

Recherche d'information. Partie II : « Utilité sociale de la confirmation d'hypothèse »

B. Dardenne;V. Y. Yzerbyt;J.-P. Leyens

L'année psychologique, Année 1997, Volume 97, Numéro 2
p. 315 - 337

[Voir l'article en ligne](#)

Résumé

Dans un premier article (Dardenne, Leyens et Yzerbyt, 1997), nous avons présenté les études de psychologie sociale qui concernent les stratégies de recherche d'informations et la confirmation d'hypothèse. Dans ce second article, nous étudions les stratégies confirmatoires en fonction des buts de l'interaction sociale. Très souvent, les études de perception sociale ont été menées comme si le seul but recherché était un but d'exactitude. Les recherches traditionnelles ont également été conduites en dehors de toute interaction, comme si la perception se réduisait à la résolution intellectuelle d'un problème. Ce recentrage sur l'interaction et la diversité des buts nuance fort le portait habituel du percevant social. Il semble bien que la confirmation d'hypothèse remplisse d'importantes fonctions sociales.

Mots-clés : recherche d'informations, confirmation d'hypothèse, buts de l'interaction sociale, cognition sociale.

Avertissement

L'éditeur du site « PERSEE » – le Ministère de la jeunesse, de l'éducation nationale et de la recherche, Direction de l'enseignement supérieur, Sous-direction des bibliothèques et de la documentation – détient la propriété intellectuelle et les droits d'exploitation. A ce titre il est titulaire des droits d'auteur et du droit sui generis du producteur de bases de données sur ce site conformément à la loi n°98-536 du 1er juillet 1998 relative aux bases de données.

Les oeuvres reproduites sur le site « PERSEE » sont protégées par les dispositions générales du Code de la propriété intellectuelle.

Droits et devoirs des utilisateurs

Pour un usage strictement privé, la simple reproduction du contenu de ce site est libre.

Pour un usage scientifique ou pédagogique, à des fins de recherches, d'enseignement ou de communication excluant toute exploitation commerciale, la reproduction et la communication au public du contenu de ce site sont autorisées, sous réserve que celles-ci servent d'illustration, ne soient pas substantielles et ne soient pas expressément limitées (plans ou photographies). La mention Le Ministère de la jeunesse, de l'éducation nationale et de la recherche, Direction de l'enseignement supérieur, Sous-direction des bibliothèques et de la documentation sur chaque reproduction tirée du site est obligatoire ainsi que le nom de la revue et- lorsqu'ils sont indiqués - le nom de l'auteur et la référence du document reproduit.

Toute autre reproduction ou communication au public, intégrale ou substantielle du contenu de ce site, par quelque procédé que ce soit, de l'éditeur original de l'oeuvre, de l'auteur et de ses ayants droit.

La reproduction et l'exploitation des photographies et des plans, y compris à des fins commerciales, doivent être autorisés par l'éditeur du site, Le Ministère de la jeunesse, de l'éducation nationale et de la recherche, Direction de l'enseignement supérieur, Sous-direction des bibliothèques et de la documentation (voir <http://www.sup.adc.education.fr/bib/>). La source et les crédits devront toujours être mentionnés.

PARTIE II: «UTILITÉ SOCIALE DE LA CONFIRMATION D'HYPOTHÈSE»

SUMMARY : *Social value of hypothesis confirmation.*

In a first paper (Dardenne, Leyens and Yzerbyt, 1997), we presented studies on information gathering strategies and hypothesis confirmation in the field of social psychology. In this second paper, we suggest that confirmatory strategies should be investigated according to the goals of the interaction. Social perception is too often seen as driven by an accuracy goal. In addition, traditional studies are conducted without interpersonal interaction, as if perception was aimed at solving an intellectual problem. This focus on interaction and a diversity of goals sheds a new light on the social perceiver. It appears that hypothesis confirmation has important social functions.

Key words : *information gathering, hypothesis confirmation, goals of social interaction, social cognition.*

A de rares exceptions près, les recherches passées en revue dans le premier article (Dardenne, Leyens et Yzerbyt, 1997) ne prenaient pas en compte l'interaction sociale dans l'étude des processus de recherche d'informations et de confirmation d'hypothèse. La formation et le test d'impression étaient étudiés pour eux-mêmes, comme des tâches de résolution de problème. Depuis quelque temps, toutefois, une préoccupation *pragmatique* s'est fait jour (Dardenne, 1996 ; Fiske, 1993 ; Leyens et Dardenne, 1994, 1996 ; White, 1984 ; pour le contexte historique, voir Fiske, 1992). Cette préoccupation n'est pas neuve, puisqu'elle est née au début de ce siècle, mais elle retrouve actuellement un intérêt justifié, notamment en psychologie sociale.

William James (1890-1983) est un des fondateurs de l'école pragmatique. Celle-ci prône avant tout une démarche pédagogique fondée sur le *learning by doing* : l'apprentissage doit être dynamique et se fait en agissant soi-même. Plus proche de notre préoccupation, James défend l'idée que la valeur des théories – scientifiques aussi bien que naïves – se mesure en référence à leur efficacité pratique, c'est-à-dire à leur potentiel d'utilité et d'efficacité pour l'individu. Le référent de cette mesure est ce que le percevant veut accomplir. Le contexte est évidemment de toute première importance, tout comme est primordiale la motivation de l'individu – besoins, buts, intentions.

Actuellement, l'approche pragmatique de la perception d'autrui s'articule autour de trois thèmes fondamentaux (Dardenne, 1996) : 1/ Les gens sont de suffisamment bons percevants sociaux, orientés vers les aspects pratiques de la vie quotidienne ; 2/ Les « erreurs » de perception peuvent avoir une valeur fonctionnelle, particulièrement celle de faciliter l'action et l'interaction ; 3/ La perception sociale est à la fois dynamique et stable.

La psychologie sociale a longtemps utilisé le paradigme des erreurs comme ligne directrice dans son étude du jugement et du comportement. C'est ainsi que l'irrationalité du raisonnement humain a été recensée dans un registre de biais et erreurs (Nisbett et Ross, 1980). Cependant, il est sans doute plus intéressant de s'interroger sur le pourquoi et le quand de l'émergence de ces biais. Il apparaît alors que le raisonnement humain est bien souvent effectué au service de l'action, et qu'il est dirigé par la volonté d'avoir un impact pratique sur l'environnement. Un jugement erroné selon la logique scientifique peut avoir des conséquences positives pour celui qui l'énonce. A tout le moins, l'être humain perçoit son environnement de façon suffisamment exacte pour lui permettre de fonctionner adéquatement, en accord avec ses partenaires et le contexte.

L'approche pragmatique revêt actuellement une importance certaine dans différents domaines de la psychologie sociale. L'étude de l'exactitude du jugement a ainsi été revitalisée par l'introduction de la perspective pragmatique. Certains modèles théoriques très importants ont fait du pragmatisme un de leurs piliers, par exemple l'« approche écologique » (cf. McArthur et Baron, 1983). Selon cette approche, la perception d'autrui serait exacte et adaptative. La perception – d'autrui ou des objets – informe l'action ; autrement dit, la perception est au service de l'action. Indirectement, la perception permet à l'individu d'atteindre ses buts ainsi que la survie de l'espèce.

Dans cette optique pragmatique, la formation d'impression est considérée comme une conduite, parmi d'autres, s'insérant dans une interaction sociale et au service de cette interaction sociale. S'inspirant de James, la perception sociale est envisagée comme une activité où le percevant essaie de donner une signification à autrui dans le but de guider ses propres actions et interactions. L'action, et non plus la simple perception, retrouve

ici un intérêt justifié. La connaissance d'autrui doit contribuer à la facilitation de l'interaction.

Facilitation, dans ce contexte pragmatique, ne signifie pas nécessairement harmonie. En effet, il est tout aussi important de reconnaître un ennemi qu'un ami et de réagir en conséquence. De même, facilitation ne signifie pas que la perception d'autrui est « inexacte » : la perception et la connaissance d'autrui seraient suffisamment exactes dans le cadre de l'interaction et pour le but poursuivi. La question est donc de savoir comment fonctionnent la confirmation et le test d'hypothèse dans ce cadre.

Typiquement, dans les recherches qui prennent en compte l'interaction sociale, les variétés d'informations (contraignantes, préservatives, diagnostiques, appariées ou non) sont moindres que dans les recherches passées en revue jusqu'à présent (voir fig. 1). Dans les meilleurs des cas, les informations sont diagnostiques appariées (consistantes) ou non (inconsistantes), pseudo-diagnostiques appariées ou non pertinentes. Dans les sections qui suivent, on parlera donc simplement de stratégies de confirmation ou non, et l'on discutera de la valeur éventuelle de ces stratégies.

Stratégie	Définition	Exemple
<i>Confirmation</i>		
<i>Appariement biaisé</i>	Guidée par l'hypothèse	« Aimez-vous travailler seul ? »
<i>Contraignante</i>	Exemple positif. Toute réponse tend à confirmer l'hypothèse	« Dans quelles situations auriez-vous voulu être plus bavard ? »
<i>Préservative</i>	Porte sur des caractéristiques extrêmement probables	« Seriez-vous mal à l'aise si vous deviez parler devant 100 personnes ? »
<i>Diagnostic</i>	Discrimination maximale entre l'hypothèse et l'alternative	« Préférez-vous ne pas rencontrer de nouvelles personnes ? »

Fig. 1. — Classification des stratégies de recherche d'informations (selon une hypothèse d'introversiion), d'après Dardenne et Leyens, 1995

*Classification of the information gathering strategies
(in the case of an introversion hypothesis), from Dardenne and Leyens, 1995*

BUT D'EXACTITUDE ET BUTS DIRECTIONNELS

Encore que la distinction soit plus fonctionnelle que réelle, on peut distinguer deux grands types de buts pour lesquels la perception sociale serait au service de l'interaction. Il s'agit d'un but d'exactitude et d'un ensemble

de buts directionnels ou dérivés. Le but d'exactitude correspond par exemple à la démarche d'un psychologue professionnel qui doit établir un diagnostic, le plus précis et exact possible, d'un client. Dans ce cas, la perception d'autrui revient à la résolution intellectuelle d'un problème. Il s'agira de se méfier de la confirmation et des heuristiques en mobilisant toutes les ressources cognitives et motivationnelles en sa possession. Ceci ne revient pas à taxer de dysfonctionnalité la confirmation qui interviendrait alors qu'un but d'exactitude est poursuivi. Les buts directionnels ou dérivés sont plus restreints, ou locaux : la connaissance de l'autre n'est pas recherchée pour elle-même, comme une fin en soi, mais pour un but spécifique. Il s'agira, par exemple, de connaître l'autre de façon à bien s'entendre avec lui, à le mettre en valeur ou se mettre soi-même en valeur, etc. La confirmation peut être utile dans ce cadre comme lorsqu'un professeur capitalise sur les qualités d'un étudiant plutôt que sur ses faiblesses, en espérant, consciemment ou non, que se réalise la prophétie. La distinction entre recherche d'exactitude et buts dérivés est quelque peu arbitraire en ce sens qu'un but dérivé peut englober un but d'exactitude. Dans le cas d'une compétition, par exemple, où l'important est de gagner, il vaudra mieux être le plus exact possible en détectant aussi bien les faiblesses que les qualités d'autrui.

La distinction entre buts d'exactitude et buts dérivés est réminiscente d'autres distinctions proposées par plusieurs auteurs que nous allons passer en revue.

Motivations de connaissance et d'entente

Selon Snyder (1992), il y aurait lieu de distinguer une motivation de connaissance (*get to know*) et d'entente (*get along*) lors de situations de prise de contact. La confirmation d'hypothèse qui interviendrait dans la première motivation permettrait à la fois au percevant et à la cible de perception de se mouvoir dans un monde stable et prédictible. Confirmant son hypothèse, le percevant s'estime capable de prédire les comportements futurs de la cible ; celle-ci, d'autre part, peut prédire les comportements du percevant en se conformant aux attentes de ce dernier. La confirmation d'attentes positives ou négatives serait également fonctionnelle pour la motivation d'entente en régulant l'interaction sociale. Snyder émet toutefois l'hypothèse que la motivation de connaissance serait plus spécifique au percevant qu'à la cible alors que la motivation d'entente serait davantage à l'œuvre chez la cible que chez le percevant. La justification principale de cette hypothèse réside dans la différence de pouvoir entre percevant et cible. Généralement, dans les situations de prises de contact, le percevant est placé dans une situation de pouvoir plus importante que la cible ; c'est, par exemple, un psychologue par rapport à un client. Le pouvoir demande que l'on puisse prédire autrui alors que l'absence de pouvoir requiert des réponses passe-partout, facilement confirmables, qui ne heurtent pas les personnes au pouvoir.

Lorsque Snyder et Haugen (1994) demandaient à un étudiant et à une étudiante de converser par téléphone et que le garçon croyait que la fille était obèse ou de poids normal, aucun indice de confirmation ne se manifestait. La même absence de confirmation se manifestait lorsque l'étudiant était encouragé à considérer la situation comme une prise de contacts pour se faire une première impression en voyant comment bien s'entendre en respectant la personne de l'autre (« to find ways to get along well with their partners and to facilitate their interactions by being responsive to their partners' expected personal dispositions and anticipated interpersonal styles », Snyder, 1992, p. 81). Par contre, lorsque l'étudiant était conduit à définir la situation comme une tâche où il s'agissait de se faire une image claire et nette de ce que sa partenaire était censée être (« to get to know one's partners and to get a stable and predictable picture of them by finding out ways that other people are and are not like what they are expected to be », Snyder, 1992, p. 81), la confirmation avait lieu et la partenaire présentée comme obèse se montrait plus réservée, moins enthousiaste et moins amicale que la partenaire supposée de poids normal (Snyder et Haugen, 1994 ; voir également Copeland et Snyder, 1989, 1995). Dans une autre série d'expériences (Snyder et Haugen, 1995), le même type d'induction était fourni à la jeune fille interviewée plutôt qu'au garçon. Cette fois, la confirmation se produisait pour la motivation à bien s'entendre et non pas pour celle à bien se connaître. En d'autres mots, dans la situation typique où la personne au pouvoir veut connaître et la personne sans pouvoir veut se faire bien voir, on aura énormément des chances de voir apparaître une confirmation d'hypothèse selon les recherches de Snyder. La motivation à connaître de la part du percevant n'est évidemment pas exclusive, et peut s'accompagner d'un désir que la prise de contact se passe sans anicroches. D'autre part, l'interviewé peut également être motivé à exprimer le plus possible son identité personnelle. Une telle situation, que l'on retrouve sans doute chez Neuberg (1989), explique que les attentes négatives sont plus facilement infirmées que les attentes positives (Hilton et Darley, 1985).

Certaines de nos recherches (Dardenne et Leyens, 1995 ; Leyens, 1989 ; Leyens, Dardenne et Fiske, 1996) confortent l'idée d'une motivation d'entente au cours d'interviews ; elles montrent également que l'on a peut-être eu tort de tenir de longs discours sur la valeur des questions d'interview en dehors de toute interview, c'est-à-dire de toute interaction sociale. Ce sont Hilton et Darley (1991) qui débutent une revue de questions concernant l'importance des buts d'interaction sur la perception sociale en faisant remarquer que la prise en compte de ces buts nuance beaucoup de conclusions précédentes. Les mêmes auteurs notent qu'une autre conclusion était possible, à savoir que la négligence des buts d'interaction a faussé l'image du percevant social.

Contrairement à certaines propositions de Pittman et Hellers (1987), un individu utilisant une recherche d'informations biaisées ne manifeste

pas nécessairement une tendance à l'autisme. Ces questions peuvent faciliter la conversation et faire en sorte que celle-ci se déroule sans brusquer l'interviewé (Argyle, 1991 ; Leyens, 1990 *b*). Autrement dit, « ... les gens ont des biais qui peuvent ne pas être optimaux d'un strict point de vue scientifique, mais qui ont des avantages et de la valeur d'un point de vue social » (Leyens, 1990 *a*, p. 4). La situation typique engendrant le choix de questions hautement diagnostiques est loin de représenter une interview réelle où l'intervieweur est pressé par le temps, réagit aux réponses et est préoccupé par d'autres tâches que celles officiellement assignées (présentation de soi, ne pas brusquer autrui mais être en phase avec lui, etc.). Cette situation encourage la mise en valeur de la dimension « informative » (par opposition à l'affectif, par exemple). Les instructions données aux sujets insistent sur la notion de vérification, de test ou encore d'évaluation. De plus, les études de Trope (*e.g.* Trope et Bassok, 1982), montrant la prépondérance d'une stratégie diagnostique, concernent bien souvent le domaine des capacités intellectuelles – ou même manuelles – plutôt que sociales.

Ceci peut expliquer pourquoi un test d'hypothèse dans une situation interactive, en face d'un partenaire réel, produit un nombre plus important de questions biaisées dans le sens de l'hypothèse. Dans deux études, Leyens (1989) a montré que des sujets formulaient plus de questions biaisées pendant un entretien avec une personne extravertie que ne le faisaient d'autres sujets qui devaient sélectionner leurs questions avant l'interview. Peut-être la fonction sociale des questions contraignantes et appariées est-elle l'empathie ? Pour faciliter une interaction sociale, il est souvent important de montrer à autrui qu'on l'a compris et qu'on est capable de se mettre à sa place. En accord avec cette hypothèse, Leyens *et al.* (1996) ont montré que les questions appariées à l'hypothèse sont jugées plus empathiques que les questions non appariées. Dans cette étude, les questions les plus empathiques étaient celles qui étaient contraignantes envers l'hypothèse. L'empathie ne se réalise pourtant pas aux dépens de l'information puisque ces mêmes questions sont jugées parmi les plus informatives.

Situations d'évaluation et d'action

Hilton et Darley (1991), Gollwitzer (1990) distinguent les situations d'évaluation (*assessment set*) et d'action (*action set*). La formation d'impression est le but explicite de la première situation alors que c'est un but secondaire, incident, dans la seconde situation. Pour Hilton et Darley, cette distinction correspond souvent mais pas nécessairement à une séquence temporelle. En effet, lorsqu'il s'agit de se former une impression au début d'une interaction, les gens feraient particulièrement attention à la personne de l'autre, et ce d'autant plus qu'ils dépendent de cet autre (Fiske et Neuberg, 1990), qu'ils doivent justifier leur impression (Tetlock, 1983), qu'ils sont surpris par les actions inattendues d'autrui (Erber et Fiske, 1984), ou qu'ils ont des soupçons à propos de cet autrui (Hilton, Fein et Miller, 1993). On parlera à ce propos d'une situation d'évaluation

qui privilégie l'exactitude encore qu'elle puisse mener au résultat inverse. En effet, les gens qui ont eu l'occasion d'évaluer quelqu'un dans des circonstances spécifiques (*circumscribed accuracy*, selon Swann, 1984) peuvent vouloir passer à un niveau plus général (*global accuracy*), ne serait-ce que parce qu'ils doivent transmettre leur impression à une tierce personne (Sedikides, 1990 ; Zajonc, 1960). Ce faisant, ils comblent les trous dans leurs connaissances en faisant appel aux théories implicites de personnalité, ou ils gomment les inconsistances pour présenter le portrait le plus cohérent. La confirmation d'une hypothèse – cohérente – s'infiltré donc dans le processus.

La situation d'action, quant à elle, correspondrait davantage au test d'hypothèse, une fois que l'impression a été formée. Ce facteur séquentiel suffirait souvent pour entraîner une confirmation (Bruner, 1957 ; Frey, 1986 ; Gollwitzer, 1990 ; Higgins et Bargh, 1987). Toutefois, Hilton et Darley insistent sur un autre aspect. Dans une situation d'action, les individus sont amenés à faire différentes choses à la fois, notamment négocier l'interaction, et ils ne disposent donc pas de toutes les ressources cognitives suffisantes pour arriver à un jugement correct. En conséquence, la confirmation serait plus importante en situation d'action qu'en situation d'évaluation. Cette hypothèse a été testée par Shapiro et Hilton (1988) qui ont placé leurs sujets dans une situation de compétition au cours de laquelle il leur était loisible d'ennuyer leur partenaire qui avait ou non été présenté comme quelqu'un d'agressif. Lorsque les instructions insistaient sur l'action – c'est une compétition –, l'induction d'une hypothèse avait beaucoup d'effet ; elle en avait peu, par contre, lorsque la compétition était présentée comme une occasion de voir à qui ils avaient à faire. La situation d'action peut également faire en sorte que l'on ne distingue pas les rôles des gens de ce que ces gens sont et pensent réellement ; l'impression serait fondée sur une attente générale. En second lieu, les gens pris dans le cours de l'action peuvent ne pas prendre conscience des contraintes qu'ils ont eux-mêmes créées chez les autres, les forçant à se comporter d'une certaine façon (Swann, Pelham et Roberts, 1988).

Comme on peut s'en apercevoir, Hilton et Darley contrastent très fort les deux situations, d'évaluation et d'action, en ce qui concerne l'exactitude et la confirmation. Manifestement, pour eux, les situations d'action ne sont pas propices à la perception d'autrui si ce n'est pour des buts très restreints (c'est un garçon de café et j'enclenche le script du café). Comment réconcilier également l'évaluateur, non confirmatoire, d'Hilton et Darley avec l'intervieweur de Snyder chez qui on a induit une motivation de connaissance et qui amène la cible à confirmer ses attentes ?

Coûts liés à l'erreur et à l'indécision

Une troisième distinction est proposée par Fiske (1993), Fiske et Taylor (1991). Dans une optique pragmatique de l'interaction sociale, cet auteur oppose une motivation à l'exactitude, basée sur les coûts de l'er-

reur, à une motivation de confirmation, basée sur les coûts liés à l'indécision. Dans une recension récente de la littérature sur le sujet, Fiske (1992) fait remarquer que la perception est éminemment flexible et que, selon la motivation induite, les gens peuvent aussi bien individualiser la cible d'observation à partir d'un examen des faits que la catégoriser en confirmant l'hypothèse de départ (Fiske et von Hendy, 1992). Selon elle, le percevant est un tacticien motivé qui sélectionne ses stratégies de traitement de l'information en fonction des buts poursuivis. Il est sous-entendu que l'individuation correspond généralement à la bonne réponse, ou à une réponse préférable à la catégorisation (Fiske, Bersoff, Borgida, Deaux et Heilman, 1991). La motivation due aux coûts liés aux erreurs correspond à la peur d'invalidité dans le modèle de Kruglanski (1990). Fiske conclut que l'interdépendance (l'obtention d'un résultat désiré dépend de l'interaction avec autrui, Riley et Fiske, 1991 ; Rusher et Fiske, 1990), un statut de subordonné (Dépret et Fiske, 1992), un handicap non visible (Frable, Blachstone et Scherbaum, 1990), une demande de justification (Tetlock, 1992), une perte de contrôle comme dans la dépression (Weary, Marsh, Gleicher et Edwards, 1993) sont des facteurs qui amènent les gens à donner plus de poids aux faits qu'aux attentes, à être davantage précis, davantage complexes, et à fournir davantage d'efforts dans le traitement de l'information.

Ceci ne veut pas dire qu'une sensibilité aux coûts liés aux erreurs conduit nécessairement à une plus grande exactitude. A preuve, les individus qui savent qu'ils devront justifier leur jugement examinent l'information de manière plus complexe mais donnent plus d'importance à des informations non pertinentes que d'autres qui ne s'attendent à aucune justification ; une telle réaction a été considérée comme biaisée (Tetlock et Boettger, 1989). Néanmoins, il n'est pas exagéré de dire que les études conduites dans ce cadre cherchent à montrer que l'interdépendance, par exemple, accroît l'exactitude. L'idée fondamentale à la base du raisonnement est que l'interdépendance entraîne une attention particulière aux inconsistances, et, par là, une remise en cause de l'hypothèse de départ. Les données obtenues par Dépret et Fiske (1994) concernant le subordonné qui examine le plus précisément possible les informations concernant les personnes au pouvoir ne sont pas incompatibles avec le comportement confirmatoire de l'interviewé de Snyder et Haugen (1995). Il y a en effet de nombreuses différences entre les deux paradigmes. Il est possible que Dépret et Fiske aient induit une motivation de connaissance plutôt que de facilitation chez leurs subordonnés. En second lieu, Dépret et Fiske s'intéressent au traitement de l'information par le subordonné à propos du supérieur alors que Snyder et Haugen vérifient dans quelle mesure le subordonné dans la prise de contact se conforme aux attentes du supérieur. Il est très possible que, si on lui en donnait la possibilité, le subordonné de Dépret et Fiske se conformerait aux attentes du supérieur qu'il a attentivement examinées.

Beaucoup de ces expériences opposent une situation d'interdépendance totale à une situation de non-dépendance complète, et leurs variables dépendantes concernent le traitement de l'information préalable à l'interaction. Qu'en est-il lorsque l'interdépendance est ni totale ni absente, et que la mesure est le comportement d'interaction plutôt que de traitement de l'information ? De Dreu, Yzerbyt et Leyens (1995) ont placé leurs sujets dans une situation de jeu (*prisoner's dilemma* et *chicken game*) et leur ont fait croire que leur partenaire était étudiant en théologie (et donc coopératif) ou en administration des affaires (et donc compétitif). Ce partenaire était présenté simplement par sa filière d'étude, ou par sa filière et des informations totalement non pertinentes par rapport à la coopération ou la compétition, ou encore par sa filière et des informations ambiguës qui, en elles-mêmes, ne sont pas diagnostiques de la coopération ou de la compétitivité mais peuvent le devenir quand elles sont associées à une catégorie (Hilton et Fein, 1989). Le fait de participer à des réunions, par exemple, montre que le futur théologien est très coopératif, comme il manifeste la compétitivité du futur chef d'entreprise. La variable dépendante principale était le nombre de choix compétitifs effectué par chaque sujet. Dans une telle situation à enjeu financier, on pourrait s'attendre à ce que les sujets soient particulièrement motivés à être exacts dans leur perception. En fait, la simple catégorie ou la présence d'informations ambiguës entraînent la confirmation du stéréotype. Les informations non pertinentes, par contre, effacent toutes différences entre les deux partenaires.

Ce dernier résultat est particulièrement intéressant. Si la situation de jeu est extrêmement motivante pour la perception, elle est également cognitivement compliquée pour les sujets qui doivent faire attention à une série de choses en jouant. Malgré cette charge cognitive, les sujets « diluent » leurs stéréotypes quand ils reçoivent de l'information non pertinente. En d'autres termes, ils s'abstiennent de juger stéréotypiquement quelqu'un que l'information non pertinente a individualisé, mais pour lequel la seule information diagnostique est catégorielle (Leyens, Yzerbyt et Schadron, 1994). En d'autres termes, les sujets sont aussi prompts à interpréter l'information ambiguë de manière confirmatoire qu'ils sont soucieux de ne pas stéréotyper une personne particulière. Ces résultats illustrent très bien la flexibilité qu'invoque Fiske (voir aussi Leyens, Yzerbyt et Schadron, 1994), mais il n'est pas sûr qu'elle soit due à des motivations stratégiques. Cette flexibilité est plutôt le fait d'agents sociaux qui ont appris à vivre selon les normes ambiantes de la société (voir plus loin).

La motivation due aux coûts liés à l'indécision correspond au besoin de conclusion (*need for closure*) de Kruglanski (1990). Les pressions temporelles (par exemple, Kruglanski et Mayseless, 1988 ; Pratto et Bargh, 1991) de même que le style cognitif des sujets (Webster, 1993) peuvent faire en sorte qu'une décision doive être prise rapidement. Cette rapidité court-circuitant ses ressources cognitives, le sujet serait incapable de corriger un premier jugement (Gilbert, 1989). Le même résultat peut être dû à

l'anxiété des sujets (Wicklund et Braun, 1990) ou à leur bas niveau d'estime d'eux-mêmes (Crocker et Major, 1989) qui interfèrent avec un traitement valable de l'information. La motivation liée à l'indécision conduit donc à la confirmation d'hypothèse ; ce n'est pas une motivation aussi noble que celle qui fait redouter l'erreur. Sans doute peut-on en avoir une vue plus nuancée en centrant son attention sur l'action plutôt que sur le jugement ? Gollwitzer (1990) et ses collaborateurs (Gollwitzer et Kinney, 1989 ; Gollwitzer, Heckhausen et Ratajczak, 1990) ont montré que, une fois qu'une décision est prise en vue d'une action, les gens réduisent leur ouverture d'esprit en privilégiant les informations consistantes avec leur prise de décision, et ils passent à l'acte. N'est-ce pas là la façon la plus intelligente de se comporter dans une telle situation ?

Combien de fois n'a-t-on pas vu des leaders très intelligents paralysés dans l'action parce que leur intelligence les rendait capables aussi bien de prôner une action déterminée qu'une action antagoniste ? Or, dans certaines circonstances, la motivation liée aux coûts de l'erreur doit être transcendée par une motivation de la responsabilité et, donc, de l'action. Dans cette optique, Dardenne et Leyens (1995) ont montré que des gens socialement compétents avaient davantage recours à des stratégies confirmatoires de questionnement que des gens moins compétents, et ce, surtout lorsqu'il y a un enjeu. Des sujets hauts et bas en *self-monitoring* – selon qu'ils surveillent et adaptent relativement beaucoup ou peu leurs comportements face aux demandes du contexte (Snyder, 1979) – devaient choisir des questions pour interviewer quelqu'un qui avait un statut égal ou supérieur au leur. En accord avec les prédictions, les sujets hauts en *self-monitoring* montrèrent une préférence pour les questions confirmatoires appariées à l'hypothèse en face d'un supérieur. Cette préférence était plus latente chez les sujets bas en *self-monitoring* en ceci que, à l'instar des sujets hauts en *self-monitoring*, ils rejetaient moins les questions appariées qu'ils ne rejetaient les autres types de questions.

Conclusions désirables

Une dernière classification concerne le désir d'une conclusion spécifique (Kruglanski, 1990). Kunda (1990 ; voir aussi Swann, 1990) parle, à ce propos, de conclusions désirables. A première vue, tout au moins, ces conclusions spécifiques et désirables s'opposent à une recherche impartiale d'exactitude. En fait, Kunda n'oppose pas impartialité à partialité. Sans doute les gens préfèrent-ils se juger intelligents plutôt que bêtes, mais ils ne le font pas en dépit du bon sens ; ils essaient d'appuyer ce jugement sur un raisonnement valable. Par exemple, Kunda (1987 ; Sanitioso, Kunda et Fong, 1990) a fait croire à ses sujets étudiants que l'extraversion, par exemple, était liée au succès académique. Ces sujets se disaient ensuite plus extravertis que des sujets de contrôle mais ils s'étaient également remémoré davantage de situations où ils s'étaient de fait montrés extravertis.

Arriver à une conclusion désirable peut aussi bien amener une

recherche de confirmation que d'infirmité. Ditto et Lopez (1992), par exemple, ont montré que des sujets confrontés à une conclusion dangereuse pour leur intégrité recherchaient davantage d'informations infirmatoires que d'autres sujets non confrontés à une telle menace. S'acharner en vue d'une conclusion désirable n'a rien de déraisonnable si l'on en juge par les faits divers suivant. Sans avertissement, une institution hospitalière a testé la séropositivité d'une jeune femme et lui a déclaré qu'elle avait le sida. S'en sont suivis notamment avortement et tentatives de suicide des deux conjoints alors que rien ne pouvait expliquer la présence de ce sida que l'hôpital continuait à détecter mais sans relever d'aggravations. Il a fallu près d'un an pour que le couple mette en doute le diagnostic et s'adresse à un autre hôpital qui a infirmé le diagnostic. Le genre de recherches conduites par Ditto et Lopez (1992) est susceptible de combler une des faiblesses reconnue par Hilton et Darley (1991) à propos des études quant à l'effet des buts d'interaction sur la perception. Typiquement, dans ces expériences, les buts sont manipulés mais l'information disponible reste constante. Or, le but influence très souvent le type d'information qui devient disponible. Nous verrons plus loin des exemples de recherches où l'information varie en fonction du but.

BUTS D'INTERACTION ET NIVEAUX D'ADÉQUATION DES JUGEMENTS

Après cette revue de la littérature, nous en revenons à notre distinction entre but d'exactitude et buts dérivés ou directionnels. Dans la suite de cet article, nous intégrerons les divers apports des auteurs cités en les situant dans une perspective plus large (Leyens, 1993 ; Leyens et Dardenne, 1994, 1996 ; Leyens et Yzerbyt, 1995 ; Leyens *et al.*, 1994). Tout d'abord, nous posons que, s'il y a des perceptions meilleures les unes que les autres, il n'existe pas une perception qui serait absolument exacte. Plus que cela, la perception sociale est intrinsèquement indéterminée selon nous. En effet, la perception sociale peut se définir comme la mise en correspondance de comportements, effectués dans des situations spécifiques, avec des catégories sociales. Toutefois, alors que le nombre de comportements, en tant qu'entités physiques, et de situations, en tant que contraintes spatio-temporelles, est limité, le nombre de catégories sociales, la plupart arbitraires, est illimité. La correspondance est donc indéterminée par définition et il serait vain de vouloir trouver « la » bonne réponse qui correspondrait à une réalité objective. Pour des raisons pragmatiques, c'est-à-dire pour permettre l'action et l'interaction avec autrui, le commun des mortels doit faire comme si cette réalité objective existait. C'est ce qu'ont eu tendance à faire également les chercheurs en psychologie sociale. Nous proposons de tenir compte d'autres niveaux d'adéquation du juge-

ment social que celui de la seule réalité qui relèvent de la jugeabilité sociale (Leyens, Yzerbyt et Schadron, 1992 ; Schadron et Yzerbyt, 1991). Ces autres niveaux, qui spécifient les conditions sous lesquelles il est adéquat de formuler un jugement, sont le niveau de l'intégrité personnelle et sociale, le niveau de la culture, et le niveau de la théorie (voir également Dardenne, 1994 ; Thagard, 1988).

Niveaux d'adéquation des jugements sociaux

Il est clair que le niveau de réalité est important et contraignant, même s'il est insuffisant. La formulation d'un jugement et le traitement de l'information qui le précède requièrent que l'intégrité de la personne ou de son groupe d'appartenance soit respectée. De plus, les jugements ne se forment pas dans un *vacuum social* mais dans une culture qui a des normes. Ces normes peuvent changer avec les époques. Alors que dans les années trente il était de bon ton aux États-Unis de manifester publiquement des stéréotypes négatifs vis-à-vis des Noirs (Katz et Braly, 1935), ce n'est plus du tout le cas aujourd'hui et les chercheurs ont développé des instruments sophistiqués pour mettre au jour le racisme larvé contemporain (Gaertner et Dovidio, 1986). Enfin, les jugements s'enracinent dans des théories. De même que nous avons tendance à attribuer une essence aux objets naturels comme les pierres ou les fleurs, nous attribuons également une essence aux catégories sociales. C'est cette essence, ou théorie naïve du monde, qui lie les attributs de la catégorie sociale de manière à la rendre cohérente, et qui explique les similitudes de surface par une cause profonde. Si les gens ne disposent pas de théorie, ils s'abstiendront de juger. Voyons maintenant comment ces niveaux s'articulent avec les buts de perception.

But d'exactitude et niveaux d'adéquation

Si nous reprenons à la plupart des auteurs cités plus haut un but d'exactitude, nous nous éloignons de certains d'entre eux sur deux points. Tout d'abord, nous ne partageons pas la vue selon laquelle une réponse individualisante est généralement supérieure à une réponse catégorielle. Il s'agit là davantage d'un jugement moral que d'un jugement scientifique (Anderson, 1991). Même du point de vue moral, d'ailleurs, les catégories peuvent être éminemment valables : c'est Billig (1985) qui nous rappelle que la charte des Droits de l'homme est basée sur une catégorisation. Ensuite, nous doutons que la poursuite d'un but d'exactitude mènera plus certainement à une bonne réponse qu'un but directionnel. En ce sens, nous sommes d'accord avec Snyder (1992) pour qui une motivation de connaissance est aussi susceptible de conduire à la confirmation qu'une motivation de facilitation. Évidemment, une discussion complète du désaccord nécessiterait une analyse de ce qu'est l'exactitude (voir Leyens et Dardenne, 1994). Nous nous contenterons de parler ici d'adéquation et de souligner que les auteurs ont tendance à restreindre le but d'exactitude au

niveau d'adéquation de la réalité. Selon eux, si les gens mobilisent suffisamment de ressources cognitives et motivationnelles, ils se rapprocheront de la vérité objective. Si, de fait, le niveau de la réalité est particulièrement sollicité par le but d'exactitude, les autres niveaux interviennent également. Prenons le cas de l'intégrité personnelle. Il est probable que, si les gens se sentent menacés, ils seront motivés à être particulièrement exacts.

Buts directionnels et niveaux d'adéquation

Il est sans doute vrai que les niveaux d'intégrité, de culture et de théorie interviennent de manière privilégiée pour les buts dérivés ou directionnels. Nous donnerons ici quelques exemples. Ainsi, le jugement émis sur autrui dépend sans doute en partie de l'impact de ce jugement sur l'intégrité de celui qui l'émet. Intégrité ne signifie pas que le jugement sera nécessairement biaisé, mais que le jugement sera construit de telle façon qu'il respectera, si possible, la positivité de l'image de soi et du groupe du percevant. Dans le phénomène de la surexclusion de l'endogroupe (voir Leyens, Yzerbyt et Bellour, 1993), les gens sont particulièrement préoccupés par le fait de ne pas accepter dans leur groupe un membre qui n'en ferait pas partie (par exemple, un non-aryen, un non-juif, ou un non-catholique). Il s'agit ici vraiment d'un but directionnel : ces gens n'ont que faire de la connaissance d'autrui si ce n'est de déterminer son origine catégorielle. On s'aperçoit que, dans ce genre de situation, les gens commettent des erreurs parce qu'ils ont tendance à rejeter de leur groupe des membres qui en font en fait partie (Yzerbyt, Leyens et Bellour, 1995). Ils se méfient de l'information confirmatoire ; s'ils s'en méfiaient moins, ils feraient probablement moins d'erreurs (Leyens et Yzerbyt, 1992). La motivation aux conclusions désirables de Kunda (1990) est très proche de ce que nous entendons par intégrité personnelle ; dans ce cas particulier, toutefois, ce sera soit la confirmation soit l'infirmité qui sera privilégiée, le tout dépendant de ce qui est désirable et de l'information disponible.

Fiske et von Heny (1992) ont montré également que, pour respecter leur intégrité personnelle, les gens étaient prêts soit à catégoriser et donc à confirmer, soit à individualiser et donc à se méfier de la confirmation. Ces auteurs ont classé les gens selon qu'ils surveillent relativement beaucoup ou peu leurs comportements (bas et haut *self-monitoring*). Les gens qui surveillent relativement peu leurs comportements font particulièrement attention aux informations incohérentes avec leur attente s'ils croient qu'un jugement nuancé correspond à leur personnalité. Par contre, les gens qui surveillent relativement fort leurs comportements prêtent attention aux infirmités s'ils pensent que ceci est conforme à ce que la situation sociale exige. On voit donc que le même comportement (l'attention relative aux informations cohérentes et incohérentes avec une attente) est produit par le désir des gens à conserver intacte leur identité personnelle.

En ce qui concerne le niveau de la culture, Yzerbyt et ses collègues ont trouvé que les gens s'estiment en position d'exprimer un jugement en fai-

sant attention non seulement à l'information en tant que telle, c'est-à-dire au contenu, mais également à la méta-information, c'est-à-dire à l'information qui est indépendante du contenu – comme par exemple la structure rhétorique (Yzerbyt, Schadron et Leyens, 1994), le statut du juge (Caetano et Vala, 1993), ou le fait que l'individu fasse partie d'un groupe (Schadron, 1991).

Yzerbyt, Schadron, Leyens et Rocher (1994) ont fourni une première illustration de la nécessité d'un certain appariement à la norme culturelle que doit détenir un jugement avant d'être exprimé. Dans nos sociétés, les gens sont souvent réticents quand il s'agit de juger un individu particulier à moins que de l'information personnalisée ne soit disponible (Darley et Gross, 1983). Yzerbyt et ses collaborateurs montrent que les gens utilisent néanmoins leur impression basée sur la catégorie d'appartenance quand ils pensent, à tort, que de l'information individualisante était présentée lors de la construction du jugement. Lorsque la règle culturelle semble avoir été satisfaite, le jugement catégoriel semble valide.

Une autre illustration de l'importance de ces règles culturelles (méta-information) dans les jugements sociaux est fournie par une étude de Dardenne et Yzerbyt (1996). Selon ces auteurs, lorsqu'une décision doit être prise, comme acheter une voiture ou se former une impression d'autrui, l'information doit être recherchée activement. Yzerbyt et Leyens (1991) ont d'ailleurs insisté sur le rôle actif qu'a le percevant social. Cependant, c'est généralement un sujet passif qui est l'objet des études des psychologues sociaux. Selon Dardenne et Yzerbyt (1996), un sujet qui construit activement son impression remplit grâce à cela une des conditions subjectives de la validité culturelle de tout jugement, à savoir qu'un jugement valide doit être construit par la personne elle-même. Si le jugement remplit ces conditions, il sera extrémisé et la confiance sera augmentée.

Afin de vérifier cette prédiction, Dardenne et Yzerbyt (1996) ont mené une expérience dans laquelle les sujets recevaient une attente, négative ou positive, à propos d'une personne et ensuite recherchaient activement de l'information supplémentaire ou recevaient passivement cette même information (dans un schéma expérimental « apparié »). En condition de recherche d'information, les sujets avaient la possibilité de choisir six traits de personnalité. L'expérimentateur les informait ensuite de la probabilité que chacun de ces traits s'applique à la personne cible. Dans la condition de réception d'information, par contre, les sujets recevaient les mêmes traits de personnalité, sans avoir pu les choisir personnellement. Les résultats montrent clairement que la recherche active d'information conduit les sujets à extrémiser leur impression générale de la personne cible, à montrer plus de confiance dans cette impression, et à se sentir davantage en position d'émettre un jugement.

Ces études indiquent que l'attention à la méta-information peut faire en sorte que les gens se laissent piéger par des illusions d'information (Yzerbyt *et al.*, 1994) ou par leur sentiment de contrôler leur recherche

d'informations (Dardenne et Yzerbyt, 1996). Toutefois, ils ne se laissent pas aller à ce piège sans résistance ; il faut qu'ils soient convaincus d'avoir reçu de l'information diagnostique. Si l'information individualise la cible plutôt qu'elle n'informe, les gens continueront à s'abstenir de juger (Yzerbyt, Schadron et Leyens, 1994). Il est donc vrai qu'il est facile de confirmer l'hypothèse de départ mais on voit aussi que les gens rejettent cette confirmation lorsqu'ils n'en trouvent pas la justification.

Le niveau de la théorie est également important au niveau de l'interaction. Il est probable que beaucoup de désaccords en matière de perception sociale proviennent de différences au niveau de la théorie avec laquelle travaillent les gens. Pour certains, les relations sociales s'expliquent en termes de classes sociales, pour d'autres en termes d'intelligence innée ou acquise, pour d'autres encore en termes de personnalité, ou d'idéologie, etc. Ces orientations théoriques rendent compte non seulement de l'expression ou non d'un jugement, mais aussi de sa qualité. Par exemple, les désaccords si souvent explicites concernant la perception d'un même objet, d'une même personne, ou encore d'une même situation entre les hommes et les femmes s'expliquent sans doute partiellement parce que les uns et les autres ne partagent pas les mêmes théories. Alors que les femmes semblent avoir une théorie générale du monde en termes de connexion et d'interdépendance, les hommes ont plutôt une théorie en termes de séparation et d'indépendance (Josephs, Markus et Tafarodi, 1992). Leurs définitions de soi sont aussi différentes, l'homme se représentant comme une entité individualisée alors que la femme se définit davantage en relation avec sa culture.

Les gens ne sont pas toujours experts en probabilités et accordent trop d'importance à des informations non diagnostiques (Tversky et Kahneman, 1982). L'erreur consiste ici à ne pas suffisamment tenir compte de l'hypothèse de base (mais voir Gigerenzer, 1991 ; Fiedler, 1991). Nisbett et Ross (1980) ont proposé une expérience imaginaire pour nous convaincre de la stupidité de cette erreur. Admettons que je vienne de décider d'acheter la voiture X, sur base de magazines de consommation sérieux faisant appel à des milliers de statistiques. Au cours d'une soirée, je fais part de ma décision à quelqu'un qui a eu une voiture X et qui me déconseille formellement ce choix parce qu'il a eu les pires déboires avec cette voiture. Avant la soirée, la probabilité que j'achète la voiture X était de 100 % ; ce n'est plus le cas après la soirée. L'avis de cette seule personne l'a emporté sur des milliers de chiffres. C'est stupide sauf, nous disent Miller et Cantor (1982), si ce quelqu'un est mon ami et que conserver son amitié est plus important que l'achat de la voiture X plutôt que Z. Manifestement, Nisbett et Ross fonctionnent avec une autre théorie que Miller et Cantor. Zukier et Pepitone (1984) ont pu montrer que suivant l'orientation, scientifique ou clinique, donnée à leurs sujets, ceux-ci respectaient plus ou moins bien les lignes de base. Schwarz, Strack, Hilton et Naderer (1991) ont reproduit ces résultats en suggérant que les sujets d'expérience s'attendent à ce que l'expérimentateur leur fournisse une information précise,

pertinente, suffisante, et claire (Grice, 1975 ; Schwarz, 1994). Les expérimentateurs violent souvent délibérément cette attente, mais l'orientation clinique, contrairement à l'orientation paradigmatique, suppose qu'il faut rechercher un sens dans toutes les informations – même inutiles du point de vue de l'expérimentateur – et en tirer le plus de richesse possible (Zukier, 1986 ; Ginossar et Trope, 1987).

Dans une série d'expériences récentes, Leyens, Yzerbyt et Corneille (1996) ont vérifié que l'erreur fondamentale ou le biais de surattribution nécessitait une théorie adéquate pour émerger ; si la théorie vient à manquer ou si elle est inadéquate, le biais n'apparaît pas (parce que les sujets s'abstiennent de prendre position et ne polarisent donc pas leur jugement). Très souvent, dans les expériences classiques sur la surattribution d'une attitude, cette théorie adéquate est personnologique. En effet, d'une part, les instructions insistent fortement sur la perspicacité et l'intuition clinique des juges, ce qui induit une théorie personnologique. D'autre part, et c'est ce qui fait que la théorie personnologique devient adéquate, les positions quant au thème controversé de la dissertation s'expliquent dans la tête des sujets par des facteurs de personnalité. Il n'est nullement nécessaire que la théorie adéquate soit personnologique pour que le biais apparaisse (Leyens *et al.*, 1994 ; Quattrone, 1982), mais un tel genre de théorie semble privilégié dans notre culture aussi bien par les chercheurs (Leyens, Aspeel et Marques, 1987) que par les sujets (Leyens et Dardenne, 1994). Il est fort possible que cette même théorie personnologique ait été activée dans les expériences montrant la négligence des niveaux de base (voir Kahneman et Tversky, 1973) au profit des informations individualisantes mais non diagnostiques.

Les dernières recherches citées s'éloignent à nouveau de l'interaction sociale, tant il est vrai que le comportement social a des difficultés à s'imposer en cognition sociale (La Haye, 1991). La situation de biais de surattribution se prêterait cependant très bien à une situation d'interaction sociale. Au moins deux résultats sont possibles : la situation d'interaction renforcera ou diminuera le biais. Nous formulons l'hypothèse que ces résultats dépendront de l'impression d'adéquation de la théorie naïve et de la prise de conscience ou non par les sujets de ce que leurs jugements dépendent de leur théorie naïve plutôt que du comportement de la cible. En d'autres termes, le comportement de confirmation d'hypothèse serait renforcé si l'interaction souligne le bien-fondé de la théorie sans que les sujets en prennent conscience.

CONCLUSIONS

Dans cet article, nous avons étudié les stratégies confirmatoires en fonction des buts de l'interaction sociale. Très souvent, les études de perception sociale ont été menées comme si le seul but recherché par les juges

était un but d'exactitude. D'autre part aussi, les recherches traditionnelles ont été conduites en dehors de toute interaction, comme si la perception se réduisait à la résolution intellectuelle d'un problème.

Ce recentrage sur l'interaction et la diversité des buts nuance fort le portait habituel du percevant social. Il semble bien que la confirmation d'hypothèse ne soit pas une démarche aussi déficiente qu'on a voulu le faire croire. Elle remplit, au contraire, d'importantes fonctions sociales. Cette insistance sur l'aspect pragmatique de la confirmation ne doit pas se confondre avec un relativisme utilitaire. La perception sociale est éminemment flexible parce que adaptative. Certains auteurs, comme Fiske et Taylor (1991), conçoivent les percevants comme des stratèges motivés. Personnellement, nous préférons les envisager comme des agents sociaux, c'est-à-dire des gens qui agissent avec la préoccupation que les interactions se passent bien pour eux et/ou pour autrui. A l'expression célèbre « Thinking is for doing » (James, 1890-1983 ; Fiske, 1992), on pourrait ajouter que « Judging is for interacting ».

RÉSUMÉ

Dans un premier article (Dardenne, Leyens et Yzerbyt, 1997), nous avons présenté les études de psychologie sociale qui concernent les stratégies de recherche d'informations et la confirmation d'hypothèse. Dans ce second article, nous étudions les stratégies confirmatoires en fonction des buts de l'interaction sociale. Très souvent, les études de perception sociale ont été menées comme si le seul but recherché était un but d'exactitude. Les recherches traditionnelles ont également été conduites en dehors de toute interaction, comme si la perception se réduisait à la résolution intellectuelle d'un problème. Ce recentrage sur l'interaction et la diversité des buts nuance fort le portait habituel du percevant social. Il semble bien que la confirmation d'hypothèse remplisse d'importantes fonctions sociales.

Mots-clés : recherche d'informations, confirmation d'hypothèse, buts de l'interaction sociale, cognition sociale.

BIBLIOGRAPHIE

- Anderson J. R. — (1991) The adaptive nature of human categorization, *Psychological Review*, 98, 409-429.
- Argyle M. — (1991) *Cooperation. The basis of sociability*, Londres, Routledge.
- Billig M. — (1985) Prejudice, categorization and particularization : From a perceptual to a rhetorical approach, *European Journal of Social Psychology*, 15, 79-103.
- Bruner J. S. — (1957) On perceptual readiness, *Psychological Review*, 64, 123-151.
- Caetano A., Vala, J. — (1993) *Effects of the social interaction context on social judgeability*, papier présenté à la X^e assemblée générale de la European Association of Experimental Psychology, Lisbonne.

- Copeland J. T., Snyder M. — (1989) *Effects of expectation certainty on counselors' hypothesis-testing strategies*, papier présenté au Congrès de l'American Psychological Association, Atlanta (GA).
- Copeland J. T., Snyder M. — (1995) When counselors confirm: A functional analysis, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 1210-1220.
- Crocker J., Major B. — (1989) Social stigma and self-esteem: The self-protective properties of stigma, *Psychological Review*, 96, 608-630.
- Dardenne B. — (1994) *The construction of social judgment: Perceivers as meaning makers*, manuscrit non publié, Université catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve.
- Dardenne B. — (1996) Cognition sociale et pragmatisme: une ancienne perspective et un nouveau regard, in J.-P. Leyens et J.-L. Beauvois (Édit.), *Manuel de psychologie sociale*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble (sous presse).
- Dardenne B., Leyens J.-Ph. — (1995) Confirmation bias as a social skill, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 1229-1239.
- Dardenne B., Yzerbyt V. Y. — (1996) *Implicit theory of judgment construction* (soumis pour publication).
- Darley J. M., Gross P. H. — (1983) A hypothesis-confirming bias in labeling effect, *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 20-33.
- De Dreu C. K. W., Yzerbyt V. Y., Leyens J.-Ph. — (1995) Dilution of stereotype-based cooperation in mixed-motive interdependence, *Journal of Experimental Social Psychology*, 31, 575-593.
- Dépret E. F., Fiske S. T. — (1992) Social cognition and power: Some cognitive consequences of social structure as a source of control deprivation, in G. Weary, F. Gleicher et K. Marsh (Édit.), *Control motivation and social cognition*, New York, Springer-Verlag, 176-202.
- Dépret E. F., Fiske, S. T. — (1994) *Perceiving the powerful: Intriguing individuals versus threatening groups* (soumis pour publication).
- Ditto P. H., Lopez D. F. — (1992) Motivated skepticism: Use of differential decision criteria for preferred and nonpreferred conclusions, *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 568-584.
- Erber R., Fiske S. T. — (1984) Outcome dependency and attention to inconsistent information about others, *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 709-726.
- Fiedler K. — (1991) The tricky nature of skewed frequency tables: An information loss account of distinctiveness-based illusory correlations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 24-36.
- Fiske S. T. — (1992) Thinking is for doing: Portraits of social cognition from daguerrotype to laserphoto, *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 877-889.
- Fiske S. T. — (1993) Social cognition and social perception, *Annual Review of Psychology*, 44, 155-194.
- Fiske S. T., Neuberg S. L. — (1990) A continuum of impression formation from category based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation, in M. P. Zanna (Édit.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 23, New York, Academic Press, 1-74.
- Fiske S. T., Taylor S. E. — (1991) *Social cognition*, 2^e éd., New York, McGraw-Hill.
- Fiske S. T., Von Hendy H. M. — (1992) Personality feedback and situational norms can control stereotyping processes, *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 577-596.

- Fiske S. T., Bersoff D. N., Borgida A. E., Deaux K., Heilman M. E. — (1991) Social science research on trial: The use of sex stereotyping research in *Price Waterhouse v. Hopkins*, *American Psychologist*, 46, 1049-1060.
- Frable D. E. S., Blackstone T., Scherbaum C. — (1990) Marginal and mindful: deviants in social interactions, *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 140-149.
- Frey D. — (1986) Recent research on selective exposure to information, in L. Berkowitz (Édit.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 20, New York, Academic Press, 41-80.
- Gaertner S. L., Dovidio J. F. — (1986) The aversive form of racism, in J. Dovidio et S. Gaertner (Édit.), *Prejudice, discrimination, and racism*, New York, Academic Press, 61-89.
- Gigerenzer G. — (1991) How to make cognitive illusions disappear: Beyond «heuristics and biases», in W. Stroebe et M. Hewstone (Édit.), *European Review of Social Psychology*, vol. 2, Chichester, Wiley, 83-115.
- Gilbert D. T. — (1989) Thinking lightly about others: Automatic components of the social inference process, in J. S. Uleman et J. A. Bargh (Édit.), *Unintended thought: Limits of awareness, intention, and control*, New York, Guilford, 189-211.
- Ginossar Z., Trope Y. — (1987) Problem solving in judgment under uncertainty, *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 464-474.
- Gollwitzer P. M. — (1990) Action phases and mind-sets, in E. T. Higgins et R. M. Sorrentino (Édit.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior*, New York, Guilford, 53-92.
- Gollwitzer P. M., Kinney R. F. — (1989) Effects of deliberative and implemental mind-sets on illusion of control, *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 531-542.
- Gollwitzer P. M., Heckhausen H., Ratajczak H. — (1990) From weighing to willing: Approaching a change decision through pre- or postdecisional mentation, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 45, 41-65.
- Grice H. P. — (1975) Logic and conversation, in P. Cole et J. L. Morgan (Édit.), *Syntax and semantics: Speech acts*, vol. 3, Orlando (FL), Academic Press, 41-58.
- Higgins E. T., Bargh J. A. — (1987) Social cognition and social perception, in M. R. Rosenzweig et L. W. Porter (Édit.), *Annual Review of Psychology*, vol. 38, Palo Alto (CA), Annual Reviews, 369-425.
- Hilton J. L., Darley J. M. — (1985) Constructing other persons: A limit on the effect, *Journal of Experimental Social Psychology*, 21, 1-18.
- Hilton J. L., Darley J. M. — (1991) The effects of interaction goals on person perception, in M. P. Zanna (Édit.), *Advances in experimental social psychology*, vol. 24, New York, Academic Press, 235-267.
- Hilton J. L., Fein S. — (1989) The role of typical diagnosticity in stereotype-based judgment, *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 201-211.
- Hilton J. L., Fein S., Miller D. T. — (1993) Suspicion and dispositional inference, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 19, 501-512.
- James W. — (1890/1983) *The principles of psychology*, Cambridge (MA), Harvard University Press.
- Josephs R. A., Markus H. R., Tafarodi R. W. — (1992) Gender and self-esteem, *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 391-402.
- Kahneman D., Tversky A. — (1973) On the psychology of prediction, *Psychological Review*, 80, 237-251.
- Katz D., Braly K. W. — (1935) Racial prejudice and racial stereotypes, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 30, 175-193.

- Kruglanski A. W. — (1990) Motivations for judging and knowing: Implications for causal attribution, in E. T. Higgins et R. M. Sorrentino (Édit.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior*, vol. 2, New York, Guilford Press, 333-368.
- Kruglanski A. W., Mayselless O. — (1988) Contextual effects in hypothesis testing: The role of competing alternatives and epistemic motivations, *Social Cognition*, 6, 1-20.
- Kunda Z. — (1987) Motivated inference: Self-serving generation and evaluation of causal theories, *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 636-647.
- Kunda Z. — (1990) The case of motivated reasoning, *Psychological Bulletin*, 108, 480-498.
- La Haye A.-M. de. — (1991) Problems and procedures: A typology of paradigms in interpersonal cognition, *European Bulletin of Cognitive Psychology*, 11, 279-304.
- Leyens J.-Ph. — (1989) Another look at confirmatory strategies during a real interview, *European Journal of Social Psychology*, 19, 255-262.
- Leyens J.-Ph. — (1990 a) Intuitive personality testing: A social approach, in J. Extra, A. Van Knippenberg, J. Van der Pligt et M. Poppe (Édit.), *Fundamentele sociale psychologie*, Deel 4, Tilburg, Tilburg University Press, 3-20.
- Leyens J.-Ph. — (1990 b) Confirming information in intuitive personality testing, Henry Tajfel Memorial Lecture, *British Psychological Society*, Bristol.
- Leyens J.-Ph. — (1993) Qu'est-ce qu'un bon jugement social?, in J.-L. Beauvois, R.-B. Joule et J.-M. Monteil (Édit.), *Perspectives cognitives et conduites sociales (IV): Jugements sociaux et changement des attitudes*, Neuchâtel, Delachaux & Niestlé.
- Leyens J.-Ph., Dardenne B. — (1996) Basic concepts and approaches in social cognition, in M. Hewstone, W. Stroebe et G. M. Stephenson (Édit.), *Introduction to social psychology*, Oxford, England, Basic Blackwell, 109-134.
- Leyens J.-Ph., Dardenne B., Fiske S. T. — (1996) *Is hypothesis confirmation used and useful?* (soumis pour publication).
- Leyens J.-Ph., Yzerbyt V. Y. — (1992) The ingroup overexclusion effect: Impact of valence and confirmation on stereotypical information search, *European Journal of Social Psychology*, 22, 549-569.
- Leyens J.-Ph., Yzerbyt V. Y. — (1995) The different levels of adequacy in person perception, in P. Mlicki et J. Syroit (Édit.), *A tribute to Jaap Rabbie*.
- Leyens J.-Ph. et Dardenne B. — (1994) La perception et connaissance d'autrui, in M. Richelle, J. Requin et M. Robert (Édit.), *Traité de psychologie expérimentale*, vol. 2, Paris, PUF, 81-132.
- Leyens J.-Ph., Aspeel S., Marques J. M. — (1987) Cognitions sociales et pratiques psychologiques, in J.-L. Beauvois, R. V. Joule et J.-M. Monteil (Édit.), *Perspectives cognitives et conduites sociales: Théories implicites et conflits cognitifs*, vol. 1, Cousset, Delval, 63-84.
- Leyens J.-Ph., Yzerbyt V. Y., Bellour F. — (1993) Social judgeability and motivation: The ingroup overexclusion effect, in M.-F. Pichevin, M.-C. Hurtig et M. Piolat (Édit.), *Studies on the self and social cognition*, Singapore World Scientific Publishing Co., 190-205.
- Leyens J.-Ph., Yzerbyt V. Y., Corneille O. — (1996) The role of naive theories in the production of the overattribution bias, *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 219-229.

- Leyens J.-Ph., Yzerbyt V. Y., Schadron G. — (1992) The social judgeability approach to stereotypes, in W. Stroebe et M. Hewstone (Édit.), *European Review of Social Psychology*, vol. 3, New York, Wiley, p. 91-120.
- Leyens J.-Ph., Yzerbyt V. Y., Schadron G. — (1994) *Stereotypes and social cognition*, Londres, Sage.
- McArthur L. Z., Baron R. — (1983) Toward an ecological theory of social perception, *Psychological Review*, 90, 215-238.
- Miller G. A., Cantor N. — (1982) (Revue de R. E. Nisbett, L. Ross, Human inference: Strategies and shortcomings of social judgment), *Social Cognition*, 1, 83-93.
- Neuberg S. L. — (1989) The goal of forming accurate impressions during social interactions: Attenuating the impact of negative expectancies, *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 374-386.
- Nisbett R. E., Ross L. — (1980) *Human inference: Strategies and shortcomings of social judgment*, Englewood-Cliffs (NJ), Prentice-Hall.
- Pittman T. S., Heller J. F. — (1987) Social motivation, in M. Rosenzweig et L. Porter (Édit.), *Annual Review of Psychology*, vol. 38, Palo Alto (CA), Annual Reviews, 461-489.
- Pratto F., Bargh J. A. — (1991) Stereotyping based on apparently individuating information: Trait and global components of sex stereotypes under attention overload, *Journal of Experimental Social Psychology*, 27, 26-47.
- Quattrone G. A. — (1982) Over attribution and unit formation: When behavior engulfs the person, *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 593-607.
- Riley T., Fiske S. T. — (1991) Interdependence and the social context of impression formation, *European Bulletin of Cognitive Psychology*, 11, 173-192.
- Rusher J. B., Fiske S. T. — (1990) Interpersonal competition can cause individuating processes, *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 832-843.
- Sanitioso R., Kunda Z., Fong G. T. — (1990) Motivated recruitment of autobiographical memory, *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 229-241.
- Schadron, G. — (1991) *L'impact des stéréotypes sur le jugement social: L'approche de la jugeabilité sociale*, thèse de doctorat, Université catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve.
- Schadron G., Yzerbyt V. Y. — (1991) Social judgeability: Another framework for the study of social inference, *European Bulletin of Cognitive psychology*, 11, 229-258.
- Schwarz N. — (1994) Judgment in a social context: Biases, shortcomings, and the logic of conversation, in M. P. Zanna (Édit.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 26, San Diego (CA), Academic Press, 123-162.
- Schwarz N., Strack F., Hilton D., Naderer G. — (1991) Base rates, representativeness, and the logic of conversation: The contextual relevance of « irrelevant » information, *Social Cognition*, 9, 67-84.
- Sedikides C. — (1990) Effects of fortuitously activated constructs versus activated communication goals on person impressions, *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 397-408.
- Shapiro J., Hilton J. L. — (1988) *The impact of interaction goals on expectancy confirmation*, papier présenté au Congrès de la Midwestern Psychological Association, Chicago.
- Snyder M. — (1979) The Self-Monitoring processes, in L. Berkowitz (Édit.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 12, New York, Academic Press, 86-131.

- Snyder M. — (1992) Motivational foundations of behavioral confirmation, in M. P. Zanna (Édit.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 25, San Diego (CA), Academic Press, 67-114.
- Snyder M., Haugen J. A. — (1994) Why does behavioral confirmation occur? A functional perspective on the role of the perceiver, *Journal of Experimental Social Psychology*, 30, 218-246.
- Snyder M., Haugen J. A. — (1995) Why does behavioral confirmation occur? A functional perspective on the role of the target, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 963-974.
- Swann W. B. — (1984) Quest for accuracy in person perception: A matter of pragmatics, *Psychological Review*, 91, 457-477.
- Swann W. B. — (1990) To be known or to be adored. The interplay of self-enhancement and self-verification, in E. T. Higgins et R. M. Sorrentino (Édit.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior*, vol. 2, New York, Guilford Press, 408-448.
- Swann W. B., Pelham B. W., Roberts D. C. — (1988) Causal chunking: Memory and inference in ongoing interaction, *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 858-865.
- Tetlock P. E. — (1983) Accountability and the perseverance of first impressions, *Social Psychology Quarterly*, 46, 285-292.
- Tetlock P. E. — (1992) The impact of accountability on judgment and choice: Toward a social contingency model, in M. P. Zanna (Édit.), *Advances in experimental social psychology*, vol. 25, New York, Academic Press, 331-375.
- Tetlock P. E., Boettger R. — (1989) Accountability: A social magnifier of the dilution effect, *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 388-398.
- Thagard P. — (1988) *Computational philosophy of science*, Cambridge (MA), The MIT Press.
- Trope Y., Bassok M. — (1982) Confirmatory and diagnosing strategies in social information gathering, *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 22-34.
- Tversky A., Kahneman D. — (1982) Judgments of and by representativeness, in D. Kahneman, P. Slovic et A. Tversky (Édit.), *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*, New York, Cambridge University Press, 84-100.
- Weary G., Marsh K. L., Gleicher F., Edwards J. A. — (1993) Depression, control motivation, and the processing of information about others, in G. Weary, F. Gleicher et K. Marsh (Édit.), *Control motivation and social cognition*, New York, Springer-Verlag, 255-287.
- Webster D. M. — (1993) Motivated augmentation and reduction of the over-attribution bias, *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 261-271.
- White P. — (1984) A model of the layperson as pragmatist, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 10, 333-348.
- Wicklund R. A., Braun, O. L. — (1990) Creating consistency among pairs of traits: A bridge from social psychology to trait psychology, *Journal of Experimental Social Psychology*, 26, 545-558.
- Yzerbyt V. Y., Leyens J.-Ph. (1991) Requesting information to form an impression: The influence of valence and confirmatory status, *Journal of Experimental Social Psychology*, 27, 337-356.
- Yzerbyt V. Y., Leyens J.-Ph. et Bellour F. — (1995) The ingroup overexclusion effect: Identity concerns in decisions about group membership, *European Journal of Social Psychology*, 25, 1-16.
- Yzerbyt V. Y., Schadronek G., Leyens J.-Ph. (1994) *Social judgeability and the dilution of stereotypes: The impact of information relevance and time of decision* (soumis pour publication).

- Yzerbyt V. Y., Schadron G., Leyens J.-Ph., Rocher S. — (1994) Social judgeability: The impact of meta-informational cues on the use of stereotypes, *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 48-55.
- Zajonc R. — (1960) The process of cognitive tuning in communication, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 61, 159-167.
- Zukier H. — (1986) The paradigmatic and narrative modes in goal-guided inference, in R. M. Sorrention et E. T. Higgins (Édit.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior*, vol. 1, New York, Guilford Press, 465-502.
- Zukier H., Pepitone A. — (1984) Social roles and strategies in prediction: Some determinants of the use of base rate information, *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 349-360.

(Accepté le 22 juillet 1996.)