

Au-delà des mots

**Guide de la communication
non verbale**

MARTINE STORY

Au-delà des mots

Guide de la communication
non verbale

DUNOD

Éditorial : Innocentia Agbe et Roxane Vincent

Fabrication : Maud Gilles

Direction artistique : Nicolas Wiel

Conception graphique : Florie Bauduin

Illustrations de couverture : © Shutterstock/ mhatzapa,
Orfeev, Chipmunk131

Illustrations intérieures : © Shutterstock/ Chipmunk131, Orfeev

Photographies : © Brooklyn Studio

Mise en pages : Nord Compo

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée. Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du

Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2022 pour la présentation actuelle

11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff
www.dunod.com

ISBN 978-2-10-084315-2

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

« Tes actes parlent si fort que je n'entends pas ce que tu dis. »

Ralph Waldo Emerson

À Thierry, Alexandre, Sophie, Thomas et Théo.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	9
PARTIE 1 LA COMMUNICATION NON VERBALE	11
Les cinq dimensions de la communication non verbale	14
La synergologie : de quoi s'agit-il ?	17
Les quatre temporalités du langage corporel	18
Les idées reçues sur la communication non verbale	20
La dynamique du corps en mouvement	25
Les champs d'applications de la communication non verbale	25
Attention à l'effet Dunning-Kruger !	26
Le spectateur engagé	26
Les sept espaces mentaux	27
Les biais systémiques	31
Attention à l'effet Pygmalion !	31
La théorie de la relation	32
Les neurones miroirs, les neurones de l'empathie	34
Le synergologue mène l'enquête	36
PARTIE 2 LES CLÉS DU DÉCODAGE	37
Les trois niveaux de lecture	39
Les principaux items dans le décodage du langage corporel	43
La logique gestuelle	82
Les gestes de préhension	86
Les yeux	106
Les sourcils	109
La bouche	110
Les microdémangeaisons	118

PARTIE 3 DÉCRYPTER LES SITUATIONS	145
Les émotions	147
Qui est le dominant ?	158
Décrypter le mensonge	164
Le jeu de la séduction	168
Décoder le malaise	172
Mon auditoire est-il réceptif ?	175
CONCLUSION	177
POUR ALLER PLUS LOIN	179
BIBLIOGRAPHIE	183
LEXIQUE DU LANGAGE CORPOREL	185

Complément en ligne : analyse du langage corporel de personnalités publiques à retrouver sur la fiche de ce livre dans « les + en ligne » sur www.dunod.com/ean/9782100843152.

INTRODUCTION

Il nous est tous arrivé d'assister à un discours ou un exposé, parfois très construit et très bien argumenté, et pour autant, d'y percevoir des dissonances sans pouvoir les analyser clairement, mais avec le sentiment diffus qu'il y avait un écart entre ce que l'on nous disait et ce que l'on ressentait. Ce livre a pour vocation de vous accompagner à traverser le miroir, à lire et à décoder la communication non verbale de votre interlocuteur, au-delà des mots.

Élaboré avec des photos et des exemples, cet ouvrage est structuré en trois grandes parties. La première aborde les principes de la communication non verbale, et vient tordre le cou à un certain nombre de contre-vérités. La deuxième donne les clés de la lecture du langage corporel et détaille, grâce à des photos, les items utilisés pour analyser et comprendre le corps en action. La troisième partie donne des grilles de lecture afin de décoder les émotions, le mensonge, la séduction, le malaise et d'autres situations professionnelles et personnelles.

Une quatrième partie, disponible sur la fiche du livre sur www.dunod.com, décrypte dans des situations connues de tous le langage corporel des acteurs en présence.

Je vous souhaite une excellente lecture à la découverte du langage corporel, véritable discipline de l'observation.

Partie 1

La communication non verbale



En situation de communication, lorsque nous avons un message à faire passer, nous concentrons notre attention sur le contenu du message que nous délivrons. Pour autant, le message verbal n'est pas l'essentiel de notre communication.

Charles Darwin évoque pour la première fois l'importance de la communication non verbale en 1872¹. Albert Mehrabian, psychologue et professeur à l'université de Californie, a démontré en 1967 que l'essentiel de notre communication n'est pas verbal. Selon le scientifique, seulement 7 % de notre communication est verbale et repose sur la signification des mots, 38 % passe par la voix, et 55 % est visuelle.

Les travaux d'Albert Mehrabian ont certes fait l'objet de critiques car leur sujet de recherche était centré sur la communication des émotions et que seules des femmes avaient participé à l'étude. Pour autant, Albert Mehrabian a ouvert un champ de recherche qui a par la suite été exploré par les chercheurs dans le domaine de la communication et par les neuroscientifiques qui confortent l'importance de la communication non verbale en situation de communication.

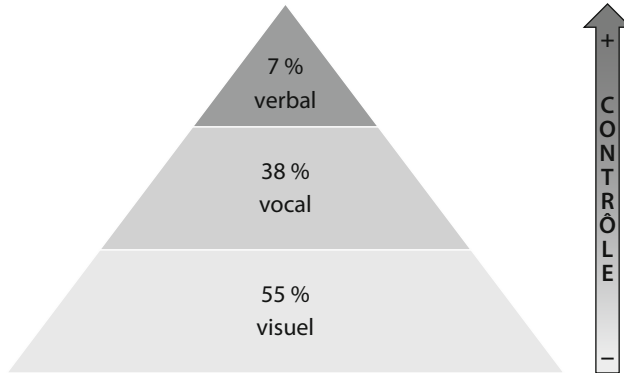
Nos messages verbaux sont très contrôlés. Il suffit pour cela d'écouter les discours de nos hommes politiques, les présentations extrêmement formatées des managers en entreprise, et nos propres messages qui sont d'autant plus contrôlés qu'ils sont bien préparés.

Notre voix, quant à elle, est parfois moins bien maîtrisée : l'hésitation, l'intonation, le rythme qui s'accélère ou la tonalité qui devient soudain plus aiguë sont autant d'indices d'une émotion mal contrôlée.

Des trois dimensions évoquées précédemment, c'est la dimension visuelle qui est la plus difficilement contrôlable. Il n'est pas possible de maîtriser une pupille qui se dilate, une soudaine rougeur du visage ou un clignement des yeux, et il est très compliqué d'empêcher une microdémangeaison ou de réprimer une micro-expression.

Ce que l'on voit guide notre ressenti, de façon parfois non consciente. La façon dont une personne occupe l'espace, ses mouvements, l'énergie qu'elle dégage, la congruence entre son attitude corporelle et le message qu'elle délivre orientent le jugement que l'on porte sur elle. Lors d'une rencontre professionnelle ou personnelle, nous sommes prompts, après seulement quelques secondes, à penser qu'une personne nous paraît très sympathique ou bien qu'elle nous inspire de la méfiance.

1 DARWIN C., *The Expression of the Emotion in Man and Animals*, 1872.



La pyramide de Mehrabian

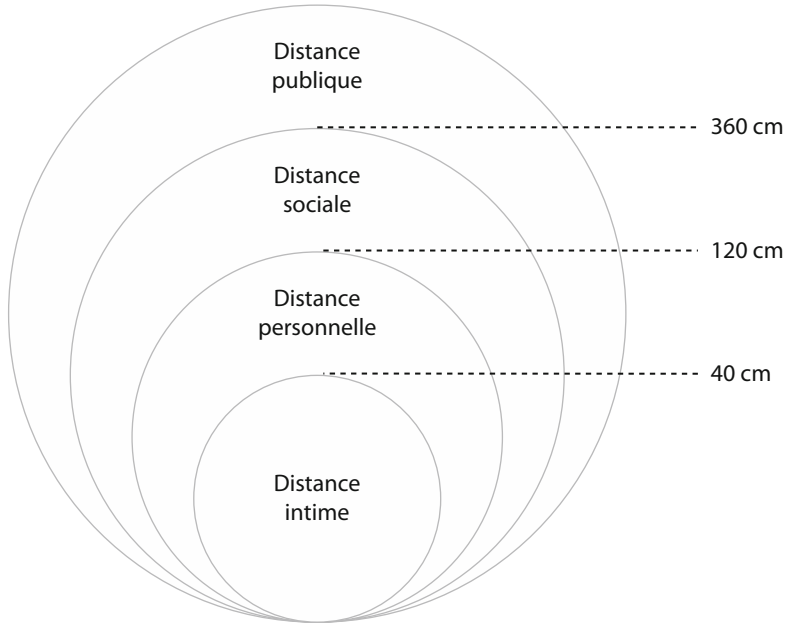
LES CINQ DIMENSIONS DE LA COMMUNICATION NON VERBALE

L'expression « non verbale » ne figure pas dans le dictionnaire. Elle est utilisée pour la première fois comme titre de livre par Ruesch et Kees en 1956². Depuis, l'expression « non verbale » s'est très largement répandue et a fait l'objet de nombreuses publications dans le monde entier. Pour autant, lorsqu'on évoque la communication non verbale, il convient de prendre en compte cinq dimensions distinctes.

La dimension périverbale

La dimension périverbale repose sur le concept de proxémie, mis en lumière par Edward T. Hall, anthropologue américain spécialiste des relations interculturelles. Selon la culture, la nature de leur relation, ou l'objet même de l'échange, l'espace physique entre deux personnes en interaction varie et il existe quatre distances codifiées, quatre zones distinctes de communication. La distance intime, celle où l'on peut toucher l'autre qui est de moins de 40 cm. La distance personnelle, celle des relations amicales ou professionnelles qui s'établit de 40 à 120 cm. La distance sociale, de 120 à 360 cm. Et la distance publique à plus de 360 cm.

² RUESCH J., KEES W., *Nonverbal Communication*, University of California Press, 1956.



Les quatre temporalités du langage corporel

Le principe de proxémie

La dimension paraverbale

La dimension paraverbale concerne la prosodie, c'est-à-dire l'inflexion, le ton, la tonalité, l'intonation, l'accent et la modulation que nous donnons à notre message et qui varie en fonction de nos émotions, de nos intentions, du contexte, du message à faire passer, des enjeux et de l'auditoire.

La dimension paraverbale prend également en compte le rythme et la vitesse d'élocution. Cette dimension entre dans le champ de la linguistique.

La dimension supravverbale

La dimension supravverbale est celle des signes conscients : le choix d'une montre, d'un stylo, d'un style vestimentaire et des couleurs que nous aimons porter.

Il est courant de voir un patron de start-up en jeans et tee-shirt ou en sweat à capuche, à l'instar de Mark Zuckerberg, alors qu'un cadre dans la banque portera un costume sombre et une cravate. Cette dimension est un marqueur social fort. Philippe Poutou a ainsi fait sensation lors d'un débat télévisé regroupant l'ensemble des candidats à l'élection présidentielle en avril 2017 en arrivant sur le plateau en tee-shirt, alors que les autres candidats masculins arboraient tous costume et cravate.