

## Abrégé de recherche

### Sujet

---

#### Sujet :

- « 93% de votre communication est non verbale » ... c'est un mythe urbain

#### Citation :

- Lapakko, David. (2015). Communication is 93% Nonverbal: An Urban Legend Proliferates. *Communication and Theater Association of Minnesota Journal*. 34. 10.56816/2471-0032.1000.

#### Autres études citées dans cet abrégé :

- Lapakko, D. (1997). Three cheers for language: A closer examination of a widely cited study of nonverbal communication. *Communication Education*, 46(1), 63–67.
- Mehrabian, A., & Weiner, M. (1967). *Decoding of inconsistent communications*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 6, 109-114.

### Introduction

---

#### Contexte :

- La formule souvent citée selon laquelle 7 % de votre communication est verbale, 38 % est vocale et 55 % est faciale est de la désinformation et l'équivalent d'une légende urbaine.
- L'idée a été initialement mise de l'avant dans une étude en 1967 (Mehrabian & Weiner, 1967).
- Le chercheur qui a dirigé cette étude de 1967, Albert Mehrabian, a explicitement déclaré que sa recherche avait été mal citée et qu'« il est absurde d'insinuer ou de suggérer que la partie verbale de toute communication ne constitue que 7 % du message ». (Mehrabian, 1995, as cited in Lapakko, 1997, p. 65).
- La recherche de Mehrabian n'est applicable qu'à l'interprétation de l'état d'esprit ou de l'état émotionnel d'autrui et ne peut pas être généralisée à la communication en général. Il *ne fait référence qu'au « sens émotionnel » de la communication*.

#### Question de recherche :

- La question de la recherche « est de déterminer jusqu'où et de quelle manière cette légende urbaine s'est propagée, et de réfléchir aux leçons que nous devrions tirer de cette situation » (Lapakko, 1997, p. 8).

#### Hypothèse (le cas échéant) :

- Sans objet

### Méthodologie

---

- En janvier 2007, le chercheur a utilisé Google pour rechercher les mots-clés « communication 93 % non verbale ». La recherche a donné 263 000 résultats. Sur les cent premiers, les sites en double, ceux qui ne font pas référence à l'étude source ou à la formule 7-38-55, ou qui étaient inaccessibles en raison d'exigences d'abonnement, ont tous été éliminés. Les 79 autres sites ont ensuite été soumis à l'analyse de contenu.

## Résultats / Discussion

---

### Constatations :

- Seuls quatre des 79 sites ont remis en question la formule 7-38-55, les 75 autres la partageant comme un fait accepté sans aucune réserve.
- Sur les 79 sites examinés, un seul a correctement indiqué que la formule 7-38-55 ne fait référence qu'au « sens émotionnel » de la communication. Les 78 autres ont mal généralisé cette formule et l'ont présentée comme applicable à la communication globale, à l'efficacité d'une communication et à l'impact total d'un message.

### Conclusions :

- « Devons-nous s'inquiéter lorsque les soi-disant « experts » scandent à plusieurs reprises que la communication est à 93% non verbale ». (Lapakko, 1997, p. 13)
- « En tant qu'éducateurs, nous pouvons certainement faire la chose suivante - contacter les personnes qui utilisent la formule 7-38-55 et qui la traitent comme vérité absolue. Nous devons leur indiquer qu'ils sont dans l'erreur. (Lapakko, 1997, p. 13)

### Limitations :

- Seul Google a été utilisé, nous n'avons pas examiné les autres nombreuses sources sur la communication, et nous nous sommes basés uniquement sur la recherche en référence à la formule 7-38-55.

## Commentaire des Artisans de la confiance

---

Ce mythe urbain continue d'être partagé à ce jour. Nous l'entendons de la part de coachs de performance, d'« experts » en communication non verbale, de consultants, d'animateurs et d'autres personnes qui ont des intérêts particuliers.

La formule 7-38-55 n'est tout simplement pas vraie. Si vous voulez savoir quel était le contenu émotionnel d'un seul mot dit de différentes manières à 37 étudiantes en psychologie en 1967, alors c'est votre formule. Sinon, lorsque vous partagez cette formule et que vous préconisez qu'elle est applicable à la communication en général, alors vous êtes complètement dans l'erreur.

Le partage généralisé de cette désinformation, son acceptation immédiate par ceux qui veulent qu'elle soit vraie et le manque de pensée critique sont tous évidents dans ce cas.

D'après notre expérience, l'impact du langage corporel et du ton est exagéré. Les personnes qui se focalisent sur leurs communications non verbales au détriment de leur contenu courrent le risque réel de perdre leur authenticité, leur crédibilité et leur confiance. Dans le cadre de présentations, le public réagit aux personnes qui sont claires et authentiques, et non à celles qui font une performance artificielle. Par exemple, se débarrasser des « hum » de votre communication verbale demande beaucoup d'effort mental sur le moment, se fait au détriment de la concentration sur des aspects plus importants tels que votre contenu réel, et ne vous donne rien en ce qui concerne la clarté de vos idées et la compréhension par le public.

Nous encourageons les gens à ne pas se faire d'histoires à propos des non-verbaux. Bien sûr, si les non-verbaux sont si extrêmes qu'ils interfèrent avec votre communication, ce qui est rare, alors gérez-les un peu. Mais ne soyez pas obsédé par des choses que les gens ne remarquent pas ou s'ils le remarquent, ne s'y intéressent pas. Vous vous connecterez beaucoup mieux avec votre public si vous êtes clair et restez vous-même. Ne laissez pas un coach de performance vous chorégraphier. C'est vous l'expert, alors concentrez-vous sur votre contenu et communiquez clairement vos idées.