facteur compétence plutôt que dans le facteur agentisme. La position inattendue de ce trait dans les analyses factorielles peut être imputable à l'opérationnalisation de notre variable statut qui, dans l'ensemble, opposait des métiers intellectuels à des métiers manuels. En tout état de cause, la position instable d'un ou deux traits dans la solution factorielle semble difficilement pouvoir remettre en cause l'existence d'une dissociation entre deux registres appartenant à la dimension verticale du jugement social. Ceci est d'autant plus vrai que ces deux registres semblent jouer des rôles bien distincts lorsque l'on s'intéresse à leur relation respective au statut social et à la dimension horizontale.

Nous nous sommes interrogés sur les liens qu'entretiennent respectivement les registres d'agentisme et de compétence avec le statut social. Nous avons vu qu'une première approche conduit à prédire que la compétence (vs. agentisme) entretient une relation privilégiée avec le statut social. Cette prédiction repose sur l'idée que les traits de compétence ont, bien plus que les traits

d'agentisme, le potentiel de justifier la distribution inégale des individus ou des groupes dans la hiérarchie sociale. Si l'on accepte que le jugement social prend souvent la forme d'une activité de justification de l'ordre établi (Fiske & al., 2002; Hoffman & Hurst, 1990; Kay, Jost, & Mandisodza, 2007), on peut dès lors s'attendre à ce que la distribution de la compétence dans la société soit calquée sur la distribution des individus ou des groupes dans la hiérarchie sociale. Les données que nous avons recueillies dans notre étude ne donnent pourtant pas ce rôle prépondérant à la compétence. Bien au contraire, nos données indiquent que l'impact du statut est bien plus important pour l'agentisme que pour la compétence. La théorie de la valeur sociale (Beauvois, 1995) peut fournir une signification théorique à cette primauté de l'agentisme dans la perception du statut social. En raisonnant en termes de valeur sociale, on peut défendre l'idée que l'agentisme est doté d'une forte utilité sociale puisqu'il semble constituer un prérequis pour satisfaire les exigences associées aux positions les plus élevées de l'organisation sociale, positions qui impliquent souvent responsabilité et prise de décision.

Cette interprétation fournie par la théorie de la valeur sociale peut trouver confirmation à travers un résultat non anticipé de cette étude, à savoir une variation d'agentisme au sein même des cibles de haut statut. Rappelons que l'avocate et le directeur se sont vus attribuer davantage d'agentisme que la laborantine et l'informaticien. On peut défendre l'idée que l'avocate et le directeur ne sont pas uniquement caractérisés par leur statut élevé, mais également par leur pouvoir. L'idée que l'avocate et le directeur aient été perçus comme étant agentiques parce qu'ils sont dotés de pouvoir est parfaitement compatible avec l'interprétation fournie par la théorie de la valeur sociale (Beauvois, 1995). Les participants ont probablement imaginé qu'un niveau élevé d'agentisme est nécessaire pour accéder à des métiers de pouvoir tels que les métiers de directeur ou d'avocat. Cette affinité entre pouvoir et agentisme peut également être compatible avec l'idée que le biais de correspondance (Gilbert & Malone, 1995) tend à s'immiscer dans les jugements ordinaires. Nous savons que, contrairement à la définition de l'agentisme, la définition dominante du pouvoir est situationnelle: le pouvoir correspond à la

possibilité de contrôler des ressources valorisées, qu'il s'agisse de ressources matérielles (moyens de production), économiques (contrôle des salaires) ou sociales (décision d'embauche; Fiske & Dépret, 1996; Keltner, Gruenfeld, & Anderson, 2003). Or, pouvoir et agentisme se ressemblent beaucoup dans leurs manifestations extérieures: tout comme l'agentisme, le pouvoir implique une attitude générale d'approche, une capacité à influencer autrui et le cours des événements, une focalisation sur ses intérêts personnels, une émancipation des contraintes situationnelles ou des résistances d'autrui. Il est possible que cette ressemblance de l'agentisme et du pouvoir dans leurs manifestations extérieures puisse faciliter l'apparition du biais de correspondance. Les participants auraient ainsi perçu la personnalité du directeur comme agentique (sûr de lui, indépendant, déterminé) même si les seuls éléments comportementaux qu'ils pouvaient imaginer à son sujet sont directement prescrits par l'exercice même de sa fonction de directeur: il est mandaté pour décider, avoir un ascendant et influencer les autres afin qu'ils s'acquittent des tâches qui leur incombent. Ainsi, alors même qu'ils pensaient appréhender la personnalité profonde des cibles, nos participants n'auraient usé des traits agentiques que pour opérer une traduction dispositionnelle d'une propriété purement structurelle, à savoir le pouvoir de la cible. Bien entendu, cette conjecture appelle de nouvelles recherches dans lesquelles le statut social et le pouvoir seront considérés séparément.

La distinction entre agentisme et compétence s'est également révélée utile pour mieux comprendre la relation qu'entretiennent ces deux registres avec la dimension horizontale. Conformément à l'idée que les intentions (chaleur) et les capacités à réaliser ces intentions (compétence) sont deux propriétés indépendantes d'une même action (Fiske et al., 2002; Wojciszke, 1994), nous avons mis en évidence une orthogonalité entre les facteurs compétence et chaleur. Cette orthogonalité est conforme à de nombreux résultats obtenus dans l'approche compétence – chaleur dans de nombreux pays (Cuddy et al., 2009). En revanche, puisque la chaleur peut être considérée comme avancement d'autrui (Bakan, 1966) ou profitabilité pour autrui (Peeters, 1992) et que l'agentisme peut prendre la forme d'un avancement du soi relativement à autrui (Frimer et al., 2011; Helgeson, 1994), nous

faisons l'hypothèse d'une tension entre les registres de l'agentisme et de la sociabilité. À l'instar d'autres recherches (Abele, Uchrowski, Suitner, & Wojciszke, 2008; Conway et al., 1996; Gerber, 2008; Johannesen-Schmidt & Eagly, 2002), nous avons effectivement observé une corrélation négative entre les facteurs agentisme et sociabilité sur l'ensemble des données recueillies. Il est intéressant de constater que, lorsque l'on décompose ces analyses, la corrélation négative agentisme-sociabilité n'apparaît que dans la condition «haut statut». Cette observation est conforme aux formulations initiales de Bakan (1996) selon lesquelles l'agentisme n'est indésirable que lorsqu'il s'exprime de manière excessive. Il est également possible que cet agentisme excessif soit associé de façon privilégiée aux cibles ayant du pouvoir, que notre imaginaire occidental représente souvent comme cyniques et intéressées (Chen, Lee-Chai, & Bargh, 2001; Overbeck, 2010). Conformément à cette interprétation, nos analyses de l'effet des photos au sein de chaque condition expérimentale ont d'ailleurs révélé que l'avocate et le directeur, deux professions impliquant responsabilité et pouvoir, étaient plus agentiques mais également moins sociables que les deux autres cibles de haut statut (la laborantine et l'informaticien). De futures études nous permettront de vérifier si, comme le proposait Bakan (1966), la tension entre l'agentisme et la sociabilité n'apparaît que lorsque l'expression de l'agentisme dépasse un certain seuil. Ces différences de corrélations sociabilité-compétence et sociabilité-agentisme semblent néanmoins appuyer l'intérêt de décomposer la dimension verticale et contribue de façon non négligeable au débat récent sur la relation entre les deux dimensions du jugement (Kervyn, Yzerbyt, & Judd, 2010) : cette relation semble dépendre du registre utilisé pour représenter chaque dimension (agentisme vs. compétence et moralité vs. sociabilité; voir Leach et al., 2007).

Les données présentées dans cet article contribuent donc à la littérature sur le jugement à plusieurs niveaux. Il s'agit de la première étude qui dissocie deux registres au sein de la dimension verticale. Ce faisant, elle renouvelle la question de la relation entre les deux dimensions entre elles, mais aussi avec le statut social. Bien entendu, il convient de confirmer et prolonger ces résultats encourageants dans de futures études. L'enjeu sera



d'affirmer la nécessité de prendre en compte la diversité des significations sociales propres à chaque dimension du jugement.

Références

- Abele, A. E., & Bruckmüller, S. (2011). The bigger one of the “Big Two”? Preferential processing of communal information. *Journal of Experimental Social Psychology*, *47*, 935-948. doi:10.1016/j.jesp.2011.03.028
- Abele, A. E., Cuddy, A. J. C., Judd, C. M., & Yzerbyt, V. Y. (2008). Editorial: Fundamental dimensions of social judgment. *European Journal of Social Psychology*, *38*(7), 1063-1065. doi:10.1002/ejsp.574
- Abele, A. E., Uchronski, M., Suitner, C., & Wojciszke, B. (2008). Towards an operationalization of the fundamental dimensions of agency and communion: Trait content ratings in five countries considering valence and frequency of word occurrence. *European Journal of Social Psychology*, *38*(7), 1202-1217. doi:10.1002/ejsp.575
- Abele, A. E., & Wojciszke, B. (2007). Agency and communion from the perspective of self versus others. *Journal of Personality and Social Psychology*, *93*(5), 751-63. doi:10.1037/0022-3514.93.5.751
- Abele, A. E., & Wojciszke, B. (2013). The Big Two in Social Judgment and Behavior. *Social Psychology*, *44*, 61-62. doi:10.1027/1864-9335/a000137
- Bakan, D. (1966). *The duality of human existence. An essay on psychology and religion*. Chicago: Rand McNally.
- Beauvois, J.-L. (1995). La connaissance des utilités sociales. *Psychologie française*, *40*, 375-387.
- Bem, S. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of clinical psychology*, *33*(4), 1009-13.
- Brambilla, M., Rusconi, P., Sacchi, S., & Cherubini, P. (2011). Looking for honesty: The primary role of morality (vs. sociability and competence) in information gathering. *European Journal of Social Psychology*, *41*(2), 135-143. doi:10.1002/ejsp.744

Bruckmüller, S., & Abele, A. E. (2010). Comparison focus in intergroup comparisons: Who we compare to whom influences who we see as powerful and agentic. *Personality & Social Psychology Bulletin*, *36*, 1424-1435. doi:10.1177/0146167210383581

Cambon, L. (2006). La fonction évaluative de la personnologie, vers la mise en évidence de deux dimensions de la valeur: la désirabilité sociale et l'utilité sociale. *Psychologie Française*, *51*(3), 285-305. doi:10.1016/j.psfr.2006.01.003

Chen, S., Lee-Chai, A Y., & Bargh, J. A. (2001). Relationship orientation as a moderator of the effects of social power. *Journal of personality and social psychology*, *80*, 173-187.

Cislak, A., & Wojciszke, B. (2008). Agency and communion are inferred from actions serving interests of self or others. *European Journal of Social Psychology*, *38*(7), 1103-1110. doi:10.1002/ejsp.554

Conway, M, Pizzamiglio, M. T., & Mount, L. (1996). Status, communality, and agency: Implications for stereotypes of gender and other groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, *71*, 25-38.

Conway, M., & Vartanian, L. (2000). A status account of gender stereotypes: Beyond communality and agency. *Sex Roles*, *43*, 181-199.

Cuddy, A. J. C., Fiske, S. T., & Glick, P. (2007). The BIAS map: Behaviors from intergroup affect and stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, *92*(4), 631-648. doi:10.1037/0022-3514.92.4.631

Cuddy, A. J. C., Fiske, S. T., & Glick, P. (2008). Warmth and competence as universal dimensions of social perception: The stereotype content model and the BIAS map. *Advances in Experimental Social Psychology*, *40*, 61-149. doi:10.1016/S0065-2601(07)00002-0

Cuddy, A. J. C., Fiske, S. T., Kwan, V. S. Y., Glick, P., Demoulin, S., Leyens, J.-P.,..., Ziegler, R. (2009). Stereotype content model across cultures: Towards universal similarities and some differences. *British Journal of Social Psychology*, *48*, 1-33. doi:10.1348/014466608X314935



De Bruin, E. N. M., & van Lange, P. A. M. (2000). What people look for in others: Influences of the perceiver and the perceived on information selection. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(2), 206-219. doi:10.1177/0146167200264007

Digman, J. M. (1997). Higher-order factors of the Big Five. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 1246-1256.

Dollinger, S. J., Preston, L., O'Brien, S. P., & DiLalla, D. L. (1996). Individuality and relatedness of the self: An autophotographic study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 1268-1278.

Dubois, N. (2010). Theory of the social value of persons applied to organizations: Typologies of "good" leaders and recruitment. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée/European Review of Applied Psychology*, 60(4), 255-266. doi:10.1016/j.erap.2010.01.002

Eagly, A. H., & Steffen, V. J. (1984). Gender stereotypes stem from the distribution of women and men into social roles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(4), 735-754. doi:10.1037/0022-3514.46.4.735

Fiske, S. T. (1992). Thinking is for doing: Portraits of social cognition from daguerreotype to laserphoto. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 877-889.

Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and Warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 878-902. doi:10.1037//0022-3514.82.6.878

Fiske, S. T., & Dépret, E. (1996). Control, interdependence and power: Understanding social cognition in its social context. *European Review of Social Psychology*, 7(1), 31-61.

Fragale, A. R., Overbeck, J. R., & Neale, M. A. (2011). Resources versus respect: Social judgments based on targets' power and status positions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47(4), 767-775. doi:10.1016/j.jesp.2011.03.006

Frimer, J., Walker, L. J., Dunlop, W. L., Lee, B. H., & Riches, A. (2011). The integration of agency and communion in moral

personality: Evidence of enlightened self-interest. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101, 149-163. doi:10.1037/a0023780

Gerber, G. L. (2009). Status and the gender stereotyped personality traits: Toward an integration. *Sex Roles*, 61, 297-316. doi:10.1007/s11199-008-9529-9

Gilbert, D., & Malone, P. (1995). The correspondence bias. *Psychological bulletin*, 117, 21-38.

Hall, J., Coats, E. J., & LeBeau, L. S. (2005). Nonverbal behavior and the vertical dimension of social relations: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 131(6), 898-924. doi:10.1037/0033-2909.131.6.898

Helgeson, V. (1994). Relation of agency and communion to well-being: Evidence and potential explanations. *Psychological Bulletin*, 116, 412-428.

Hoffman, C., & Hurst, N. (1990). Gender stereotypes: Perception or rationalization?. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(2), 197-208. doi:10.1037//0022-3514.58.2.197

Hogan, R. (1982). A socioanalytic theory of personality. In M. Page (Ed.), *Nebraska Symposium On Motivation* (pp. 55-89). Lincoln, NE: University of Nebraska Press.

Horowitz, L., Wilson, K., Turan, B., Zolotsev, P., Constantino, M. J., & Henderson, L. (2006). How interpersonal motives clarify the meaning of interpersonal behavior: A revised circumplex model. *Personality and Social Psychology Review*, 10(1), 67-86. doi:10.1207/s15327957pspr1001

Johannesen-Schmidt, M. C., & Eagly, A. H. (2002). Diminishing returns: The effects of income on the content of stereotypes of wage earners. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(11), 1538-1545. doi:10.1177/014616702237581

Judd, C. M., Westfall, J., & Kenny, D. A. (2012). Treating stimuli as a random factor in social psychology: A new and comprehensive solution to a pervasive but largely ignored problem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103, 54-69.

Kay, A. C., & Jost, J. T. (2003). Complementary justice: Effects of “poor but happy” and “poor but honest” stereotype exemplars on system justification and implicit activation of the justice motive. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(5), 823-837. doi:10.1037/0022-3514.85.5.823

Kay, A., Jost, J., & Mandisodza, A., Sherman, S. J., Petrocelli, J. V., Johnson, A. L. (2007). Panglossian ideology in the service of system justification: How complementary stereotypes help us to rationalize inequality. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 39, pp. 305–385). Thousand Oaks, CA: Academic Press. doi:10.1016/S0065-2601(06)39006-5

Keltner, D., Gruenfeld, D. H., & Anderson, C. (2003). Power, approach, and inhibition. *Psychological Review*, 110(2), 265-284. doi:10.1037/0033-295X.110.2.265

Kervyn, N., Yzerbyt, V., & Judd, C. M. (2010). Compensation between warmth and competence: Antecedents and consequences of a negative relation between the two fundamental dimensions of social perception. *European Review of Social Psychology*, 21(1), 155-187. doi:10.1080/13546805.2010.517997

Leach, C. W., Ellemers, N., & Barreto, M. (2007). Group virtue: The importance of morality (vs. competence and sociability) in the positive evaluation of in-groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(2), 234-49. doi:10.1037/0022-3514.93.2.234

Leary, T. (1957). *Interpersonal diagnosis of personality*. Oxford: Ronald Press. New York: Ronald Press

Lerner, M. J., & Miller, D. T. (1978). Just world research and the attribution process: Looking back and ahead. *Psychological Bulletin*, 85(5), 1030-1051. doi:10.1037/0033-2909.85.5.1030

Locke, K. D. (2003). Status and solidarity in social comparison: Agentic and communal values and vertical and horizontal directions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(3), 619-631. doi:10.1037/0022-3514.84.3.619

Markus, H., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98, 224-253.

COMPÉTENCE ET AGENTISME DANS LE JUGEMENT SOCIAL

Medin, D., & Ortony, A. (1989). Psychological essentialism. In S. Vosnaidou & A. Ortony (Eds.), *Similarity and analogical reasoning* (pp. 179-195). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Oldmeadow, J. A., & Fiske, S. T. (2010). Social status and the pursuit of positive social identity: Systematic domains of intergroup differentiation and discrimination for high- and low-status groups. *Group Processes & Intergroup Relations*, *13*(4), 425-444. doi:10.1177/1368430209355650

Oldmeadow, J., & Fiske, S. T. (2007). System-justifying ideologies moderate status = competence stereotypes: Roles for belief in a just world and social dominance orientation. *European Journal of Social Psychology*, *37*, 1135-1148. doi: 10.1002/ejsp.428

Overbeck, J. R. (2010). Concepts, domains, and historical perspectives on power. In A. Guinote & T. Vescio (Eds.), *The social psychology of power* (pp. 19-45). New York: Guilford Press.

Paulhus, D., & Trapnell, P. (2008). Self-presentation of personality: An agency-communion framework. In O. P. John, R. W. Robins & R. A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality psychology* (pp. 492-517). New York: Guilford Press.

Peeters, G. (1992). Evaluative meanings of adjectives in vitro and in context: Some theoretical implications and practical consequences of positive-negative asymmetry and behavioral-adaptive concepts of evaluation. *Psychologica Belgica*, *32*, 211-231.

Peeters, G., & Czapinski, J. (1990). Positive-negative asymmetry in evaluations: The distinction between affective and informational negative effects. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (pp. 33-60). London: Wiley.

Phalet, K., & Poppe, E. (1997). Competence and morality dimensions of national and ethnic stereotypes: A study in six eastern-European countries. *European Journal of Social Psychology*, *27*(6), 703-723. doi:10.1002/(SICI)1099-0992(199711/12)27:6<703::AID-EJSP841>3.0.CO;2-K

Reeder, G. D., & Brewer, M. B. (1979). A schematic model of dispositional attribution in interpersonal perception. *Psychological Review*, *86*(1), 61-79. doi:10.1037/0033-295X.86.1.61



Ridgeway, C., & Berger, J. (1986). Expectations, legitimation, and dominance behavior in task groups. *American Sociological Review*, *51*, 603-617.

Rosenberg, S., Nelson, C., & Vivekananthan, P. S. (1968). A multi-dimensional approach to the structure of personality impressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, *9*, 283-94.

Russell, A. N. N. M. T., & Fiske, S. T. (2008). It ' s all relative: Competition and status drive interpersonal perception. *European Journal of Social Psychology*, *38*, 1193-1201. doi: 10.1002/ejsp

Schwartz, S. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 25, pp. 1-65). Thousand Oaks, CA: Academic Press.

Spence, J. T., & Helmreich, R. L. (1978). *Masculinity and femininity: Their psychological dimensions, correlates, and antecedents*. Austin, TX: University of Texas Press.

Trapnell, P. D., & Paulhus, D. L. (2012). Agentic and communal values: Their scope and measurement. *Journal of Personality Assessment*, *94*(1), 39-52. doi:10.1080/00223891.2011.627968

Vonk, R. (1996). Negativity and potency effects in impression formation. *European Journal of Social Psychology*, *26*, 851-865.

Wiggins, J. S. (1979). A psychological taxonomy of trait-descriptive terms: The interpersonal domain. *Journal of Personality and Social Psychology*, *37*(3), 395-412. doi:10.1037/0022-3514.37.3.395

Wojciszke, B. (1994). Multiple meanings of behavior: Construing actions in terms of competence or morality. *Journal of Personality and Social Psychology*, *67*(2), 222-232. doi:10.1037//0022-3514.67.2.222

Wojciszke, B. (2005). Morality and competence in person- and self-perception. *European Review of Social Psychology*, *16*, 155-188. doi: 10.1080/10463280500229619

Wojciszke, B., Abele, A., & Baryla, W. (2009). Two dimensions of interpersonal attitudes: Liking depends on communion, respect



depends on agency. *European Journal of Social Psychology*, 39(6), 973-990. doi:10.1002/ejsp.595

Wojciszke, B., & Abele, A. E. (2008). The primacy of communion over agency and its reversals in evaluations. *European Journal of Social Psychology*, 38(7), 1139-1147. doi:10.1002/ejsp.549

Wojciszke, B., Baryla, W., Parzuchowski, M., Szymkow, A., & Abele, A. E. (2011). Self-esteem is dominated by agentic over communal information. *European Journal of Social Psychology*, 41(5), 617-627. doi:10.1002/ejsp.791

Wojciszke, B., Bazinska, R., & Jaworski, M. (1998). On the dominance of moral categories in impression formation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24(12), 1251-1263. doi:10.1177/01461672982412001

Zebrowitz, L. A., & Collins, M. A. (1997). Accurate social perception at zero acquaintance: The affordances of a gibsonian approach.pdf. *Personality and Social Psychology Review*, 1(3), 204-223. doi:10.1207/s15327957pspr0103_2

