

La bienveillance et les préférences comme paramètres de l'interprétation des recommandations vagues

S. Leblois*

leblois@univ-tlse2.fr

J. F. Bonnefon*

bonnefon@univ-tlse2.fr

*Université de Toulouse

CLLE (Cognition, Langues, Langage et Ergonomie); UTM, EPHE, CNRS;
Maison de la Recherche, Université de Toulouse le Mirail,
5 allées Antonio Machado, 31058 Toulouse Cedex 9, FRANCE

Résumé :

Aussi fréquentes qu'elles puissent être dans la vie quotidienne, les recommandations vagues sont beaucoup moins étudiées que leurs homologues précises. Cet article propose un modèle de l'impact de trois variables sur l'utilisation de recommandations vagues : le format de l'imprécision, la bienveillance entre juge et conseiller et le détenteur des préférences menacées par le conseil. Les résultats empiriques rapportés dans l'article montrent que la bienveillance a un effet indépendant positif sur le poids accordé à une recommandation vague, et que les deux autres variables interagissent dans le sens d'un biais de désirabilité, qui prédit une moindre utilisation du conseil verbal contrapréférentiel lorsque les préférences menacées sont celles de la personne conseillée. Cette étude est la première étape d'un programme de recherche qui se consacre aux facteurs individuels et situationnels intervenant dans l'utilisation de conseils vagues, qui sera exposé dans la conclusion.

Mots-clés : recommandation vague, bienveillance, désirabilité, tact, expérimentation

Abstract:

However common they are in everyday life, vague recommendations are much less studied than their precise counterparts. This paper addresses the impact of three variables on the uptake of vague recommendations : vagueness format, benevolence of the advisor, and preference locus. Results show that the weight given to the recommendation is greater when the advisor is expectedly benevolent ; the interaction between the vagueness format and the preference locus agrees with a wishful thinking framework that predicts a lower uptake of verbal counterpreferential advice when the preferences at stake are that of the advisee. This study is a first step of a larger research programme about individual and situational factors affecting the uptake of vague recommendations, which is delineated in the conclusion.

Keywords: vague recommendation, benevolence, desirability, tact, experimentation

Imaginez que votre conjoint vous dise les choses suivantes : « Tu devrais manger un peu moins gras, faire du sport 2 à 3 fois par semaine et marcher environ une heure par jour. » Toutes ces recommandations sont vagues dans le sens où elles ne vous donnent pas d'informations précises quant à la quantité exacte de gras qu'il faut soustraire de votre régime alimentaire, à la régularité de la pratique sportive à adopter ou encore à la durée exacte conseillée de marche

quotidienne. Au lieu de donner des prescriptions précises à appliquer à la lettre, ces recommandations ne font que fournir des informations vagues (ou imprécises) à l'aide de quantificateurs (un peu moins), d'intervalles de valeurs (de 2 à 3 fois par semaine) ou encore de tendance centrale (environ une heure)¹. Alors que ce type de conseil est largement utilisé dans la vie quotidienne, peu de travaux s'y sont déjà intéressés ; il existe une littérature riche sur les conseils mais celle-ci se concentre uniquement sur les recommandations précises.

Cet article propose un modèle psychologique de l'interprétation des conseils vagues, construit autour de trois paramètres : la bienveillance du conseiller, le format de l'imprécision, et le détenteur des préférences éventuellement menacées par le conseil. Différentes interactions sont théoriquement envisageables entre ces variables. Ces différentes possibilités sont mises à l'épreuve d'une expérimentation dont les résultats sont rapportés dans l'article.

1 Les Conseils Vagues

Recevoir un conseil vague peut être frustrant. La plupart des gens préfèrent en effet recevoir des informations quantitatives sous un format numérique et précis [5, 16]. Cependant, plusieurs raisons peuvent pousser un conseiller à utiliser des recommandations vagues, ce qui explique leur usage fréquent dans la vie de tous les jours. Tout d'abord, le conseiller peut être contraint d'être vague tout simplement parce qu'il ne peut pas faire mieux. Il peut ne pas disposer des connaissances requises pour formuler un conseil précis : votre conjoint ne possède sans doute pas

1. Notre notion d'une recommandation «vague» recouvre différentes notions qu'une analyse conceptuelle plus fine devrait distinguer. Ainsi, l'expression «de 10 à 20%» spécifie un intervalle précis, au sein duquel le destinataire peut choisir. Le vague en question est donc une forme de généralité. Cette forme de vague serait à distinguer de la notion de sous-spécification sémantique qui concerne des expressions de quantification comme «un peu» ou «beaucoup».

les connaissances d'un préparateur physique qui lui permettrait de vous dire précisément à partir de combien de séances de sport par semaine votre forme s'améliorera ; ou encore la situation peut ne pas se prêter à des recommandations précises et correctes : existe-t-il réellement une fréquence précise idéale de pratique sportive ?

Être vague ne répond pas seulement à une telle contrainte. Cela peut être également une stratégie visant à réduire le risque d'offenser l'autre, que nous appellerons décideur. En effet, un conseil peut être aussi intrusif qu'un ordre pour celui qui le reçoit. Peut-être réagiriez-vous mal si votre conjoint vous adressait les recommandations données en exemple au début de cet article. Cependant, leur formulation vague les rend bien moins dérangeante que si elles étaient formulées avec précision, par exemple : « Tu devrais réduire de 30% ton apport de gras, faire du sport 2 fois par semaine (pas plus, pas moins), et marcher exactement 80 minutes par jour. » Formulés de cette façon, les conseils ressemblent dangereusement à des ordres, qui peuvent être difficiles à entendre lorsque l'on a ni l'envie de faire un régime ni l'envie de faire du sport. Donner une formulation vague à un conseil peut donc être une stratégie visant à en atténuer le caractère intrusif.

Enfin, les conseils vagues peuvent servir une autre stratégie ne visant plus à ménager le décideur mais plutôt à promouvoir les intérêts propres du conseiller, tout en lui évitant de voir son honnêteté mise en doute. Assurément, votre conjoint aimerait que vous fassiez le plus de marche qu'il vous est possible de faire. Imaginons qu'il ait lu dans un magazine de santé que la marche devenait bénéfique à partir de trois quart d'heure de pratique. En vous conseillant de faire environ une heure de marche par jour, il assure ses propres intérêts (vous voir plus rapidement svelte) sans réellement être malhonnête ou vous trahir. De manière générale, être vague nous permet de communiquer la vérité qui nous arrange.

Toutes ces possibilités (le conseiller est incertain, le conseiller s'exprime avec tact, le conseiller promeut ses propres intérêts) rendent complexe et flexible l'interprétation d'un conseil vague. De plus, la personne qui interprète le conseil peut elle-même être en proie à des biais d'interprétation tel que le biais de désirabilité : puisque le conseil vague offre un large éventail d'interprétations possibles, autant choisir celle qui correspond le mieux à ses pré-

férences personnelles. Si vous détestez marcher, vous êtes susceptible d'interpréter le conseil « Marche environ une heure par jour » comme signifiant 40 minutes plutôt que 80.

Dans les sections qui suivent, nous allons revenir plus en détail sur les paramètres que nous pensons déterminants pour l'utilisation de conseils vagues. Le premier est un facteur interpersonnel que nous appelons bienveillance (Section 2). Il reflète la croyance que le conseiller a sincèrement à cœur les intérêts du décideur. La bienveillance devrait donc limiter l'appréhension d'être induit en erreur par le conseiller et, influencer ainsi l'utilisation qui est faite du conseil. Dans la Section 3, nous nous tournerons vers deux autres paramètres, le format de l'imprécision et la personne qui détient les préférences éventuellement menacées par le conseil.

2 Bienveillance

Comme nous l'avons déjà évoqué, le conseiller peut être stratégiquement imprécis pour promouvoir ses intérêts propres, sans pour autant être objectivement malhonnête. Face à ce risque, le décideur dispose d'une solution : il peut rechercher les conseils des personnes en qui il a *confiance*. Le rôle de la confiance a souvent été étudié dans les situations de dilemmes sociaux (tels que le jeu du prisonnier), où le risque de tromperie est justement important. L'établissement d'une relation de confiance permet dans de telles situations d'augmenter la probabilité de coopération, en réduisant la tentation de tromper ou de faire défaut à l'autre [13].

La confiance est une notion complexe, du fait de sa multidimensionnalité [8, 10, 11, 12]. Toutes les dimensions de la confiance décrites dans la littérature ne sont pas pertinentes pour le problème traité dans cet article. L'expertise par exemple, est une dimension dont l'importance est largement reconnue ; pour avoir la confiance du décideur, le conseiller a besoin de maîtriser le domaine sur lequel portent les conseils. Mais même si la compétence du conseiller est déterminante, elle ne l'immunise pas contre l'envie de tromper l'autre pour assurer ses intérêts.

Une autre dimension de la confiance est plus spécifiquement liée au soupçon de tromperie : il s'agit de la bienveillance. C'est une qualité que nous attendons d'un conseiller pour pouvoir lui accorder notre confiance [11], et qui reflète son désir sincère d'agir au mieux

pour nous, en sacrifiant éventuellement ses intérêts propres : même si les intérêts du décideur et ceux du conseiller sont incompatibles, un conseiller bienveillant devrait donner le conseil optimal pour le décideur. Des études ont déjà montré l'influence que peut avoir la bienveillance sur l'utilisation du conseil précis. Pour manipuler la bienveillance, des auteurs ont utilisé les relations personnelles préexistantes entre conseiller et décideur [15], d'autres ont rendu explicites les pensées du décideur qui traduisaient sa perception du niveau de bienveillance du conseiller [17].

En parallèle, certaines émotions dites contingentes (dans le sens où elles sont provoquées par un événement qui n'est pas lié à la situation de conseil) peuvent affecter la confiance [6] : la colère contingente a tendance à diminuer la propension à la confiance alors que la gratitude contingente agit positivement sur la confiance. Colère et gratitude sont des émotions susceptibles d'être ressenties respectivement vis à vis de conseillers malveillants ou bienveillants. On peut alors imaginer que la colère et la gratitude fonctionnent comme des marqueurs somatiques de la bienveillance perçue, affectant donc la confiance ressentie vis à vis du conseiller et consécutivement l'usage qui sera fait de ses recommandations.

Des résultats antérieurs suggèrent donc que la bienveillance joue un rôle dans l'évaluation de la confiance que l'on peut accorder à des conseillers, et dans le fait de suivre ou non leurs conseils. Mais ces études ont été réalisées uniquement avec des recommandations précises. Notre analyse suggère que la bienveillance est encore plus importante dans les situations de conseils vagues, du fait du risque de tromperie qu'autorise l'imprécision. Nous nous attendons donc à ce que la bienveillance ait un effet critique sur l'utilisation de recommandations vagues. Cette hypothèse fera l'objet d'un test expérimental, rapporté dans la section empirique de cet article.

3 Préférences

Nous abordons maintenant un autre aspect des situations de conseils vagues, qui concerne le rôle joué par les préférences du décideur vis à vis des événements futurs. Deux perspectives théoriques permettent de rendre compte de ce rôle, l'une est basée sur la notion de tact et l'autre sur la notion de biais de désira-

bilité. Dans cette section, nous allons montrer comment ces deux perspectives aboutissent à des prédictions contrastées qui seront mises à l'épreuve dans la section empirique de l'article.

3.1 Tact

Un conseil est un acte menaçant pour la face (FTA : Face-threatening act) dans le sens de la théorie de la politesse [2, 3]. Un FTA est un énoncé qui peut menacer les deux aspects de la « face », que l'on peut définir comme l'identité publique positive que nous essayons de projeter et de maintenir dans nos interactions sociales. Le premier aspect de la face (la face négative) correspond au désir de montrer de l'indépendance dans nos décisions, de la liberté dans nos actions. Le second aspect de la face (la face positive) correspond au désir de voir nos préférences et jugements approuvés par les agents avec lesquels nous sommes en interaction.

Par nature, les conseils menacent la face négative, dans le sens où leur but inhérent est d'influencer les actions d'autrui, diminuant ainsi l'indépendance du décideur dans sa prise de décision. Les conseils peuvent aussi menacer la face positive, s'ils recommandent des actions qui vont contre les préférences du décideur : formuler un conseil contrapréférentiel signifie au décideur que ses préférences spontanées ne sont pas celles qui semblent les plus appropriées vis à vis de la situation, du point de vue du conseiller. Comme l'ont expérimenté la plupart des parents, suggérer à un adolescent de réduire le temps qu'il passe devant les jeux vidéos provoque une réaction indignée, non seulement parce que cela enfreint son désir d'indépendance, mais également parce que ce conseil véhicule un jugement négatif à l'égard de ses préférences.

Un conseiller qui doit formuler un FTA (comme par exemple donner un conseil contrapréférentiel) est susceptible, voire même contraint par les attentes sociales, d'avoir recours à une stratégie de politesse dans le but de ménager la face de l'interlocuteur. Parmi les stratégies disponibles, l'une consiste à édulcorer la recommandation menaçante ; pour cela, le conseiller doit utiliser une formulation suffisamment précise pour qu'elle traduise sa pensée et conserve son caractère informatif, mais suffisamment imprécise pour ne pas désapprouver ouvertement les préférences du décideur. Reprenons l'exemple des jeux vidéos. Au lieu de déclarer précisément « Tu pourrais passer deux fois moins de temps

à jouer », un parent empreint de tact se montrera plus vague pour réduire la menace de face : « Tu pourrais passer un peu moins de temps à jouer ». Bien entendu, l'adolescent n'est pas sans connaître les stratégies de politesse communes, et possède les compétences sociales nécessaires pour comprendre que le parent a minimisé sa pensée et donc qu'«un peu moins » peut signifier beaucoup. Les décideurs pourraient donc percevoir l'imprécision d'un conseil contrapréférentiel comme une marque de tact, et par conséquent les surinterpréter, c'est à dire ajuster l'interprétation en exagérant le caractère contrapréférentiel.

Un phénomène de cet ordre a été mis en évidence dans le domaine de la communication médicale [1]. Les participants devaient évaluer la probabilité associée à un pronostic médical qualifié de « possible » par le médecin. Les résultats montrent que les pronostics sévères ont reçu des probabilités plus hautes que les pronostics plus anodins, bien que les deux aient été décrits comme « possible ». Cet effet s'explique par le fait que de nombreux participants ont perçu le mot « possible » comme une marque de tact dans le cas des pronostics sévères (« Il est possible que vous deveniez sourd »), mais pas dans le cas de pronostics bénins (« Il est possible que vous développiez des insomnies »).

Dans cet article, nous nous intéressons à des recommandations vagues qui sont des actes menaçants : tout d'abord, parce que ce sont des recommandations qui menacent par nature la face négative ; mais également, parce qu'elles sont contrapréférentielles et menacent donc la face positive. Toutefois, ces recommandations menaçantes doivent réunir deux conditions nécessaires pour que le décideur puisse soupçonner que le conseiller a eu recours au tact et pour qu'il ajuste ainsi son interprétation. Premièrement, la recommandation doit utiliser une imprécision verbale plutôt que numérique. En effet, alors que les quantificateurs vagues verbaux comme « possible » ou « un peu moins » sont notoirement impliqués dans des stratégies de politesse, rien ne nous permet de suggérer que des expressions vagues numériques comme « 10 à 20% de chance » ou « 10 à 20% de moins » le sont aussi.

Deuxièmement, le conseil doit menacer la face positive du décideur et non celle d'un autre agent : la recommandation doit être contrapréférentielle pour le décideur mais pas pour d'autres

agents. Pour illustrer cette variable que nous appelons *le détenteur des préférences*, supposons que la préférence d'un étudiant est généralement d'écrire une thèse courte. Imaginons maintenant que nous disions à un étudiant que sa thèse devrait être un peu plus longue qu'elle ne l'est actuellement. Dans cette situation, notre recommandation va contre les préférences de la personne que nous conseillons : cette personne est détentrice des préférences. Comparons maintenant cette situation avec celle où nous disons au directeur de thèse de l'étudiant que la thèse devrait être un peu plus longue. Ici, notre recommandation ne va pas contre les préférences de la personne conseillée (le directeur), mais contre celle d'un autre agent, l'étudiant : la personne conseillée n'est pas détentrice des préférences. Selon la théorie de la politesse, la surinterprétation ne devrait pas avoir lieu dans ce deuxième cas.

Pour résumer, la théorie de la politesse prédit une interaction entre le détenteur de la préférence (les préférences en jeu sont-elles celles de la personne conseillée, ou celles d'un autre agent ?) et le format de l'imprécision (verbal ou numérique) : l'utilisation de la recommandation contrapréférentielle devrait être plus importante quand les préférences en jeu sont celles de la personne conseillée et quand la recommandation est verbale. Le biais de désirabilité, que nous allons maintenant aborder, fait une prédiction exactement opposée.

3.2 Biais de désirabilité

Ce que l'on désigne en anglais comme le *wishful thinking* est la tendance à évaluer la probabilité d'un événement futur en fonction de notre préférence concernant cet événement. On parlera également de *biais de désirabilité* pour désigner ce comportement [9]. Le biais de désirabilité peut influencer l'interprétation de probabilités verbales vagues dans la direction opposée à celle de la perception de tact [14]. Les expressions verbales décrivant la probabilité d'un événement contrapréférentiel sont sous-interprétées quand les participants sont concernés par l'événement négatif (c'est à dire, quand leurs préférences sont menacées). Par exemple, les participants à qui l'on demande de traduire numériquement le mot « probablement » dans la phrase « Tu vas probablement divorcer » donnent une probabilité plus faible que quand ce même mot est présenté dans l'énoncé : « [un autre étudiant] va probablement divorcer. »

À l'inverse, les expressions verbales décrivant la probabilité d'un événement souhaité sont surinterprétées quand les participants sont les détenteurs des préférences. Par exemple, les participants à qui on demande de donner une interprétation numérique du mot « probablement » dans « Tu vas probablement avoir ta licence avec mention » donnent une probabilité plus forte que lorsque l'énoncé est « [un autre étudiant] va probablement avoir sa licence avec mention. »

Ainsi, le biais de désirabilité en tant que force motivationnelle prédit que les recommandations vagues contrapréférentielles devraient être sousinterprétées quand la personne conseillée est détentrice des préférences, mais pas quand c'est un autre agent qui l'est. Cependant, comme pour le tact, nous pouvons supposer que le format verbal est nécessaire pour autoriser le biais de désirabilité. En effet, à notre connaissance, le biais de désirabilité n'a jamais été observé avec des informations numériques vagues comme des intervalles de valeurs.

Pour résumer, le biais de désirabilité prédit une interaction entre le détenteur de la préférence (les préférences en jeu sont-elles celles de la personne conseillée, ou celles d'un autre agent ?) et le format de l'imprécision (verbal ou numérique) ; mais dans la direction opposée à celle prédite par la théorie de la politesse : l'utilisation du conseil contrapréférentiel devrait être plus faible quand les préférences en jeu sont celles de la personne conseillée et lorsque la recommandation est verbale.

4 Méthode

Nous allons maintenant rapporter une expérience visant à identifier le meilleur modèle de l'impact de nos trois variables sur l'interprétation d'un conseil vague. Premièrement, nous souhaitons tester l'hypothèse selon laquelle la bienveillance a un effet déterminant sur l'utilisation de conseils vagues (contrapréférentiels). Deuxièmement, nous souhaitons déterminer lequel du biais de désirabilité ou du tact est la principale force motivationnelle influençant l'utilisation de recommandations vagues et contrapréférentielles. Pour cela, nous manipulons dans cette expérience le format de l'imprécision (verbal vs numérique) d'une recommandation contrapréférentielle, la bienveillance attendue de la part du conseiller ainsi que le détenteur des préférences vis à vis du conseil.

Nous évaluons l'utilisation du conseil en mesurant la révision que font les participants de leur opinion initiale après avoir reçu la recommandation vague. Nous nous attendons à un effet indépendant de la bienveillance, et à un effet d'interaction entre le format de l'imprécision et le détenteur de la préférence, dont la direction devrait nous permettre de départager les prédictions faites par la théorie de la politesse et le biais de désirabilité.

4.1 Participants

Un total de 120 étudiants de l'Université Toulouse le Mirail a participé à cette étude : 41 hommes et 79 femmes. La moyenne d'âge est de 23 ans (écart-type = 4,7). Les données de 6 participants ont été exclues sur la base de leur distance de Mahalanobis avec le reste de l'échantillon. (La distance de Mahalanobis permet de repérer les vecteurs de réponses extrêmes afin de les écarter de l'échantillon. Une grande distance de Mahalanobis est l'équivalent multivarié d'être, par exemple, à plus de trois écart-types de la moyenne d'une distribution.)

4.2 Matériel et Procédure

L'expérience est construite sur un plan expérimental mixte $2 \times 2 \times 2$. Le format de l'imprécision (verbal vs. numérique) et le détenteur des préférences (personne conseillée vs. autre) sont manipulés en inter-groupes (la valeur de ces variables est différentes dans différents sous-échantillons de l'échantillon expérimental). La bienveillance du conseiller est une variable intra-sujet (chaque participant à l'expérience sera confronté tour à tour aux deux valeurs de cette variable). L'expérience consiste en la passation d'un questionnaire proposant un scénario présenté ci-dessous :

Vous êtes entraîneur de football de l'équipe de Valenciennes. Cette année, votre équipe est montée en ligue 1. Vous comptez de ce fait demander une augmentation pour un joueur évoluant dans votre équipe depuis un an. Il gagne actuellement 20 000 euros par mois. Quel est le montant de l'augmentation que vous comptez demander ?

Cette première partie manipule en intersujet la variable *détention des préférences*. Dans ce groupe expérimental, l'augmentation concerne une personne autre que le décideur. Dans l'autre groupe expérimental, l'augmentation concerne

l'entraîneur lui-même. Notons e_1 la première estimation de l'augmentation.

Un conseil recommandait ensuite aux participants de diminuer le montant qu'ils compaient demander. Cette recommandation provenait soit d'un conseiller bienveillant (avec lequel ils étaient supposés avoir « d'excellentes relations »), soit d'un conseiller non bienveillant (avec lequel ils étaient supposés avoir « des relations conflictuelles »). La recommandation était formulée soit verbalement (« À mon avis, tu devrais demander *un peu moins* ») soit numériquement (« À mon avis, tu devrais demander *10 à 30% de moins* »). L'exemple suivant correspond à une recommandation formulée verbalement par un conseiller bienveillant :

Juste avant d'aller solliciter cette augmentation, vous croisez un collègue avec qui vous avez toujours eu *excellentes relations*. Vous vous mettez à discuter. La conversation se porte sur l'augmentation de votre joueur. Vous demandez à votre collègue ce qu'il pense du montant de l'augmentation que vous allez demander. Il vous répond : « À mon avis, tu devrais demander un peu moins ». Compte tenu de cette opinion, quel est le montant en euros, de l'augmentation que vous comptez demander ?

Notons e_2 cette estimation révisée. À partir de e_1 et e_2 , nous obtenons un taux de révision de la décision défini comme $\frac{e_1 - e_2}{e_1}$.

Prétest Nous avons utilisé la recommandation « 10 à 30% de moins » comme la forme numérique de l'expression verbale « un peu moins ». Cette décision se base sur un prétest que nous avons réalisé auprès d'un autre groupe de participants, qui devaient traduire numériquement l'expression « un peu moins » dans un même contexte que celui utilisé dans l'expérience, à savoir celui d'une augmentation salariale sur la base d'un salaire de 20000 euros.

Les participants au prétest ont du répondre à la question suivante :

Deux personnes gagnent un salaire de 20 000 euros par mois chacune. Elles reçoivent toutes les deux une augmentation. L'une reçoit une augmentation de $[x_1]$ euros ($[x_1]$ euros de plus par mois). L'autre reçoit un peu moins. Selon vous, quel peut-être le montant de l'augmentation de la deuxième personne ?

Le montant x_1 prend différentes valeurs selon la condition expérimentale : 1000, 2000, 3000 ou 4000 euros. L'augmentation de la deuxième personne x_2 est estimée par le sujet.

Soit r le rapport du montant de la deuxième augmentation sur le montant de la première :

$$r = \frac{x_2}{x_1}$$

L'expression « un peu moins » est traduite par 18% de moins en moyenne. Comme le montre la Figure 1, la plupart des réponses (plus de 70%) se situent dans un intervalle allant de 10 à 30%, quelque soit la valeur initiale x_1 . Nous avons donc considéré l'expression « 10 à 30% de moins » comme étant un équivalent acceptable de l'expression « un peu moins » dans le contexte d'une augmentation salariale.

5 Résultats

Les données ont été analysées à l'aide d'une analyse de variance à mesures répétées utilisant comme variable dépendante le rapport $\frac{e_1 - e_2}{e_1}$. La Table 1 présente les statistiques descriptives, dont la Figure 2 offre une représentation graphique.

Comme nous nous y attendions, la bienveillance a un effet massif sur l'utilisation du conseil : $F(1, 113) = 53.5, p < .001, \eta_{sp}^2 = .10$. Les conseils donnés par des conseillers bienveillants conduisent les participants à diminuer leur estimation initiale de 19% en moyenne (écart-type = 18 points de pourcentage). Cette valeur correspond quasi-parfaitement à ce que le prétest identifiait comme étant la traduction numérique de l'expression « un peu moins ». À l'inverse, quand le conseiller n'est pas bienveillant, les participants écartent presque complètement la recommandation, avec une diminution moyenne de la première estimation de l'ordre de 6% (écart-type = 22 points de pourcentage) ; pour être plus précis, la diminution moyenne est inférieure à 5% dans 3 des 4 conditions sans bienveillance. Ces résultats montrent sans ambiguïté le rôle critique que joue la bienveillance dans l'utilisation de conseils vagues.

Ni le format de l'imprécision ni le détenteur de la préférence n'ont eu d'effet principal. Cependant, l'interaction de ces deux variables affecte l'utilisation du conseil : $F(3, 113) = 3.8, p = .05, \eta_{sp}^2 = .03$. L'effet obtenu est celui prédit par le biais de désirabilité. Les recommandations reçoivent un poids plus important quand elles vont à l'encontre des préférences d'une tierce personne, plutôt qu'à l'encontre de celles du déci-

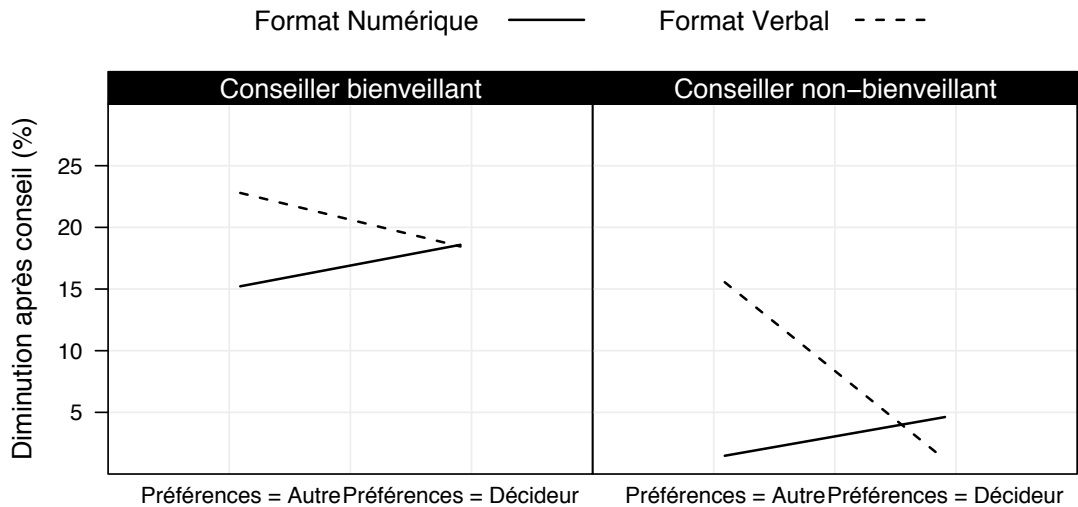


FIGURE 2 – Révision moyenne (en points de pourcentage) après avoir reçu un conseil vague contrapréférentiel. Le graphique de gauche présente les données obtenues avec la recommandation d’un conseiller bienveillant, le graphique de droite présente celles obtenues avec un conseil provenant d’un conseiller non bienveillant. Sur les deux graphiques, l’interaction entre le format de l’imprécision et le détenteur des préférences est claire. La variable détenteur des préférences n’a d’effet que lorsque le conseil vague est exprimé verbalement (« un peu moins »). Dans ce cas, la recommandation a l’impact le plus fort lorsque les préférences menacées ne sont pas celles de la personne conseillée.

TABLE 1 – Révision moyenne (points de pourcentage) après avoir reçu un conseil vague contrapréférentiel, en fonction de la bienveillance du conseiller, du format de l’imprécision et du détenteur des préférences (décideur ou autre). Les écarts-types figurent entre parenthèses.

	Conseiller bienveillant		Conseiller non bienveillant	
	Format verbal	Format numérique	Format verbal	Format numérique
Personne conseillée	19 (18)	19 (16)	01 (24)	05 (16)
Autre agent	23 (18)	15 (19)	16 (22)	01 (23)

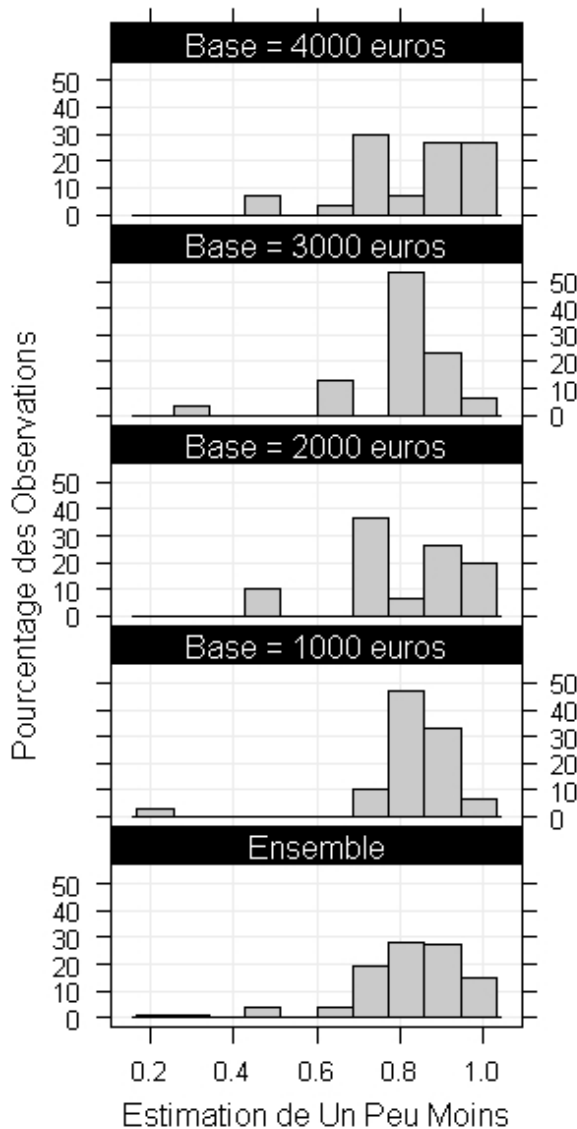


FIGURE 1 – Distribution des ratios r pour l'interprétation numérique de l'expression « un peu moins » utilisée dans un contexte d'augmentation salariale et pour chacune des valeurs de x_1 . La plupart des réponses se situent dans l'intervalle $].70; .90[$, ce qui signifie que un peu moins que e_1 correspond en moyenne à une valeur de e_2 comprise entre 70 et 90% de e_1 . Un peu moins que e_1 signifie en fait réduire e_1 de 10 à 30%.

deur, mais cet effet nécessite que la recommandation soit exprimée verbalement et non avec un intervalle de valeurs.

6 Conclusion

Au début de cet article, nous avons examiné les multiples raisons qui expliquent l'utilisation répandue de conseils vagues dans la vie de tous les jours. Nous avons suggéré que l'imprécision pouvait permettre au conseiller d'induire stratégiquement en erreur le décideur sans pour autant être objectivement malhonnête. Pour éviter ce problème, les décideurs sont enclins à aller rechercher des conseils auprès de personnes en qui ils ont confiance et plus précisément, qu'ils pensent bienveillantes. En se basant sur les travaux antérieurs démontrant l'effet de la bienveillance sur l'utilisation du conseil précis, nous avons supposé que le rôle de la bienveillance serait critique pour les recommandations vagues, du fait de ce risque de tromperie.

En plus de ce facteur interpersonnel, nous avons envisagé les forces motivationnelles qui sous-tendent l'utilisation de recommandations vagues. Notre analyse a permis de confronter deux modèles possibles. Selon la théorie de la politesse, les conseillers cherchent à maintenir la face du décideur quand ils sont amenés à donner des recommandations contrapréférentielles, les décideurs sont conscients de cette stratégie de tact et ils ont par conséquent tendance à surinterpréter les recommandations contrapréférentielles quand les préférences en jeu sont les leurs. Selon le biais de désirabilité, les décideurs choisissent l'interprétation la moins dommageable vis à vis de leurs propres préférences, et sous-interprètent donc les recommandations contrapréférentielles quand les préférences en jeu sont les leurs.

Le biais de désirabilité offre la meilleure explication des résultats de notre expérience. Ces résultats prolongent certaines observations sur l'interprétation des propriétés verbales [14], mais sont en contradiction avec d'autres résultats indiquant une surinterprétation des termes vagues ou ambigus en situations contrapréférentielles [4, 1, 7].

Ces données divergentes nous amènent à nous demander pourquoi la tension entre le tact et le biais de désirabilité se résout différemment selon les études. De futures recherches auront à expliciter les paramètres individuels et situationnels qui favorisent une interprétation plutôt

qu'une autre. Quelques modifications mineures à notre manipulation expérimentale pourraient suffire à favoriser l'interprétation en termes de tact. Par exemple, rendre le conseil non sollicité ou public peut favoriser la perception de tact. Dans notre expérience, le conseil était à la fois sollicité et privé. La conjonction de ces deux facteurs peut avoir encouragé les participants à juger les considérations de tact comme non pertinentes, parce que (a) une sollicitation peut être une invitation à donner une réponse directe et claire, même si elle s'avère contrapréférentielle ; et (b) la menace de face d'une recommandation contrapréférentielle peut être largement atténuée lorsqu'elle n'est pas donnée publiquement. En parallèle des facteurs situationnels, des caractéristiques individuelles peuvent encourager les participants à privilégier une interprétation plutôt qu'une autre. Par exemple, les participants sociables peuvent être plus enclin à détecter l'usage de tact chez leur interlocuteur, alors que des participants présentant un optimisme irréaliste peuvent être plutôt sujets au biais de désirabilité. La sociabilité comme l'optimisme irréaliste sont des traits de caractère qui peuvent être mesurés par des tests de personnalité familiers aux psychologues. De telles mesures pourraient avec profit être introduites dans une étude expérimentale telle que celle que nous avons menée.

Nos résultats concernant la bienveillance sont clairs. La bienveillance est une condition nécessaire à l'utilisation d'un conseil vague contrapréférentiel, en particulier lorsque les préférences en jeu sont celles de la personne conseillée. Ce résultat invite certains raffinements méthodologiques et théoriques que nous nous proposons d'explorer dans la suite de notre programme de recherche.

Premièrement, rappelons que nous avons utilisé la qualité de la relation entre conseiller et décideur pour opérationnaliser la bienveillance. Bien que cette opérationnalisation ait déjà été utilisée [15], cette manipulation ne coïncide pas parfaitement avec la définition de confiance que nous utilisons [11]. Pour nous rapprocher de cette définition, nous projetons d'utiliser des situations de conflit d'intérêt entre le conseiller et la personne conseillée. La bienveillance sera opérationnalisée comme le degré auquel le conseiller se montre prêt à favoriser les intérêts de la personne conseillée aux dépens des siens. Cette procédure facilitera l'étude de la dynamique de la bienveillance perçue au cours d'une série de situations de conseil et plus pré-

cisément, du temps nécessaire pour se contruire une réputation de bienveillance, pour la détruire, et ultimement pour la réparer.

Deuxièmement, nous sommes conscients qu'avoir de bonnes relations avec un conseiller implique, en dehors de toutes considérations de bienveillance, une sorte d'engagement, celui de les maintenir. Le conseil d'un ami pourrait donc être davantage suivi, non pas parce qu'il est perçu comme plus fiable, mais plutôt parce que le rejeter reviendrait à remettre en cause l'amitié entre le conseiller et la personne qui reçoit le conseil. La prochaine étape de notre programme de recherche sera de contrôler cette possibilité, en donnant une information supplémentaire à la personne conseillée : lui préciser si le conseiller sera informé ou non de l'emploi de son conseil.

Enfin, en dehors de ces prolongements empiriques, une tâche reste à aborder, qui consiste à dépasser la modélisation purement statistique que nous avons employée dans cet article, et de développer une modélisation formelle de la situation d'interaction que constitue la réception d'une recommandation vague. Les paramètres que nous avons identifiés, ainsi que la structure de leurs interactions, nous semblent ouvrir une voie prometteuse à une telle formalisation.

Références

- [1] J. F. Bonnefon and G. Villejoubert. Tactful or doubtful ? expectations of politeness explain the severity bias in the interpretation of probability phrases. *Psychological Science*, 17 :747–751, 2006.
- [2] P. Brown and S. Levinson. *Universals in language usage : Politeness phenomena*, pages 56–289. Cambridge University Press, Cambridge, 1978.
- [3] P. Brown and S. Levinson. *Politeness : Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press, 1987.
- [4] V. Demeure, J. F. Bonnefon, and E. Raufaste. Politeness and conditional reasoning : Interpersonal cues to the indirect suppression of deductive inferences. *Journal of Experimental Psychology : Learning, Memory, Cognition*, 35 :260–266, 2009.
- [5] I. Erev and B. L. Cohen. Verbal versus numerical probabilities : Efficiency, biases, and the preference paradox. *Organizatio-*

- nal Behavior and Human Decision Processes*, 45 :1–18, 1990.
- [6] F. Gino and M. E. Schweitzer. Blinded by anger or feeling the love : How emotions influence advice taking. *Journal of Applied Psychology*, 93 :1165–1173, 2008.
- [7] T. Holtgraves. Social psychology, cognitive psychology, and linguistic politeness. *Journal of Politeness Research*, 1 :73–93, 2005.
- [8] C. E. Johnson-George and W. C. Swap. Measurement of specific interpersonal trust : Construction and validation of a scale to assess trust in a specific other. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43 :1306–1317, 1982.
- [9] Z. Krizan and P. D. Windschitl. The influence of outcome desirability on optimism. *Psychological Bulletin*, 133 :95–121, 2007.
- [10] J. D. Lewis and A. Weigert. Trust as social reality. *Social Forces*, 63 :967–985, 1985.
- [11] R. C. Mayer, J. H. Davis, and F. D. Schoorman. An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20 :709–734, 1995.
- [12] J. K. Rempel, J. G. Holmes, and M. D. Zanna. Trust in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49 :95–112, 1985.
- [13] K. W. Rockmann and G. B. Northcraft. To be or not to be trusted : The influence of media richness on defection and deception. *Academy of Management Review*, 107 :106–122, 2008.
- [14] T. Smits and V. Hoorens. How probable is “probably” ? it depends on whom you’re talking about. *Journal of Behavioral Decision Making*, 18 :83–96, 2005.
- [15] L. M. Van Swol and J. A. Sniezek. Trust, confidence and expertise in a judge-advisor system. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 84 :288–307, 2001.
- [16] T. S. Wallsten, D. V. Budescu, R. Zwick, and S. M. Kemp. Preference and reasons for communicating probabilistic information in numerical or verbal terms. *Bulletin of the Psychonomic Society*, 31 :135–138, 1993.
- [17] T. B. White. Consumer trust and advice acceptance : The moderating roles of benevolence, expertise, and negative emotions. *Journal of Consumer Psychology*, 15 :141–148, 2005.