Cahiers de Psychologie Politique

N° 12 | 2008
Discours et propagande Janvier 2008

L’orateur e(s)t le geste. Les effets de l’expressivité non verbale des leaders politiques

Patrice GEORGET

Édition électronique :
URL :
https://cpp.numerev.com/articles/revue-12/1087-l-orateur-est-le-geste-les-effets-de-l-expressivite-non-verbale-des-leaders-politiques
DOI : numerev_235
ISSN : 1776-274X
Date de publication : 08/01/2008

Cette publication est sous licence **CC BY-NC-ND** (Attribution - No commercial - No derivatives).

Pour **citer cette publication** : GEORGET, P. (2008) L’orateur e(s)t le geste. Les effets de l’expressivité non verbale des leaders politiques. *Cahiers de Psychologie Politique*, (12). https://doi.org/10.34745/numerev_235

Mots-clés :

L'orateur.C'est avec ce titre que Pierre Marcelle, chroniqueur du journal *Libération*, introduisait son billet d'humeur du 27 mai 2002 consacré au premier ministre de l'époque. Ecoutons le : « *Avec ses mains épaisses, il scande sa pensée lourde, et sa ponctuation membrée vaut un non programme. Chez lui, littéralement, le verbe se fait chair : les doigts se joignent et déjoignent et rejoignent pour donner au phrasé binaire qu'ils tricotent l'illusion d'un raisonnement ; les avants bras dessinent dans l'air des arrondis d'une amplitude qui n'a d'égale que l'enflure de son discours, et les poings, qui devraient se lever et s'abattre pour rythmer le propos, montent et descendent pour ne brasser que de l'air. (...) Il croit que le « terrain » veut cette gestuelle sonore, laquelle, à contretemps et à contre-pied, percute et complique ces mots de bois dont on fait les langues. Sa rhétorique sénatoriale fait ce qu'elle peut avec ce qu'elle a ; ayant peu à moudre, elle peut peu. (...) Dans ces moments, ses bras, ses mains, ses doigts s'affolent en suppliques et prières* ».

Texte abusif d'un journaliste polémique ou analyse éthologique avisée ? Par analogie mais aussi différenciation, arrêtons nous l'analyse de l'expressivité d'un autre de nos anciens premiers ministres, réalisée par une linguiste, Geneviève Calbris (2003, 52) : « *Le démarrage de chaque émission est plutôt pénible. Avant qu'on ne l'interroge, la caméra le surprend, visage figé, sérieux, tendu, comme en situation d'examen, buste droit, mains symétriquement posées à plat sur la table. Par la suite, l'interaction agit et la détente vient avec. Le corps entier se met à participer à cette interaction, mais sans abus. Bien campé sur son siège, s'y adossant rarement, il est toujours prêt à réagir, veste ouverte pour être libre de ses mouvements, qu'il aura amples et symétriques. (...) Revers de la médaille, de fugitifs réflexes d'agacement ne peuvent échapper au téléspectateur. Ce qui le renforcera dans l'impression d'une gestuelle non dictée par des conseillers en communication* ». On le voit, le diagnostic de l'auteur oscille entre description et interprétation, entre analyse de la production et évaluation des effets sur l'auditoire. Doit-on considérer que la finesse de l'analyse prétend anticiper les effets en réception ? Rien de moins sûr : « *On peut mesurer les performances d'un œil, mais on ne peut pas mesurer la force d'un regard, on peut calculer la distance qui sépare des individus qui s'entretiennent et en tirer des indications sur leur mœurs, mais on ne peut pas calculer l'intensité avec laquelle un acteur ou un orateur s'impose à l'auditoire* ». Roustang (2000). Pourtant, des traditions de recherches tentent de comprendre les effets de l'expressivité non verbale, avec plus ou moins de succès ou de réductionnisme

dans l'approche. Leur objectif consiste à construire une grille de lecture de l'expressivité des orateurs dans le but d'en anticiper les effets sur l'auditoire, tel un chef d'orchestre dont chaque mouvement entraîne un effet prévisible et incontestable : « *Il n'est pas d'expression plus concrète de la puissance que l'activité du chef d'orchestre. Le moindre détail de son attitude en public est caractéristique, ses moindres gestes projettent une clarté sur la nature de sa puissance. (…) Il a les lois sous la main, c'est la partition* » (Canetti, 1960). Les lois auxquelles s'intéressent les chercheurs qui travaillent sur les effets du non verbal ne sont pas explicites telles des partitions, à la fois car elles sont imprégnées de codes culturels complexes et souvent « invisibles » (L'école de Palo Alto en témoigne), mais aussi parce que finalement lorsqu'on s'intéresse au « non verbal » on ne sait pas vraiment à quoi on s'intéresse précisément, si ce n'est à la négation de son soi-disant contraire, le « verbal », dont on connaît d'ailleurs l'extrême complexité.

On ne saurait pourtant trop négliger l'importance accordée à l'expressivité corporelle depuis le début du siècle dans l'étude de l'influence sociale. Selon les approches disciplinaires, les interprétations sont plus ou moins subjectives, hasardeuses ou prudentes, globales ou micro-descriptives. Que dit la psychologie sociale des effets de l'expressivité gestuelle et plus globalement non verbale ? Cette discipline a aussi ses pamphlétaires, qui quoi que plus modestes, ne se privent pas de touches humoristiques dans les intitulés des articles scientifiques consacrés à la question. Citons-en quelques uns : « *Les orateurs ont-ils intérêt à s'épiler les sourcils ? Influence d'indices non verbaux sur les processus persuasifs* » ; « *Look at me when I'm influencing you : nonverbal messages and persuasion* » ; « *Smile and (half) the world smiles with you, frown and you frown alone* ».

L'étude des effets des facteurs non verbaux et para verbaux n'est pas en reste dans le champ politique, surtout en Amérique du Nord. Les thèmes de recherches sont d'une variété et d'un raffinement qui peut laisser perplexe le lecteur non avisé, citons par exemple : « *Spectral analysis of candidates' nonverbal vocal communication: predicting U.S. presidential election outcomes* » ; « *Emotional responses to the nonverbal behavior of French and American political leaders* ».

Comment mettre de l'ordre dans cette extrême hétérogénéité de recherches ? Quel est le contenu de ces articles scientifiques ? Que peut-on en extraire ? On y trouve des résultats intéressants et parfois inattendus sur les effets de la communication non verbale, comme par exemple chez Ciccotti (2004), qui montre que dans certaines conditions, l'activité des sourcils d'un orateur est susceptible de favoriser l'adhésion d'un auditoire au thème du discours, et ce indépendamment de la force des arguments contenus dans le discours …! On y trouve aussi des analyses fines sur les déterminants du leadership, du charisme et des jugements personnologiques portés au droit des hommes politiques. Ces travaux supportent l'idée que le leadership n'est pas une caractéristique intrinsèque de certains individus, mais bien au contraire un processus dynamique dont les ressorts restent encore à expliciter. Avant de détailler les résultats les plus significatifs des recherches pré-citées, nous devons par conséquent nous interroger sur les différentes acceptions du phénomène de leadership, car son

développement est probablement un des enjeux majeurs pour tout homme politique contemporain. Guidé par les conseillers en communication, nouveaux rhéteurs de la scène publique, celui-ci affine ses stratégies de présentation pour devenir aux yeux du public le nouveau leader naturellement voué à occuper les fonctions qu'il brigue.

La fabrication d'un leader ?

Est-il possible de décrire un leader ? Comme le rappelle Oberlé (1995), il semble qu'un dénominateur commun fédère les différentes acceptions du leader : il s'agit de la personne qui, dans un groupe, a le plus d'*influence*. Ceci ne répond pas à la définition des caractéristiques d'un leader, en particulier aux raisons de son influence. En fait de nombreuses études issues de disciplines différentes tentent, depuis la première moitié du XXème siècle, d'apporter une définition consensuelle du leader. Certaines approches proposent de placer le leadership comme *variable personnelle*. Dans ce cadre, on considère que certains individus seraient dotés de caractéristiques quasi universelles qui feraient d'elles des leaders. Par exemple, Lévy-Leboyer (2003) montre que les leaders qui réussissent sont énergiques, font preuve d'intelligence et de compétence sociale (aptitude à communiquer, écouter et développer des relations). Rien que de très banal en somme ! Est-ce à dire que les leaders existent par essence ? En fait s'il est indiscutable que les leaders existent, ce n'est peut-être pas sous la forme de variable personnelle, mais bien plutôt comportementale ou situationnelle. En effet, plutôt que de tenter de définir le leader à travers des traits et caractéristiques intrinsèques, des auteurs ont proposé des approches plus indirectes. Ainsi chez certains auteurs le leader se reconnaîtra à travers ce qu'il fait (son comportement) et dans un contexte dans lequel il peut être reconnu en tant que tel (la situation). Par exemple Dorna (1998) reprend la typologie d'un chercheur nord-américain, B. Bass (1990), pour qui le leadership se reconnaît dans la forme de *transaction* qu'il réalise avec son public. Il évoque quatre stratégies transactionnelles :

- L'inspiration : le leader incite les membres du groupe à se dépasser eux-mêmes pour la réussite de l'ensemble.

- La considération : le leader agit comme un mentor auprès de ceux qui ont besoin d'aide pour se développer.

- L'encouragement : le leader stimule de nouvelles manières d'envisager le changement de croyances et de valeurs.

- L'identification : le leader représente, à la fois, l'incarnation d'un projet collectif et l'adhésion du plus grand nombre.

On le voit c'est en terme d'*effet* que le leader est repéré, et non pas à travers des dispositions personnelles délimitées qui seraient considérées comme stables. Dit autrement pour arriver à ces mêmes effets on peut imaginer des stratégies différentes, donc des dispositions différentes. Cette façon d'aborder le phénomène du leadership permet de prendre en compte la représentation des membres d'un groupe dans la définition d'un leader : ce dernier existe parce qu'il est perçu en tant que tel par les membres du groupe dont il est le « chef ». Dans cette perspective un individu peut se révéler en tant que leader parce que les autres lui attribuent (parfois progressivement et même implicitement : c'est ce que l'on appelle le suivisme) les caractéristiques du leader, que celui-ci va accepter de porter ou pas.

Il existe ainsi une pluralité de circonstances dans lesquelles un individu peut s'imposer, être reconnu, être imposé, ou encore apparaître comme leader. Dit simplement, les leaders ont-ils des caractéristiques personnelles, ou bien l'occasion fait-elle le 'larron' ? Nous allons dans un premier temps tenter de montrer que c'est l'interaction entre ces deux points de vue qui permet de décrire au mieux le leader.

Leader et variable personnelle

Un simple constat permet de montrer que l'approche centrée sur les caractéristiques de l'individu est vraie. Gergen & Gergen (1984) citent une étude (facile à répliquer d'ailleurs) qui analyse la corrélation entre le salaire moyen et la taille de salariés nord-américains. Voici les résultats, compte tenu que les personnes dont le salaire a été évalué en 1943 sont les mêmes qu'en 1968, soit 25 ans plus tard.

Taille de 17 000 hommes	Salaire annuel moyen en 1943 en $	Salaire annuel moyen en 1968 en $
1,61-1,65	3 500	14 750
1,66-1,70	3 750	16 500
1,71-1,75	3 900	17 000
1,76-1,80	3 900	17 500
1,81-1,85	4 100	19 000
1,86-1,90	4 000	18 500
1,91-1,95	3 700	19 500

En 1943, le salaire des jeunes hommes est sensiblement le même quelle que soit leur taille. Par contre 25 ans plus tard, ils n'ont pas tous évolué de la même façon : les plus grands ont bénéficié d'une plus importante augmentation de leur salaire que les plus petits ! Descriptivement, tous les 2,5 cm au-dessus de 1,60m valent à peu près 370$ par année !! Ce résultat est conforté par des observations classiques dans la tradition psychosociologique : lorsque l'on demande aux citoyens d'un pays d'estimer la taille de leur président de la république, ils la surévaluent de 5 à 10 cm, tout comme son poids et l'appréciation de son apparence physique. Pour futile qu'apparaisse ce dernier exemple, il révèle que le leadership ne se situe pas tant chez le leader que chez celui qui va lui prêter les caractéristiques du leader.

On note un même processus à propos des traits de personnalité : un leader est

représenté comme un individu qui a confiance en lui, qui est équilibré, peu anxieux, moins tendu, moins rigide. Mais ceci reste une représentation idéale : dirions-nous ceci de Napoléon, Hitler, Gandhi, Bush (rappelons nous que ce dernier a été élu parce que des millions de personnes lui ont attribué un leadership) ? En effet lorsque l'on passe à des exemples de leaders réels ces représentations s'effondrent : elle ne sont qu'idéales et ne décrivent pas les traits communs à tous les leaders. D'ailleurs ces constats conduisent à décrire des typologies de leaders à la convergence de traits et de situations sociale spécifiques : charismatiques, technocratiques, machiavéliques (Dorna, 1998, 2004).

Leader et situation

La plupart des gens ont-ils le potentiel d'être leader si les circonstances le permettent ? Le même individu sera-t-il un excellent leader occasionnel dans un contexte et pas dans un autre ? En fait les cibles sont pour beaucoup dans ces choix. Prenons l'exemple des leaders d'opinion : Rouquette (1994) propose de distinguer trois types de guides :

- le leader proche des personnes qu'il va influencer (un ami, un collègue, un membre de la famille…) : c'est un leader occasionnel, peu repérable, qui ne met pas en avant de référence idéologique, sinon très vagues. Il utilise dans son discours des expériences directes, des exemples concrets, simples, non spécialisés, de niveau de langue conforme aux pratiques de son milieu social. Il fonde son discours sur sa crédibilité « domestique » ou « vicinale », donc sur la confiance que l'on développe vis-à-vis des gens qui nous sont affectivement proches.

- le leader pédagogue : il occupe une position (formelle ou non) dans une hiérarchie de responsabilité ou de savoir (il est enseignant, travailleur social, responsable associatif, religieux, écologiste…) et est donc à la fois semblable et différent de ceux qui l'écoutent. Il propose un argumentaire accessible, illustré dans le but de faire évoluer le groupe. Les connaissances sont plus spécialisées, voire théoriques, le langage déjà emprunt d'idéologie.

- le leader polémique : il se confond avec le militant qui explique en référence à un conflit. Sa fonction est d'affirmer l'identité du groupe et d'organiser ses croyances. C'est le leader politique, syndicaliste, l'alter mondialiste.

Une même personne peut bien entendu endosser les trois rôles (par intrication des trois systèmes (le discours politique amical entre collègues) ou bien par manipulation (se faire passer pour un ami pour militer : ce sont les « agents d'influence » qui agissent dans la « lutte subversive »).

L’important est de retenir que ces leaders ne prennent corps que dans un système de communication spécifique, et que le bon leader dans un système peut s’avérer un piètre guide dans un autre.

Ainsi, entre le leader de l’approche personnaliste et le leader « situationniste », comment s’y retrouver ? En fait le leader peut se définir à partir du croisement entre un environnement de variables personnelles, plus ou moins stables, et de variables de situations. Dit autrement, c’est la bonne personne au bon moment. Cette perspective est défendue par Fiedler (1981), qui s’inspire des travaux de Blake et Mouton (1964) pour défendre une typologie dans laquelle il propose non pas un, mais deux types de leaders personnalistes : le leader centré sur la tâche (qui se consacre à l’atteinte des objectifs du groupe : il va utiliser des stratégies de leadership pour que le travail à faire soit effectué), et le leader centré sur l’interaction (qui se préoccupe de maintenir des relations positives entre les individus). Fiedler montre que très peu d’individus peuvent exercer les deux styles de leadership. Ce qui est important dans la perspective de Fiedler, c’est que le succès de l’une ou l’autre de ces deux stratégies va dépendre de la situation dans laquelle elle s’exerce : il n’existe pas un bon mode de leadership en tant que tel, mais des modes adaptés aux situations. De façon plus précise, Fiedler montre que les leaders qui sont préoccupés par les relations positives entre les personnes réussissent bien lorsqu’une situation ne favorise pas clairement le succès (situation peu structurée, demandant de la créativité, de l’innovation), alors que les leaders qui sont orientés vers la tâche réussissent bien lorsqu’une situation favorise clairement le succès ou semble conduire à un échec (situation très structurée, production vers un but planifié dans lequel les exécutant ont peu de marge de manoeuvre).

Toutes ces approches nous enseignent que le statut de leader n’est pas un acquis : quand bien même un individu se voit porteur de caractéristiques personnelles qui vont favoriser l’expression de son leadership, encore faut-il qu’il use de stratégies lui permettant de se faire reconnaître et accepter en tant que tel. Ces stratégies sont basées sur l’exercice de la persuasion, dont le champ politique offre un terrain d’observation particulièrement fructueux. Nous allons consacrer la seconde partie de ce travail à l’étude des caractéristiques persuasives qui fondent l’expression du leadership. Compte tenu de la grande diversité des stratégies étudiées, nous focaliserons notre propos sur le rôle de l’expressivité non verbale dans la persuasion politique, le discours oral ou écrit ayant donné lieu à de vastes analyses minutieuses (Ghiglione, 1997 ; Ghiglione & Bromberg, 1998 ; Trognon, 1997 ; Marchand, 2004 ; Bonnafous & al., 2003).

Communication non verbale et persuasion

L’étude académique des effets des paramètres non verbaux des communications persuasives a débuté il y a une trentaine d’années. Les recherches, qui se sont particulièrement focalisées sur la crédibilité attribuée aux orateurs, ont permis de mettre en évidence la façon dont certains comportements non verbaux d’un locuteur

étaient susceptibles d'entraîner une attribution de compétence, confiance, dynamisme ou encore de sérieux. Ces problématiques s'inscrivent dans la droite ligne des recherches sur les effets de source dans la tradition de l'école de Yale (Hovland & al., 1953).

Contrairement au discours, les paramètres non verbaux sont difficilement manipulables expérimentalement, à la fois pour des raisons techniques et théoriques. Ainsi, les recherches se sont principalement centrées sur les aspects paraverbaux (intonation, expression faciale, direction du regard), posturaux et proxémiques du non verbal (Ifert & Gibbons, 1999). Ces travaux ont par exemple mis en évidence le rôle de la voix (hauteur de la voix, débit et articulation) dans la perception de la crédibilité d'un orateur : Addington (1971) montre qu'une articulation claire entraîne une augmentation de crédit, d'honnêteté et d'empathie. D'autres variables entraînent des effets négatifs, c'est le cas de la nasalité ou des sons gutturaux. Ces effets sont bien entendu fortement contextuels : Pearce & Concklin (1971) montrent que des individus peuvent décrédibiliser un orateur parce qu'il n'utilise pas les mêmes indices que les sources qu'ils connaissent et qu'ils jugent habituellement crédibles. L'effet du non verbal est donc un phénomène complexe qui ne s'explique pas seulement à travers la présence ou l'absence d'indices dans l'absolu, mais aussi, et souvent surtout, par leur présence ou absence en référence à une pratique et à des normes sociales.

Néanmoins il semble que certains résultats traversent les contingences contextuelles : dans une méta-analyse réalisée sur plus de quarante recherches, Segrin (1993) révèle des corrélations positives entre fixité du regard, toucher, proximité et compliance (c'est-à-dire consentement comportemental). Buller & Aune (1992) montrent que la vitesse d'élocution est associée de façon récurrente et positive à une position dominante et entraîne plus facilement la soumission comportementale.

Avec l'évolution technologique, les moyens d'étude du non verbal se sont considérablement développés. Les recherches qui sont actuellement menées ont pour projet de croiser les indicateurs dans le but de mettre en évidence des patterns de différents registres non verbaux plutôt que la simple présence ou absence d'une série d'indicateurs de même niveau. Il s'agit d'une perspective multimodale dans laquelle la voix, l'expression faciale, le regard, la proxémie et la posture sont appréhendés en interaction. Si elle a l'avantage de l'exhaustivité, cette perspective entraîne une grande complexité dans la compréhension des mécanismes non verbaux qui fondent la persuasion et contribuent à l'expression du leadership. Néanmoins, certains résultats saillants méritent d'être relevés car ils peuvent être expliqués par des développements théoriques solides. Nous nous appuierons sur deux approches : d'une part l'étude des indices non verbaux appréhendés dans les modèles théoriques de la persuasion, et d'autre part les modèles de la gestualité tels qu'ils sont développés par la psychologie sociale contemporaine.

Le rôle de l'implication de l'auditoire

On sait que les effets du comportement non verbal d'un orateur dépendent en grande partie de l'implication des cibles de la communication. Ces résultats sont observés dans de nombreuses recherches sur l'attribution de crédibilité et de pouvoir (voir la revue de Schwartz, Tesser & Powel, 1982). Ils s'expliquent par le fait que dans certaines situations, les individus-cibles des messages persuasifs s'appuient sur des indices non verbaux simples ou limités, traités de façon non délibérée, pour construire leur jugement. En fait, il semble bien que tout dépend des conditions de réception : les patterns non verbaux que nous avons recensé ci-dessus fonctionnent comme des indices dont le rôle est déterminé par le type de traitement de l'information dans lequel les individus vont se trouver impliqués. Cette perspective est conforme avec l'approche de Petty & Cacioppo (1981 ; Petty & Wegener, 1999) dans leur analyse des mécanismes de persuasion. Dit brièvement, il est aujourd'hui couramment admis en psychologie sociale que deux voies sont possibles dans le traitement de l'information persuasive : selon leur motivation et leur capacité, les individus vont réaliser un traitement de l'information dit périphérique ou un traitement dit central. Le premier correspond à un investissement très faible dans le contenu du message, il apparaît dans les conditions de faible implication (faible intérêt, distraction, surcharge d'informations…) : exposés au message persuasif, les individus fondent leur attitude à partir de la présence ou de l'absence d'indices simples (source connue ou non, esthétique d'une annonce, quantité d'arguments, applaudissements, humour…). Au contraire, avec un traitement central (forte implication, enjeu élevé de la situation…) les attitudes sont élaborées à partir de l'analyse approfondie du contenu sémantique du message. Dans cette perspective on observe que certains patterns non verbaux sont traités comme des indices périphériques et entraînent donc un effet persuasif uniquement dans le cas où les individus s'investissent dans un traitement périphérique, donc peu profond. C'est par exemple le cas dans la recherche récente de Ciccotti (2004), qui montre que l'activité des sourcils d'un orateur entraînera un effet persuasif auprès d'un auditoire peu impliqué, mais aucun effet auprès d'un auditoire impliqué. Il en est de même chez Miller & al. (1976), qui montrent qu'un orateur qui parle vite est d'autant plus convainquant que l'auditoire est peu impliqué, ou chez Huddleston (1986), qui manipule des indices comportementaux contre-normatifs (évitement du contact visuel direct, aucun sourire, changement intempestif de posture …). Ces effets ont été analysés en profondeur dans des contextes variés (par exemple en publicité) et font apparaître qu'il existe plusieurs voies persuasives, et que par conséquent on ne peut prévoir *a priori* les effets d'un message persuasif puisque la façon dont l'auditoire va le recevoir s'avère un facteur surdéterminant (Georget, 2004a, b).

Néanmoins, ces résultats ne peuvent se comprendre que dans un contexte où les indices non verbaux utilisés ont véritablement le rôle d'indice périphérique, c'est-à-dire qu'ils ne sont pas véritablement porteurs de signification (par étayage, substitution ou renforcement) lié au contenu discursif. Il faut avouer que cette situation est particulièrement rare. C'est pourquoi dans certaines recherches le comportement non verbal entraîne des effets même auprès d'un auditoire impliqué. Par exemple, Marsh &

al. (1997.) montrent que chez des sujets fortement impliqués par le thème, le traitement du contenu du message est d'autant plus élevé que le comportement non verbal qui lui est associé était négatif. La conclusion de Marsh & al. (Ib., p 577) est tout à fait suggestive : « Les modèles actuels de la persuasion sont probablement inadéquats pour prédire les effets du comportement non verbal, (…) la voie la plus importante pour comprendre l'impact du comportement non verbal est de comprendre comment il interagit avec l'interprétation du message verbal ».

En accord avec ces résultats et conclusions, nous défendons l'idée que le rôle du non verbal ne peut être appréhendé que dans ses liens avec le discours. Il est remarquable de constater que dans la grande majorité des recherches citées le statut du non verbal est considéré de façon indépendante au verbal, le premier étant assujetti au second. C'est souvent à cause de cette posture théorique que tant de recherches se sont penchées sur le registre paraverbal. Pourtant quelques auteurs contemporains qui travaillent sur les études de crédibilité (par exemple Ifert & Gibbons, Ib.) envisagent la mise en place de travaux destinés à évaluer les effets de l'*interaction* entre les registres verbaux et non verbaux.

Le rôle du lien verbal / non verbal

Il n'en reste pas moins que pour ouvrir une telle perspective, il faut disposer d'une théorie intégrée de la communication, dans laquelle les registres verbaux et non verbaux fonctionnent selon une relation d'équivalence, et non pas selon une relation de subordination du non verbal au verbal. Cette approche théorique est disponible si l'on s'intéresse à la gestualité. Par exemple McNeill (1992, 2000) propose une typologie des gestes selon qu'ils sont associés à la parole (gestes dits co-verbaux) ou indépendants. On trouve parmi les gestes co-verbaux les **iconiques** (gestes qui véhiculent par leur forme et par leur mouvement le contenu relatif au contenu linguistique concomitant, par exemple le geste de l'escalier en colimaçon), les **métaphoriques** (images des notions abstraites, ils diffèrent des iconiques par l'impossibilité de présenter visuellement ce qu'ils véhiculent, par exemple le geste de la solidarité dans la jonction des deux mains), les **déictiques** (pointages qui servent à indiquer les objets ou événements du monde concret, ils jouent aussi un rôle important quand il n'y a rien objectivement à pointer, pour les objets absents ou les objets abstraits), et enfin les **battements** (rythme l'énoncé verbal, sans ajouter d'image supplémentaire). Parmi les gestes indépendants de la parole, on trouve les **adaptateurs** (par exemples les auto-contacts), les **emblèmes** (gestes d'insultes, d'éloges), et les **cohésifs** (gestes qui servent à lier des parties du discours qui sont reliées thématiquement mais séparées temporellement. Tandis que les battements mettent en évidence la discontinuité des séquences temporelles, les gestes cohésifs montrent la continuité).

Dans les années 80 une version simplifiée de cette typologie a montré toute sa pertinence dans l'étude des discours sociaux, en particulier dans le discours politique, il s'agit du modèle « MAP », élaboré par le Groupe de Recherche sur la Parole de l'Université Paris 8 (Argentin & Ghiglione, 1986 ; Argentin, 1989). Ce modèle part d'un

principe proche de l'analyse de McNeill : « ce n'est que dans un contexte d'ensemble des systèmes de signe, lui-même intégré dans un contexte d'interaction, que le sens pourra se former » (Argentin, Ib., 177). Dit autrement, un geste ne peut être catégorisé en lui-même, car tout dépend du contenu discursif qui l'accompagne.

Cette catégorisation comporte trois registres gestuels, d'une part les Métaphoriques (M) qui procèdent par analogie avec le contenu discursif (par exemple le fait d'ouvrir les bras en parlant d'un objet de grande taille) ; les Adaptateurs (A), sans rapport direct avec le contenu verbal (par exemple les gestes d'auto-contact ou de manipulation d'objets) ; et les Ponctuateurs (P), qui relèvent de la scansion (par exemple marteler la table du tranchant de la main pour rythmer ses arguments). Les travaux d'Argentin (Ib.) montrent que l'utilisation de ces gestes est fortement liée aux normes communicationnelles et aux pratiques sociales des individus, tout comme peut l'être la maîtrise du langage parlé : « le sujet approprie la gestuelle selon un schéma de même type que celui qu'il a utilisé lors de son appropriation du langage, eu égard aux déterminismes sociologiques dans lesquels il a été socialisé » (Argentin, Ib., 184). Par exemple la production gestuelle MAP diffère selon les rôles et les genres de communication (discours politique télévisé, meeting, interview, conférence de presse…) et même selon l'activité professionnelle exercée. Ainsi, en général les cadres mettent en œuvre une gestuelle plus abstraite, dans laquelle les ponctuateurs occupent une fréquence dominante par rapport aux métaphoriques et adaptateurs. Leur pratique socio-professionnelle, orientée vers l'argumentation et donc la co-construction de la référence, entraîne en effet un usage soutenu et maîtrisé du registre argumentatif de la gestualité, c'est-à-dire des ponctuateurs. Par contre chez les ouvriers, le rapport socio-professionnel au réel et un système lexicalo-syntaxique moins pratiqué amène une utilisation plus importante de métaphoriques. Ces résultats ont été constatés à l'aide d'observations armées dans différents sites (Argentin, 1985).

Si l'on s'accorde pour observer la façon dont les orateurs publics (hommes politiques, journalistes, experts…) tentent de maîtriser et d'adapter leur gestualité en fonction des lieux, des enjeux et des individus-cibles, alors on peut se poser la question des effets de l'usage de MAP sur les cibles de ces discours (spectateurs ou téléspectateurs). Par exemple, il n'est pas anodin de constater, comme le fait Argentin (1989), que les hommes politiques de gauche privilégient les métaphoriques, alors que les hommes politiques de droite privilégient les ponctuateurs… Qu'en est-il sur le plan de l'effet sur l'auditoire ?

Illustrations empiriques du rôle du non verbal dans le leadership politique

Dans une première étude en réception menée sur le terrain, Argentin, Ghiglione, & Dorna (1990) montrent que le discours d'un orateur politique est considéré comme plus persuasif s'il n'utilise pas d'adaptateurs et s'il réduit globalement le nombre de ses gestes. La norme d'usage des gestes est donc susceptible d'influer sur l'attribution

personnologique d'un locuteur. Pour mettre ce résultat en évidence les auteurs ont utilisé une procédure empirique originale : un même orateur politique effectue le même discours en utilisant deux gestualités distinctes, dans un cas il s'agit de sa gestualité habituelle (42% de ponctuateurs, 34% d'adaptateurs et 24% de métaphoriques), dans l'autre la gestualité a été modifiée quantitativement et qualitativement puisque l'orateur utilise deux fois moins de gestes, et dans un profil différent (60% de Ponctuateur, 40% de Métaphorique et aucun adaptateur). Un auditoire est amené à évaluer ce discours puis sa gestualité à l'aide d'échelles. L'intérêt de cette étude pionnière consiste à ouvrir le champ de la manipulation gestuelle hors contexte de laboratoire.

C'est dans cette continuité que nous avons réalisé une recherche expérimentale de terrain (Garapon & Georget, 2001), dans laquelle la crédibilité et le leadership attribués à un homme politique ont été évalués à partir des congruences source-cible. Pour cela nous avons manipulé l'interaction de deux variables :

- La première variable est provoquée, elle est liée au profil gestuel utilisé par l'orateur politique.

- La seconde variable est invoquée, elle est liée à la cible puisqu'il s'agit de la profession des membres de l'assistance (manuelle vs intellectuelle).

Pour opérationnaliser la première variable en milieu naturel, nous avons réalisé deux vidéos, strictement identiques sur le plan du contenu oral et de l'intonation du discours de la source, mais différentes sur le plan gestuel : un acteur joue le rôle d'un maire rural et produit un discours politique relatif aux difficultés de responsabilité pénale rencontrées dans l'exercice de son mandat. Dans une modalité, le profil gestuel du maire est constitué de 73% de gestes ponctuateurs, 20% des métaphoriques et 7% d'adaptateurs. Il s'agit donc d'un profil cohérent avec la pratique gestuelle des cadres. Dans l'autre modalité, le maire utilise 42% de ponctuateurs, 51% de métaphoriques et 8% d'adaptateurs. Il s'agit d'un profil qui se rapproche de la pratique des ouvriers. Le critère de production d'une vidéo par rapport à l'autre correspond donc à une différence de 31% entre les métaphoriques et les ponctuateurs. Ces vidéos ont ensuite été présentées à des conseillers municipaux ruraux, lors de séances de conseil municipal dans différentes localités du Puy De Dôme. Une seule version de la vidéo était présentée à chaque conseil municipal, de façon à éviter les effets d'évaluation comparative. Les conseils municipaux ont été choisis en fonction des caractéristiques de leur population puisque nous cherchions des échantillons représentatifs de cadres (de surcroît fils de cadres) et d'ouvriers (fils d'ouvriers). Naturellement, un même conseil municipal était constitué de cadres, d'ouvriers et d'autres catégories socio-professionnelles, non prises en compte dans l'analyse. Après deux visionnages successifs d'une même version nous avons demandé aux conseillers municipaux leur avis d'expert sur le contenu du discours et la présentation du maire, dans le prétexte

d'améliorer et d'utiliser ultérieurement cette vidéo pour informer le public dans les mairies. Les évaluations ont été réalisées à partir de questions relatives à la crédibilité et au leadership du maire. Notre hypothèse prévoit un effet de congruence et donc une interaction : les cadres confrontés à un discours saturé en ponctuateurs devraient attribuer plus de crédibilité et de leadership à l'orateur que les cadres confrontés à un discours saturé en métaphoriques. On s'attend à l'effet inverse pour les ouvriers.

Les résultats ont conforté partiellement cette hypothèse : celle-ci est validée auprès des cadres puisque ceux-ci évaluent mieux la modalité saturée en ponctuateurs, alors que les ouvriers n'évaluent pas les vidéos de façon différenciée, puisque globalement ils prêtent une crédibilité et un leadership élevés au maire, quelles que soient les versions gestuées. Il est vrai qu'il est difficile de demander des évaluations à une population dont ce n'est pas la fonction professionnelle, les effets escomptés ne sont pas toujours obtenus tant sont variées les variables intermédiaires dans une recherche de terrain. Néanmoins, les résultats montrent avec évidence que les individus ayant une profession intellectuelle effectuent plus d'attribution positive (attribution de compétence, confiance, implication et cohérence) à un orateur qui utilise une gestualité conforme à la leur (donc saturée en ponctuateurs).

Brève conclusion : nature et culture du geste.

Ces résultats permettent donc de montrer que les individus s'appuient sur des indices gestuels spécifiques pour attribuer de la crédibilité à un discours politique et à son producteur, ils mettent en exergue le rôle de la pratique sociale et de l'expérience de la gestualité des individus. Ils confortent aussi la nécessité d'une approche globale dans l'analyse des systèmes de signes, en excluant d'emblée l'a priori que le registre non verbal a une fonction indépendante du contenu discursif, des règles et normes sociales. Rappelons nous E. Sapir (1927) : « *Nous réagissons (aux gestes) comme d'après un code, secret et complexe, écrit nulle part, connu de personne, compris par tous. Comme toute conduite, le geste a des racines organiques, mais les lois du geste, le code tacite des messages et des réponses transmis par le geste sont l'œuvre d'une tradition sociale complexe* ».

Crédibilité, compétence, confiance, implication, cohérence… : voilà des attributs que tout leader politique en herbe souhaite que l'on lui prête pour asseoir son leadership. Encore faut-il que sa « formation à la communication », vertu de tout homme politique soucieux de bien jouer son « rôle », soit à la hauteur des espérances d'un public dont on mesure mal aujourd'hui encore les attentes et capacités critiques.

Addington, D.A. (1971). The effect of vocal variations on rating of source credibility. *Speech Monographs, 38*, 242-247.

Argentin, G. (1985). Système gestuel et communication. *Psychologie française, 30-1*,

11-23.

Argentin, G. (1989). *Quand faire c'est dire*. Bruxelles, Mardaga.

Argentin, G. & Ghiglione, R. (1986). Le système de communication. In R. Ghiglione (Ed.), *L'Homme communiquant*. Paris, Colin.

Argentin, G. & Ghiglione, R & Dorna, A. (1990). La gestualité et ses effets dans le discours politique. Psychologie Française, 35-2, 153-163.

Bass, B.M. (1990). Handbook of Leadership, New York: The Free Press, 494–510.

Blake, R. R., & Mouton, J. S. (1964). The managerial grid. Houston, TX: Gulf Publishing.

Bonnafous, S., Chiron, P., Ducard, D. & Lévy, C. (2003). Argumentation et discours politique. Antiquité grecque et latine, Révolution française, Monde contemporain. Rennes, presses Universitaires de Rennes.

Buller, D.B. & Aune, R.K. (1992). The effect of speech rate similarity on compliance : applications of communication accomodation theory. *Western Journal of Communication, 56*, 37-53.

Calbris, G. (2003). L'expression gestuelle de la pensée d'un homme politique. Paris, CNRS Edition.

Canetti, E. (1960). Masse und Macht. Trd. Fr. : Masse et puissance, Paris, Gallimard, 1966.

Ciccotti, S. (2004). Les orateurs ont-ils intérêt à s'épiler les sourcils ? Influence d'indices non verbaux sur les processus persuasifs. *L'année psychologique, 2*, 227-247.

Dorna, A. (1998). Le leader charismatique. Paris, Desclée de Brouwer.

Dorna A (2004). De l'âme et de la cité. Paris. L'Harmattan.

Fiedler, F.E. (1981) Leader Attitudes and Group Effectiveness, Westport, CT: Greenwood Publishing Group.

Garapon, L-A & Georget, P. (2001). Réception des communication politiques et comportement non verbal. *Communication au 5ème Colloque International de Psychologie Sociale Appliquée* – Problèmes de la Ville. Organisé par l'ADRIPS et l'Université de Paris 8. Saint-Denis, 9-10 Novembre 2001.

Georget, P. (2004a). La communication publicitaire. In P. Marchand (Ed.), Psychologie sociale des médias. Rennes, presses Universitaires de Rennes. (p 277-294)

Georget, P. (2004b). Stratégie publicitaire et variable de personnalité, de contexte et de contrat. Questions de communication, 5, 69-82

Gergen, K.J. & Gergen, M.M. (1984). *Psychologie sociale*. Montréal, Vigot

Ghiglione, R. (1997). Je vous ai compris, ou l'analyse des discours politiques.

Ghiglione, R. & Bromberg, M. (1998). Discours politique et télévision. Paris, PUF.

Gregory Jr., S. W. & Gallagher, T. J. (2002). Spectral analysis of candidates' nonverbal vocal communication: predicting U.S. presidential election outcomes. *Social Psychology Quarterly.* 65, *3*. 298

Hinsz, V. & Tomhave, J. (1991). Smile and (half) the world smiles with you, frown and you frown alone. *Personality and Social Psychology Bulletin, 17*, 586-592.

Hovland, C.I., Janis, I.L., Kelley, H.H. (1953). Communication and persuasion. New Haven, Yale University Press.

Huddleston, B.M. (1986). An experimental investigation of the influences deceptive nonverbal cues exert on persuasive processes. Doctoral dissertation, University of Missouri, Columbia. *Dissertation Abstracts International, 47(3-A),* 709.

Ifert, D. & Gibbons, C.A. (1999). Look at me when I'm influencing you : nonverbal messages and persuasion. *The New Jersey Journal of Communication, 7-2*, 171-179

Lévy-Leboyer, C. (2003). Comment choisir et former des leaders ? In C. Lévy-Leboyer, M. Huteau, C. Louche & J.P. Rolland. (2003). *La psychologie du travail*. Paris, Editions d'organisation. Chapitre 20.

Marchand, P. (2004). Psychologie sociale des médias. Rennes, presses Universitaires de Rennes.

Marsh, K.L., Hart-O'Rourke, D.M. & Julka, D. L. (1997). The persuasive effects of verbal and nonverbal information in a context of value relevance. *Personality and Social Psychology Bulletin, 23-6*, 563-579.

McNeill, D. (1992). *Hand and mind*. Chicago, Chicago University Press

McNeill, D. (2000). Language and gesture. Cambridge, Cambridge University Press.

Miller, N., Maruyama, C., Geaber, R. & Valone, K. (1976). Speed of speech and persuasion. Journal of personality and Social Psychology, 34, 615-625

Oberlé, D. (1995). Le leadership. In J.L. Beauvois (Ed.), La psychologie sociale. Relations humaines, groupes et influence sociale. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble. (p. 111-131)

Pearce, W. B. & Conklin, F. (1971). Nonverbal vocalic communication and perception of a speaker. *Speech Monographs, 38*, 235-241

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1981). *Attitudes and persuasion: Classic and contemporary approaches*. Dubuque, IA: Wm. C. Brown.

Petty, R.E. & Wegener, D.T. (1999). The Elaboration Likelihood Model : Current Status and Controversies. In S. Chaiken & Y. Trope (Eds.), *Dual-Process Theories in Social Psychology.* (pp73-96). Guilford, New York.

Rouquette, M.L. (1994). *Sur la connaissance des masses*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

Roustang, F. (2000). La fin de la plainte. Paris, Odile Jacob. Pp. 143.

Schwartz, B., Tesser, A. & Powel, E. (1982). Dominance cues in nonverbal behavior. *Social Psychology Quarterly, 45*, 114-120.

Segrin, C. (1993). The effects of nonverbal behavior on outcomes of compliance gaining attempts. *Communication studies, 44*, 169-187.

Sullivan, D. G. (1996). Emotional responses to the nonverbal behavior of French and American political leaders. *Political Behavior 18 (3),* 311-325.

Trognon, A. (1997). Pragmatique du discours politique. Paris. Colin.

Whitehead, G. & Smith, S. H. (2002). The use of hand gestures and smiles in the inaugural addresses of Presidents of the United States. *Journal of Social Psychology 142 (5)*, 670-672.

Whitehead, G. I. Smith, S. H. (1999). Self-presentational strategies of modern and traditional presidents. *Journal of Social Behavior and Personality, 14*, 479-490.