

NICOLAS GUÉGUEN

MANIPULER ET SÉDUIRE

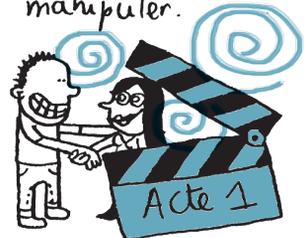
Petit traité de psychologie
comportementale



Lorsque nous sourions
davantage, nous avons
l'air plus heureux donc
nous sommes
plus aimés. ♥♥♥
Chaque facette de
notre comportement
influence sur la vision
que les autres ont de
nous...



Nous jouons là-dessus
pour séduire, voire
manipuler.



En partenariat avec

Cerveau
& Psycho

Belin:

ATTENTION... ACTION!

NICOLAS GUÉGUEN
MANIPULER
ET SÉDUIRE



Collection Cerveau & Bien-être

Jean-Michel Lecerf (dir.), *Connaître son cerveau pour mieux manger*, 2017.

Christophe André et Michel Le Van Quyen (dir.), *Les pensées qui soignent*, 2017.

Betty Mamane, *Les fabuleux pouvoirs de l'hypnose*, 2017.

Émilie Dumond et Bruno Bucher, *La méditation, une nouvelle thérapie*, 2017.

Emmanuel Bigand (dir.), *Les bienfaits de la musique sur le cerveau*, 2018.

Collection Cerveau & Psycho

Emmanuel Bigand, *Le cerveau mélomane*, 2013.

David Sander, *Le monde des émotions*, 2015.

Serge Tisseron, *Un psy au cinéma*, 2013.

Également chez Belin

Michel Desmurget, *L'Anti-régime au quotidien*, 2017.

Retrouvez tous nos titres sur www.belin-editeur.com

Illustrations couverture et intérieur : © Charlotte Martin

Le code de la propriété intellectuelle n'autorise que « les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » [article L. 122-5] ; il autorise également les courtes citations effectuées dans un but d'exemple ou d'illustration. En revanche « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite » [article L. 122-4]. La loi 95-4 du 3 janvier 1994 a confié au C.F.C. (Centre français de l'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris) l'exclusivité de la gestion du droit de reprographie. Toute photocopie d'œuvres protégées, exécutée sans son accord préalable, constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code pénal.

© Éditions Belin / Humensis, 2018
170 bis, boulevard du Montparnasse, 75680 Paris cedex 14
ISBN 978-2-410-01377-1

SOMMAIRE

Avant-propos	Nous sommes tous sous influence	7
La séduction au quotidien		9
Chapitre 1	Souriez! Tout ira mieux	11
Chapitre 2	Donner et rendre : une règle d'or	21
Chapitre 3	La politesse, clé du lien social	33
De la séduction à la manipulation		43
Chapitre 4	Flatter, pour tout obtenir ou presque	45
Chapitre 5	Humour et pouvoir de séduction	57
Chapitre 6	Comment faire évoluer l'opinion d'autrui	63
Chapitre 7	Comment les chansons nous manipulent	73
Chapitre 8	La peur est-elle persuasive ?	83
Chapitre 9	Dîner sous influence	91
Chapitre 10	Ces odeurs qui nous mènent par le bout du nez	101
Trucs et astuces		111
Chapitre 11	Jamais sans mes lunettes	113

Chapitre 12	La meilleure façon de s'asseoir	123
Chapitre 13	Que dit votre poignée de main ?	133
Chapitre 14	Comment bien utiliser sa voix	141
Chapitre 15	Quand les habits annoncent la couleur	151
Chapitre 16	L'effet cravate	159
Chapitre 17	La force du maquillage	171
Bibliographie		185

Avant-propos

NOUS SOMMES TOUS SOUS INFLUENCE

Pensez-vous que l'écoute d'une chanson puisse nous rendre plus violent ou plus altruiste ou qu'une odeur de pain puisse nous conduire à faire de la monnaie plus facilement à quelqu'un ? À cette question, comme à de nombreuses autres du même type, vous allez certainement répondre non. Attention, cependant, à être trop catégorique.

La psychologie sociale montre aujourd'hui que les décisions et les comportements humains ne sont pas totalement rationnels et contrôlés. Dans les faits, nous sommes quotidiennement influencés par des éléments de contexte ou des facteurs sociaux subtils qui nous paraissent tellement triviales et rares que nous n'imaginons pas qu'ils puissent nous conduire à faire quelque chose que nous n'aurions

jamais fait spontanément ou à prendre telle ou telle décision. Ce n'est pas une chanson qui va me changer ou une odeur de pain qui va me rendre plus altruiste direz-vous? En fait, vous affirmez cela car vous n'êtes pas conscient de ce qui guide dans, une situation donnée, vos décisions et vos comportements. On ne peut pas être clairvoyant en tout lieu et en toutes circonstances de tout ce qui nous influence.

Cet ouvrage a pour principal objectif de faire le point sur l'influence psychosociale du comportement et sur ce qui nous séduit chez autrui. Tout au long de cet ouvrage, nous tenterons de présenter des expériences qui mettent en évidence cette facilité avec laquelle nous pouvons être manipulés malgré nous par une foule de petits facteurs présents dans notre vie. Vous allez voir que de petites caractéristiques que nous observons chez autrui (un sourire, une paire de lunettes sur son nez...), que nous percevons dans notre environnement (une musique, une odeur...), qu'une personne met en œuvre lors d'une interaction avec nous (un contact tactile sur notre bras, des mots particuliers qu'elle emploie...) peuvent nous conduire à influencer nos émotions, notre façon de traiter les informations, nos décisions et même nos comportements d'achat ou de séduction. Pas facile de garder le contrôle de tout dans un environnement où tant de choses sont susceptibles de nous influencer.

LA SÉDUCTION AU QUOTIDIEN

Selon une étude britannique parue en 2013, nous ne sourions en moyenne que sept fois par jour dont une fois pour de faux !

Domage. Le simple fait de sourire, de se montrer poli ou aimable, stimule les bonnes intentions et les conduites positives.

SOURIEZ ! TOUT IRA MIEUX

En souriant davantage, nous serions plus heureux, plus beaux, plus aimés, plus serviables et plus intelligents... Rien que ça. Cette mimique « sociale » recèle des secrets insoupçonnés...

La première chose que nous voyons en venant au monde est un sourire, celui des êtres qui nous ont donné le jour. Et nous apprenons vite à les imiter. Dès l'âge de 4 à 6 semaines, les bébés esquissent des mouvements des lèvres et sourient « socialement », réagissant à leur environnement et montrant ainsi, probablement, le plaisir qu'ils ont d'interagir avec lui. Comme le remarquait déjà Virgile, « l'enfant reconnaît sa mère à son sourire », qui, à son tour, sourit à son enfant pour le rassurer.

Mais qu'est-ce que le sourire ? Le sociologue et chercheur au CNRS Michel Fize note qu'« au sens propre, le sourire, c'est ce qui est sous le rire. Bien entendu, il ne déclenche pas systématiquement le rire et possède, en soi, ses propres

vertus». Et si cette expression représentait la solution à nos petits soucis du quotidien, au mauvais temps dehors, au lait qui, ce matin, a débordé de la casserole. Les psychologues ont en effet montré que cette simple mimique améliore nos relations sociales et que recevoir ou dispenser un sourire a des effets positifs sur notre bien-être. À vrai dire, rares sont les domaines de notre vie où un sourire n'améliore pas nos sentiments, notre image sociale ou nos performances.

PLUS HEUREUX, DAVANTAGE APPRÉCIÉ

En 1982, Chris Kleinke, de l'hôpital de vétérans Edith Nourse Rogers à Bedford, et Janice Walton, du Wellesley College près de Boston, demandent à des sujets de sourire à leur interlocuteur lors d'un entretien, puis évaluent leurs émotions par le biais de questionnaires. Le résultat est frappant: chaque participant déclare s'être senti de bonne humeur, trouve l'entretien positif et estime que le recruteur l'apprécie. Cette découverte surprenante (jusque-là, on croyait le sourire expression du bonheur, et non sa cause) change alors notre vision sur le sourire: celui-ci aurait bel et bien la capacité d'éveiller des affects positifs. Un cercle vertueux facile à enclencher, car cette expression n'est pas qu'un simple réflexe: elle peut s'entraîner et se maîtriser.

Se forcer à sourire pour aller mieux? L'idée n'est pas mauvaise. D'autant que les gens auront alors une meilleure opinion de vous. Le psychologue Sing Lau, de l'université

baptiste de Hong Kong, a présenté à des participants des photographies d'un homme et d'une femme peu attirants physiquement, qui arboraient ou non un sourire. Les personnes interrogées devaient les « noter » à l'aide de questionnaires mesurant la sociabilité (est-il amical, généreux...?), « l'affectivité » (est-il aimable, heureux...?), la beauté et l'intelligence. Tous ont évalué de façon plus positive l'homme et la femme quand ces derniers souriaient. Ils paraissaient plus intelligents, plus gentils et même plus beaux

LA RECETTE DU SOURIRE RAVAGEUR

Comment faire le sourire parfait qui vous attirera tous ces avantages ? Les travaux de Emma Otta et de ses collègues de l'université de São Paulo nous en disent un peu plus. Dans leurs expériences, les psychologues proposaient à des étudiants d'évaluer des photographies de personnes présentant différentes expressions : visage neutre, sourire bouche fermée, sourire avec dents apparentes mais mâchoires serrées et enfin sourire « à pleines dents ». Il s'est avéré que plus le sourire s'élargissait, plus la personne était jugée physiquement attirante, sociable et aimable.

Sourire à pleines dents, donc, mais aussi sourire souvent. Telle est la leçon d'une étude de Hugh McGinley et de ses collègues de l'université du Wyoming à Laramie, qui ont montré que plus une femme sourit souvent sur des photographies, plus elle est perçue comme agréable. Deux autres

chercheurs, Debra Walsh et Jay Hewitt, de l'université du Missouri à Kansas City, l'ont vérifié en situation réelle dans un lieu public. Cette fois, une jeune femme, complice des chercheurs, s'asseyait seule à une table d'un café fréquenté par des hommes. Elle en regardait certains, tour à tour, en leur souriant parfois, et ignorait les autres. Les chercheurs observaient lesquels de ces hommes abordaient la jeune femme.

Si les hommes que la femme n'avait pas regardés ne venaient jamais la voir, 20 % de ceux qu'elle avait regardés en ayant un visage neutre l'abordaient. Et ils étaient 60 % lorsqu'elle leur avait souri. Notre équipe, à l'université de Bretagne-Sud, a confirmé ces résultats dans une situation similaire; notre complice, une jeune fille, entrait dans un bar et souriait ou non à un homme présent au comptoir. Puis elle s'asseyait à une table et faisait semblant de lire un magazine. Là encore, seuls 4 % des hommes auxquels elle n'avait pas souri ont cherché à entamer la conversation, contre 22 % de ceux auxquels elle avait souri.

Une leçon à méditer, donc: les gens ont tendance à vous ignorer aussi longtemps que vous « faites la tête ». Mais ils ont envie de vous connaître si vous êtes souriant. Et ils se souviennent mieux de vous: en 2006, Arthur Shimamura et ses collègues de l'université de Berkeley en Californie ont découvert que des observateurs retenaient mieux un visage lorsqu'il était présenté sous une version souriante qu'avec une expression neutre.

Au-delà de ces effets sur notre image, le sourire a des répercussions importantes dans le domaine des interactions

sociales, et notamment de l'altruisme. Plusieurs recherches ont ainsi montré qu'un sourire modifie le comportement de la personne à qui il est adressé, et ce dans un sens tout à fait positif. Ainsi, dans une étude réalisée par le psychologue Henry Salomon et ses collègues du Manhattanville College à New York, une complice des expérimentateurs rejoignait une femme devant l'ascenseur d'un centre commercial et se mettait aussi à patienter. Elle lui souriait ou non, sans lui parler. L'ascenseur arrivé, les deux femmes y pénétraient, suivies d'une troisième – complice également – qui se plaçait à côté de la cobaye et lui disait: « J'ai oublié mes lunettes et je n'arrive plus à lire les indications des boutons. Quelqu'un peut-il me dire à quel étage est le rayon literie? »

Duchenne et la science du sourire

C'est le neurologue français Guillaume Duchenne de Boulogne qui étudia le premier le sourire dans les années 1860. Il utilisa l'électricité pour stimuler sur le visage un seul faisceau musculaire à la fois et découvrit ainsi que les sourires jugés sincères mettaient en jeu non seulement les muscles zygomatiques de la bouche, mais aussi ceux des orbites oculaires. Il conclut également que les muscles buccaux obéissent à la volonté, contrairement à ceux des yeux: « Le muscle autour des yeux ne peut être activé que par un vrai sentiment, ou une émotion agréable. Son inertie démasque un sourire feint. » Les sourires « authentiques » sont donc nommés sourires de Duchenne. Nous serions incapables de simuler un sourire du regard. Aussi, si vous désirez savoir si votre interlocuteur est sincère quand il vous sourit, cherchez les pattes-d'oie autour de ses yeux.

POURQUOI VOTRE SOURIRE REND LES AUTRES MEILLEURS

Le résultat est impressionnant : quand les femmes avaient reçu un sourire de la première complice, elles aidaient la seconde dans 70 % des cas, contre 35 % quand on ne leur avait pas souri.

De même, nous avons demandé à des étudiants de monter par un escalator à l'étage d'un supermarché et de sourire à certaines des personnes descendant en face d'eux. En bas de l'escalator, un complice, les bras chargés de feuilles et de paquets, attendait le sujet en lui tournant le dos, mais au moment où ce dernier arrivait, il laissait tomber par terre certains des objets. Quelles furent les personnes qui aidèrent notre complice ? À nouveau, celles qui avaient reçu un sourire dans l'escalator.

Cet effet ne semble toutefois se manifester que si l'expression est franche et sincère. En effet, Kathi Tidd et Joan Lockard, de l'université de Washington à Seattle, ont testé l'influence du sourire d'une jeune serveuse sur ses pourboires. Au moment d'apporter sa boisson au client, elle souriait peu, beaucoup ou pas du tout. Ses pourboires s'en sont ressentis : plus son sourire était large, plus ils étaient élevés. Nous avons montré quant à nous que plus des auto-stoppeurs(es) sourient, moins ils (elles) attendent sur le bas-côté d'une route...

LA SINCÉRITÉ PAIE

Pour améliorer mille aspects de nos existences, le sourire est donc une arme à manier sans modération. Nous ne sourions probablement pas assez. Selon une étude britannique de 2013, nous ne le ferions en moyenne que sept fois par jour, dont une fois « pour de faux » (à notre patron par exemple). Nous sommes capables de mieux. Mais peut-on se forcer à sourire ? Ce n'est pas si simple, car l'entourage démasque facilement un sourire de circonstance, et le distingue du sourire sincère, dit de Duchenne (voir l'encadré ci-dessus). Pour produire ce dernier, il faut d'abord ouvrir la porte à nos émotions positives et ne pas « censurer » cette mimique quand une émotion positive surgit. À défaut, s'appuyer sur le sourire des autres, qui est contagieux, comme l'a montré Verlin Hinsz et Judith Tomhave, de l'université de Dakota du Nord à Fargo. Ceux-ci ont demandé à des étudiants de se promener dans différents lieux publics en adoptant trois attitudes : sourire, garder une expression neutre ou froncer les sourcils. Résultat : environ 40 % des individus que les étudiants souriants ont croisés ont répondu par un sourire. Un taux de retour qui varierait selon le lieu de la rencontre, précise une étude de Jordy Stefan, de l'université de Bretagne-Sud à Vannes. Celui-ci a montré que lorsque des jeunes filles souriaient à des passants en se promenant en ville, dans un parc ou en bord de mer, le taux de retour différait. En ville, 30 % des passants leur souriaient ; au parc, ils étaient 60 % ; et en bord de mer, 51 %. Les lieux agréables

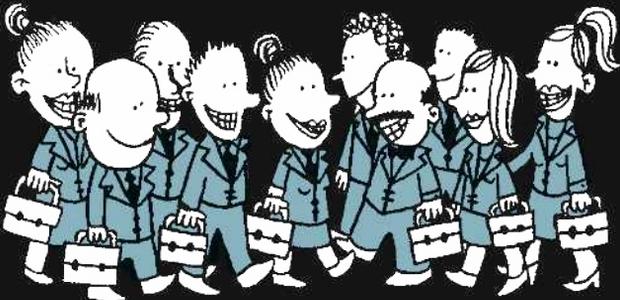
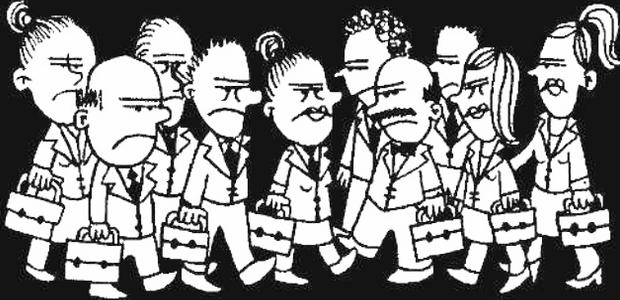
modifient apparemment l'activité de nos muscles zygomatiques, tout comme la météo : quand il fait beau, les gens renvoient plus facilement un sourire que lorsque le temps est gris...

LES FEMMES TIENNENT LA CORDE

Reste que nous ne serions pas tous égaux face aux sourires. Les hommes devront faire plus d'efforts que les femmes : les psychologues Mark De Santis et Nathan Sierra ont analysé les photographies d'étudiants de l'université d'Idaho de Moscou, archivées depuis près d'un siècle, en classant les expressions en trois catégories : absence de sourire, sourire simple et sourire large, dents bien visibles. Leur conclusion est que les femmes sourient plus que les hommes, et si ces derniers esquissent un mouvement des lèvres, il est rare qu'on voie leurs dents... Une différence peut-être due à des stéréotypes de genre : pour les hommes, accepter de sourire davantage supposerait de renoncer à une image de « dur » imprimée par les stéréotypes sociaux.

Une notion confirmée par David Dodd et ses collègues de l'université Washington de Saint-Louis qui ont observé qu'avant l'âge de 9 ans, filles et garçons sourient en proportions égales. En examinant des photos de classe de plusieurs écoles élémentaires, ils ont constaté que les garçons commençaient à moins sourire que les filles à partir du CM1 ou du CM2. Pourquoi ? Selon certains chercheurs,

SOURIEZ! TOUT IRA MIEUX



BIBLIOGRAPHIE

W. F. CHAPLIN *et al.*, « Handshaking, gender, personality and first impressions », *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 79, 2000, pp. 110-117.

CHAPITRE 14 **Comment bien utiliser sa voix** (pp. 141-149)

C. A. KLOFSTAD, « Candidate voice pitch influences election outcomes », *Political Psychology*, vol. 37, 2016, pp. 725-738.

S. SHIGENO, « Speaking with a happy voice makes you sound younger », *International Journal of Psychological Studies*, vol. 8, 2016, pp. 71-79.

D. A. PUTS, « Mating context and menstrual phase affect women's preferences for male voice pitch », *Evolution and Human Behavior*, vol. 6, 2005, pp. 388-397.

S. A. COLLINS, « Men's voice and women's choices », *Animal Behaviour*, vol. 60, 2000, pp. 773-780.

CHAPITRE 15 **Quand les habits annoncent la couleur** (pp. 151-158)

A. T. BEALL et J. L. TRACY, « Women are more likely to wear red or pink at peak fertility », *Psychological Science*, vol. 24, 2013, pp. 1837-1841.

A. J. ELLIOT *et al.*, « Red, rank, and romance in women viewing men », *Journal of Experimental Psychology: General*, vol. 139, 2010, pp. 399-417.

S. H. KIM et H. TOKURA, « Cloth color preference under the influence of face cooling », *Journal of Thermic Biology*, vol. 23, 1998, pp. 335-340.

CHAPITRE 16 **L'effet cravate** (pp. 159-170)

N. GUÉGUEN, *Psychologie de la manipulation et de la soumission*, Paris, Dunod, 2005.

J. Fan *et al.*, *Clothing appearance and fit: Science and technology*, Boca Raton, CRC Press, 2004.

CHAPITRE 17 La force du maquillage (pp. 171-182)

N. GUÉGUEN, « The effects of women's cosmetics on men's courtship behavior », *North American Journal of Psychology*, vol. 10 (1), 2008, pp. 221-228.

N. GUÉGUEN, *100 petites expériences de psychologie de la séduction. Pour mieux comprendre tous nos comportements amoureux*, Paris, Dunod, 2007.

R. MULHERN *et al.*, « Do cosmetics enhance female caucasian facial attractiveness? », *International Journal of Cosmetic Science*, vol. 25, 2003, pp. 199-205.