Vincent Denault
Programme de doctorat
en communication

Sujet de recherche :
La communication non verbale

Maxime Labrecque
Programme de baccalauréat
en communication et politique

LA POLITIQUE PAR LES GESTES

Les politiciens font parler d'eux, sans qu'ils aient à dire un mot. Certains attirent davantage l'attention que d'autres. Lors des débats électoraux, leur posture ainsi que leurs expressions faciales et leurs gestes peuvent influencer l'évaluation de leur performance. De plus, lorsque leurs comportements non verbaux sont scrutés à la loupe par des individus présentés comme des experts en communication non verbale, mais qui ignorent ou négligent la recherche scientifique sur le sujet, l'évaluation effectuée par les électeurs peut être biaisée. L'influence de l'image des politiciens dépasse même les débats électoraux : elle peut aller jusqu'à prédire leur succès lors des élections.

En 1960, les candidats aux élections américaines John F. Kennedy et Richard Nixon ont pris part au premier débat présidentiel télévisé. Le comportement non verbal du sénateur démocrate lui aurait permis de se démarquer en apparaissant confiant, contrairement à son adversaire républicain, qui semblait fatigué et mal à l'aise. En effet, un sondage effectué auprès de personnes ayant regardé leur performance à la télévision donnait M. Kennedy gagnant, alors que celles l'ayant écouté à la radio attribuaient la victoire à M. Nixon[1]. Bien que ce sondage ait fait l'objet de vives critiques[2], notamment vu l'absence de contrôle de variables pouvant l'influencer, y compris la préférence politique des participants avant le débat, l'attention accordée à la communication non verbale en politique n'a depuis cessé de croître.

Le non-verbal dans les débats électoraux

La posture ainsi que les expressions faciales et les gestes des politiciens, mais également leurs caractéristiques physiques comme la forme de leur visage et vocales comme le ton de leur voix sont quelques-uns des nombreux éléments non verbaux de la communication qui transmettent de l'information aux électeurs lors des débats électoraux. Les émotions, les préférences et les intentions qu'ils peuvent communiquer sont d'ailleurs étudiées depuis les années 1960[3]. Toutefois, contrairement à ce qui peut parfois être véhiculé dans les médias, leurs significations ne sont que très rarement univoques. Par exemple, au sujet des débats présidentiels entre Donald Trump et Hillary Clinton, des textes affirmaient qu'un politicien qui ment toucherait avec sa main gauche la partie gauche de son visage[4], alors que le fait de lécher rapidement ses lèvres serait associé à « un malaise ou à un désir de retirer un commentaire[5] » (notre traduction). Pourtant, de telles affirmations n'ont fait l'objet d'aucune validation scientifique. D'ailleurs, une foule de variables peuvent influencer les comportements non verbaux des politiciens et leur interprétation, ce qui, ultimement, limite la possibilité de leur associer une même signification peu importe les personnes et les situations[6]. Par exemple, selon la croyance populaire, le détournement du regard est un signe fiable de mensonge alors que, dans les faits, autant les personnes qui mentent que celles qui disent la vérité peuvent cesser de regarder l'autre[7]. Le sujet de la conversation, l'état émotionnel d'un politicien ainsi que sa culture ne sont que quelques-uns des nombreux facteurs pouvant expliquer le détournement de son regard[8].

Ainsi, lors des débats électoraux, la méconnaissance des subtilités associées à l'interprétation du regard, entre autres, peut influencer l'évaluation de la performance des politiciens. De plus, la recherche scientifique sur la communication non verbale a établi quels comportements non verbaux spécifiques peuvent particulièrement influencer leur image. Par exemple, les signes de stress et d'inconfort, notamment l'incapacité à s'asseoir confortablement sur une chaise et la transpiration sur le menton, ont été associés à des politiciens perdants[9].

LORS DES DÉBATS ÉLECTORAUX, LA MÉCONNAISSANCE DES SUBTILITÉS ASSOCIÉES À L'INTERPRÉTATION DU REGARD, ENTRE AUTRES, PEUT INFLUENCER L'ÉVALUATION DE LA PERFORMANCE DES POLITICIENS.

Les politiciens qui présentent des expressions faciales que les électeurs jugent inappropriées peuvent, quant à eux, attirer davantage l'attention et être évalués de façon plus critique, contrairement aux politiciens qui présentent des expressions faciales que les électeurs jugent appropriées[10]. La manifestation de désaccord en secouant la tête, en fronçant les sourcils et en souriant lorsque l'adversaire parle est l'une de ces expressions pouvant être jugées inappropriées[11]. Toutefois, différents facteurs peuvent jouer sur l'effet des comportements non verbaux, notamment la préférence politique des téléspectateurs avant le débat[12].

La révision par les pairs

Lors des débats électoraux, l'évaluation de la performance des politiciens effectuée par les électeurs peut être non seulement influencée par leurs comportements non verbaux, mais également biaisée par les interventions médiatiques d'individus présentés comme des experts en communication non verbale, mais qui n'hésitent pas à recourir à des concepts n'ayant fait l'objet d'aucune validation scientifique[13]. Pourtant, depuis les années 1960, des milliers d'articles sur la communication non verbale ont été révisés par les pairs[14].

Pour rappel, lorsqu'un chercheur étudie la communication non verbale, son travail de recherche pouvant s'étendre sur plusieurs mois est mis par écrit et le manuscrit est ensuite envoyé à un journal scientifique. Après avoir fait un examen initial du texte, le directeur du journal l'envoie à des évaluateurs, c'est-à-dire à d'autres chercheurs ayant une expertise sur la communication non verbale. Parmi les issues possibles, le manuscrit peut être refusé ou accepté pour publication, auquel cas il devient un article scientifique. Dès lors, lorsque l'article est publié, non seulement les connaissances sur la communication non verbale qu'il contient ont été évaluées de façon critique une première fois, mais l'article est maintenant accessible à la communauté internationale de chercheurs qui, à son tour, peut l'appuyer et le critiquer, en révéler et corriger les failles, et ainsi contribuer au développement d'une meilleure compréhension de la communication non verbale.

Ainsi, lorsque des associations entre des états mentaux et des comportements non verbaux n'ayant fait l'objet d'aucune validation scientifique sont véhiculées dans les médias, comme celles concernant Donald Trump et Hillary Clinton mentionnées précédemment, les électeurs qui ignorent l'importance de la science et la façon de valider les connaissances scientifiques pourraient être amenés à croire, sur la base de concepts pseudo-scientifiques, qu'un candidat est un menteur, alors qu'il est peut-être l'un des plus honnêtes[15].

L'influence de l'image

Bien qu'elle se fasse particulièrement ressentir lors des débats électoraux, l'attention accordée à la communication non verbale en politique dépasse l'évaluation de la performance des politiciens. Le fait qu'un politicien soit attirant physiquement peut être bénéfique, notamment par l'obtention d'attention médiatique[16]. De plus, lors d'un conflit, des caractéristiques de son visage comme la maturité de ses traits peuvent jouer sur le fait que la population le considère ou non comme un bon dirigeant. En effet, qu'il soit un homme ou une femme, la perception d'un politicien dont les positions sont jugées plus modérées peut être affectée positivement par le fait qu'il ait un visage apparaissant plutôt mature qu'immature[17]. La beauté peut aussi lui donner un avantage électoral. Ainsi, même si elles ne permettent pas de connaître sa véritable compétence, les caractéristiques physiques d'un politicien peuvent influencer le choix d'un électeur, notamment lorsque celui-ci ne connaît ou ne reconnaît pas les politiciens[18]. L'exposition très brève à leur image peut même aller jusqu'à prédire leur succès lors d'une élection[19].

En effet, l'impression de compétence des politiciens qu'un électeur ne connaît ou ne reconnaît pas, à la suite de l'exposition à une photo de leur visage pendant moins d'une seconde, peut prédire au-delà de la chance le résultat de leur élection[20]. Autrement dit, lorsqu'il ne possède pas toutes les informations nécessaires pour se forger une opinion éclairée sur les enjeux électoraux, l'électeur peut, sans même s'en rendre compte, se rabattre sur telle impression qui se dégage de l'observation

très brève de l'image des politiciens, voire sur leurs caractéristiques vocales. Par exemple, les électeurs préfèrent généralement les politiciens – hommes ou femmes – ayant un ton de voix plus bas[21].

Ainsi, plutôt que de s'informer et d'écouter les candidats, leurs réponses aux questions posées, et de se renseigner quant à leurs positions sur les enjeux électoraux, les électeurs semblent parfois privilégier la forme au fond.

La forme contre le fond

Lors de l'important exercice démocratique du droit de vote, la raison voudrait que les politiciens soient évalués sur la base d'aspects précis de leurs actions passées, plutôt que sur la base d'une impression de compétence. Pourtant, l'effet des comportements non verbaux des politiciens peut se faire ressentir tant au moment de l'évaluation de leur performance lors des débats électoraux qu'au moment des élections. À cette influence peut s'ajouter celle des interventions médiatiques où, par exemple, sont associés sans preuve scientifique des états mentaux à la posture ainsi qu'aux expressions faciales et aux gestes des politiciens. Ainsi, plutôt que de s'informer et d'écouter les candidats, leurs réponses aux questions posées, et de se renseigner quant à leurs positions sur les enjeux électoraux, les électeurs semblent parfois privilégier la forme au fond. Pour limiter un tel effet, les interventions médiatiques où sont véhiculés des concepts sur la communication non verbale n'ayant fait l'objet d'aucune évaluation par les pairs devraient être écartées. Bien qu'une telle mesure ne puisse probablement pas accentuer à elle seule la motivation des électeurs à rechercher les informations nécessaires pour se forger une opinion éclairée sur les enjeux électoraux, elle demeure néanmoins un premier pas afin d'éviter que la politique ne soit déterminée que par des gestes que les politiciens ne peuvent contrôler. ◎

RÉFÉRENCES

[1] Druckman, J. N. (2003). The power of television images: The first Kennedy-Nixon debate revisited. *The Journal of Politics, 65*(2), 559-571.

Vancil, D. L. et Pendell, S. D. (1987). The myth of viewer-listener disagreement in the first Kennedy-Nixon debate. *Communication Studies, 38*(1), 16-27.

[2] Chaffee, S. (2000). Book review: Televised presidential debates and public policy. *International Journal of Public Opinion Research, 12*(3), 333-335.

Schudson, M. (1995). *The Power of News.* Cambridge, Royaume-Uni : Harvard University Press.

Zaller, J. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion.* New York, N. Y. : Cambridge University Press.

[3] Matsumoto, D., Hwang, H. C. et Frank, M. G. (2016). *APA Handbook of Nonverbal Communication.* Washington, D. C. : American Psychological Association.

[4] KTRK Houston and Southeast Texas News. (2016). First presidential debate: Reading their body language. *ABC13 News.* Repéré à http://abc13.com/news/first-presidential-debate-reading-their-body-language/1526426/

[5] Staahl, D. (2016). Trump, Clinton largely on message with body language, expert says. *Arizona's Family: Phoenix News.* Repéré à http://www.azfamily.com/story/33255684/trump-clinton-largely-on-message-with-body-language-expert-says

[6] Harrigan, J. A., Rosenthal, R. et Scherer, K. R. (2005). *The New Handbook of Methods in Nonverbal Behavior Research.* New York, N. Y. : Oxford University Press.

[7] The Global Deception Research Team. (2006). A world of lies. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 37*(1), 60-74.

[8] Burgoon, J. K., Guerrero, L. K. et Floyd, K. (2010). *Nonverbal Communication.* Boston, Mass. : Pearson.

[9] Bucy, E. P. (2016). The look of losing, then and now: Nixon, Obama, and nonverbal indicators of opportunity lost. *American Behavioral Scientist, 60*(14), 1772-1798.

[10] Gong, Z. H. et Bucy, E.P. (2016). When style obscures substance: Visual attention to display appropriateness in the 2012 presidential debates. *Communication Monographs, 83*(3), 349-372.

[11] Seiter, J. S. et Weger, H., Jr. (2005). Audience perceptions of candidates' appropriateness as a function of nonverbal behaviors displayed during televised political debates. *Journal of Social Psychology, 145*(2), 225-236.

[12] Bucy, E. P. (2011). Nonverbal communication, emotion, and political evaluation. Dans E. Konijn, K. Koveling et C. von Scheve (dir.), *Handbook of Emotions and Mass Media* (p. 195-220). New York, N. Y. : Routledge.

[13] Lardellier, P. (2017). *Enquête sur le business de la communication non verbale : une analyse critiques des pseudosciences du « langage corporel ».* Caen, France : EMS.

[14] Plusquellec, P. et Denault, V. (sous presse). The 1000 most cited papers on visible nonverbal behavior: A bibliometric analysis. *Journal of Nonverbal Behavior.*

[15] Bond, C. F. et DePaulo, B. M. (2008). Individual differences in judging deception: Accuracy and bias. *Psychological Bulletin, 134*, 477-492.

[16] Waismel-Manor, I. et Tsfati, Y. (2011). Why do better-looking members of Congress receive more television coverage? *Political Communication, 28*(4), 440-463.

[17] Tal-Or, N. et Waismel-Manor, I. (2017). The right faces for right-wing and left-wing politicians. *International Journal of Public Opinion Research*, edw034. https://doi.org/10.1093/ijpor/edw034

[18] Antonakis, J. et Eubanks, D. L. (2017). Looking leadership in the face. *Current Directions in Psychological Science, 26*(3), 270-275.

Todorov, A., Mandisodza, A. N., Goren, A. et Hall, C. C. (2005). Inferences of competence from faces predict election outcomes. *Science, 308*(5728), 1623-1626.

[19] Dumitrescu, D. (2016). Nonverbal communication in politics: A review of research developments, 2005-2015. *American Behavioral Scientist, 60*(4), 1656-1675.

[20] Olivola, C. Y. et Todorov, A. T. (2010). Elected in 100 milliseconds: Appearance-based trait inferences and voting. *Journal of Nonverbal Behavior, 34*(2), 83-110.

[21] Klofstad, C. A. (2017). Candidate voice pitch influence election outcomes. *Political Psychology, 37*(5), 725-738.