

Revue de presse



Sommaire

« Les électeurs votent aussi pour le physique d'un candidat » Vosges Matin Epinal - La Plaine - Epinal - La Plaine - 28/02/2022	3
« Les électeurs votent aussi pour le physique d'un candidat » Le Républicain Lorrain Forbach - Forbach - 28/02/2022	5
« Les électeurs votent aussi pour le physique d'un candidat » Le Progrès Bourg - Bresse - Val-de-Saône-Nord - Bourg - Bresse - Val-de-Saône-Nord - 28/02/2022	7
« Les électeurs votent aussi pour le physique d'un candidat » Le Journal de Saône et Loire Bresse - Bresse - 28/02/2022	9
« Les électeurs votent aussi pour le physique d'un candidat » Vaucluse Matin Édition provençale - Édition provençale - 27/02/2022	11
« Les électeurs votent aussi pour le physique d'un candidat » L'Est Républicain Belfort - Belfort - 28/02/2022	13



« Les électeurs votent aussi pour le physique d'un candidat »

Le poids de la beauté d'un candidat dans une élection comme la présidentielle à venir reste tabou. Pourtant, il peut être décisif, comme nous l'explique François Hourmant, professeur en science politique à l'université d'Angers, dans son dernier livre (*).

Propos recueillis par Sarah

MIQUEY-PALLANDRE

On vote aussi pour un candidat en fonction de sa plastique et pas seulement pour ses idées ?

« Ce qui est vrai dans la vie sociale l'est dans la vie politique : les gens beaux attirent. Et comme bien souvent les électeurs connaissent peu les programmes des candidats, ils se déterminent sur des critères subjectifs tels que le physique. D'autant que les compétiteurs séduisants sont crédités de plus de qualités : on les croit volontiers plus intelligents, plus compétents, plus honnêtes. Car on associe facilement le beau au bon. En psychologie, on appelle ce biais l'effet de halo. »

C'est donc le plus souvent un phénomène inconscient ?

« Bien sûr, on croit faire nos choix rationnellement, mais le poids des affects joue considérablement, tout en échappant le plus souvent à notre conscience. Et puis imputer son vote à un critère de beauté n'est pas très honorant, ça contrevient à l'idéal du processus démocratique, du coup ça reste tabou. »

Ce pouvoir de la beauté est-il plus important lors d'une présidentielle ?

« La plus-value varie en effet selon la nature de l'élection. La présidentielle, comme scrutin uninominal, est une élection très

fortement personnalisée, le candidat est encore plus mis en avant que son parti. Le physique jouera forcément moins dans un scrutin de liste proportionnel, comme lors de régionales par exemple. »

Ce poids de l'image s'est-il renforcé ces dernières années ?

« On note dans la plupart des démocraties une inflexion à partir des années 2000, même si outre-Atlantique, Kennedy, dès les années 60, avec sa femme Jackie, avait fondé une partie de sa stratégie de communication sur son apparence. Aujourd'hui, les candidats sont moins des représentants de parti que des individus symboles. En France, la meilleure preuve en est Emmanuel Macron : en 2016, il a créé En marche ! pour se lancer dans la course à la présidentielle, mais il n'avait pas de parti avant. Idem pour Eric Zemmour et Reconquête ! »

Comment expliquer cette évolution ?

« Il y a d'abord le déclin des grands récits idéologiques, cet antagonisme est/ouest entre libéralisme et marxisme qui a structuré la vie politique du XX e siècle et qui suscitait des engagements très forts. Et puis il y a le rôle des médias. Avec la télévision, qui s'installe massivement dans les foyers au cours des années 70, la politique

s'esthétise. Le petit écran valorise notamment le visage des candidats. Avec internet, le règne de l'image s'intensifie encore, sauf que la surexposition des politiques sur les réseaux sociaux est cette fois à double tranchant : elle les discrédite parfois plus qu'autre chose... »

Quel candidat en joue le plus aujourd'hui selon vous ?

« Tous les compétiteurs s'efforcent de modeler leur apparence. On a vu Eric Zemmour, par exemple, chausser des lunettes, pour adoucir ses traits à défaut de son discours, et jouer aussi la carte de l'intellectualité. Sans doute Emmanuel Macron est celui qui peut capitaliser le plus sur son physique, du fait de sa jeunesse et de sa sveltesse, qui correspondent aux critères de beauté actuels. »

N'est-il pas plus dangereux pour une candidate femme de jouer cette carte de la beauté ?

« Si, car en politique, le corps des femmes est à la fois un atout, leur beauté source de dividendes, comme pour les hommes, mais contrairement à eux, c'est aussi encore un piège, celui de les réduire à leur plastique, avec toutes les suspicions qui en découlent : enfermées dans leur corporalité, elles voient leurs compétences niées, on se dit qu'elles ont été propulsées

là parce qu'elles sont belles, parce qu'elles ont su séduire. Après, même pour les hommes politiques, censés agir pour la chose publique, trop se soucier de leur apparence, c'est prendre le risque de se voir accuser de frivolité, de contrevenir au caractère de virilité attendu du dirigeant. Il faut donc qu'il la travaille, mais il ne faut pas trop que ça se voit. »

Et les électrices femmes, sont-elles plus sensibles à la variable beauté ? « Elles sont en tout cas moins enclines à faire des discriminations en termes d'apparence. Et c'est vrai que le critère physique n'a pas le même impact sur tous les électeurs. Globalement, la beauté influence davantage les individus peu diplômés, peu politisés, gros consommateurs de télévision. Cela

leur permet, toujours de manière inconsciente, de court-circuiter une démarche d'information perçue comme trop lourde. Par ailleurs, les électeurs de droite seraient plus sensibles au physique des candidats que ceux de gauche, de la même manière que les candidats de droite seraient tendanciellement considérés comme plus beaux que ceux de gauche. Notamment parce que les personnes séduisantes sont favorisées dans les interactions sociales, elles bénéficient de meilleurs statuts professionnels et donc s'engagent plus volontiers dans des partis conservateurs. Et parce que de façon générale la droite prône une conception libérale du monde, qui favorise davantage l'individualisme. »

(*) François Hourmant, *Pouvoir et*

beauté, le tabou du physique en politique (PUF)



François Hourmant : « Aujourd'hui les candidats sont moins des représentants de parti que des individus symboles ».

Photo DR

■



« Les électeurs votent aussi pour le physique d'un candidat »

Le poids de la beauté d'un candidat dans une élection comme la présidentielle à venir reste tabou. Pourtant, il peut être décisif, comme nous l'explique François Hourmant, professeur en science politique à l'université d'Angers, dans son dernier livre (*).

Propos recueillis par Sarah

MIQUEY-PALLANDRE

On vote aussi pour un candidat en fonction de sa plastique et pas seulement pour ses idées ?

« Ce qui est vrai dans la vie sociale l'est dans la vie politique : les gens beaux attirent. Et comme bien souvent les électeurs connaissent peu les programmes des candidats, ils se déterminent sur des critères subjectifs tels que le physique.

D'autant que les compétiteurs séduisants sont crédités de plus de qualités : on les croit volontiers plus intelligents, plus compétents, plus honnêtes. Car on associe facilement le beau au bon. En psychologie, on appelle ce biais l'effet de halo. »

C'est donc le plus souvent un phénomène inconscient ?

« Bien sûr, on croit faire nos choix rationnellement, mais le poids des affects joue considérablement, tout en échappant le plus souvent à notre conscience. Et puis imputer son vote à un critère de beauté n'est pas très honorant, ça contrevient à l'idéal du processus démocratique, du coup ça reste tabou. »

Ce pouvoir de la beauté est-il plus important lors d'une présidentielle ?

« La plus-value varie en effet selon la nature de l'élection. La présidentielle, comme scrutin uninominal, est une élection très

fortement personnalisée, le candidat est encore plus mis en avant que son parti. Le physique jouera forcément moins dans un scrutin de liste proportionnel, comme lors de régionales par exemple. »

Ce poids de l'image s'est-il renforcé ces dernières années ?

« On note dans la plupart des démocraties une inflexion à partir des années 2000, même si outre-Atlantique, Kennedy, dès les années 60, avec sa femme Jackie, avait fondé une partie de sa stratégie de communication sur son apparence. Aujourd'hui, les candidats sont moins des représentants de parti que des individus symboles. En France, la meilleure preuve en est Emmanuel Macron : en 2016, il a créé En marche ! pour se lancer dans la course à la présidentielle, mais il n'avait pas de parti avant. Idem pour Eric Zemmour et Reconquête ! »

Comment expliquer cette évolution ?

« Il y a d'abord le déclin des grands récits idéologiques, cet antagonisme est/ouest entre libéralisme et marxisme qui a structuré la vie politique du XX e siècle et qui suscitait des engagements très forts.

Et puis il y a le rôle des médias. Avec la télévision, qui s'installe massivement dans les foyers au cours des années 70, la politique

s'esthétise. Le petit écran valorise notamment le visage des candidats. Avec internet, le règne de l'image s'intensifie encore, sauf que la surexposition des politiques sur les réseaux sociaux est cette fois à double tranchant : elle les discrédite parfois plus qu'autre chose... »

Quel candidat en joue le plus aujourd'hui selon vous ?

« Tous les compétiteurs s'efforcent de modeler leur apparence. On a vu Eric Zemmour, par exemple, chausser des lunettes, pour adoucir ses traits à défaut de son discours, et jouer aussi la carte de l'intellectualité. Sans doute Emmanuel Macron est celui qui peut capitaliser le plus sur son physique, du fait de sa jeunesse et de sa sveltesse, qui correspondent aux critères de beauté actuels. »

N'est-il pas plus dangereux pour une candidate femme de jouer cette carte de la beauté ?

« Si, car en politique, le corps des femmes est à la fois un atout, leur beauté source de dividendes, comme pour les hommes, mais contrairement à eux, c'est aussi encore un piège, celui de les réduire à leur plastique, avec toutes les suspicions qui en découlent : enfermées dans leur corporalité, elles voient leurs compétences niées, on se dit qu'elles ont été propulsées

là parce qu'elles sont belles, parce qu'elles ont su séduire. Après, même pour les hommes politiques, censés agir pour la chose publique, trop se soucier de leur apparence, c'est prendre le risque de se voir accuser de frivolité, de contrevenir au caractère de virilité attendu du dirigeant. Il faut donc qu'il la travaille, mais il ne faut pas trop que ça se voit. »
Et les électrices femmes, sont-elles plus sensibles à la variable beauté ? « Elles sont en tout cas moins enclines à faire des discriminations en termes d'apparence. Et c'est vrai que le critère physique n'a pas le même impact sur tous les électeurs. Globalement, la beauté influence davantage les individus peu diplômés, peu politisés, gros consommateurs de télévision. Cela

leur permet, toujours de manière inconsciente, de court-circuiter une démarche d'information perçue comme trop lourde. Par ailleurs, les électeurs de droite seraient plus sensibles au physique des candidats que ceux de gauche, de la même manière que les candidats de droite seraient tendanciellement considérés comme plus beaux que ceux de gauche. Notamment parce que les personnes séduisantes sont favorisées dans les interactions sociales, elles bénéficient de meilleurs statuts professionnels et donc s'engagent plus volontiers dans des partis conservateurs. Et parce que de façon générale la droite prône une conception libérale du monde, qui favorise davantage l'individualisme. »

(*) François Hourmant, *Pouvoir et*

beauté, le tabou du physique en politique (PUF)



François Hourmant : « Aujourd'hui les candidats sont moins des représentants de parti que des individus symboles ». Photo DR



« Les électeurs votent aussi pour le physique d'un candidat »

Le poids de la beauté d'un candidat dans une élection comme la présidentielle à venir reste tabou. Pourtant, il peut être décisif, comme nous l'explique François Hourmant, professeur en science politique à l'université d'Angers, dans son dernier livre (*).

*Propos recueillis par Sarah
MIQUEY-PALLANDRE*

On vote aussi pour un candidat en fonction de sa plastique et pas seulement pour ses idées ?

« Ce qui est vrai dans la vie sociale l'est dans la vie politique : les gens beaux attirent. Et comme bien souvent les électeurs connaissent peu les programmes des candidats, ils se déterminent sur des critères subjectifs tels que le physique.

D'autant que les compétiteurs séduisants sont crédités de plus de qualités : on les croit volontiers plus intelligents, plus compétents, plus honnêtes. Car on associe facilement le beau au bon. En psychologie, on appelle ce biais l'effet de halo. »

C'est donc le plus souvent un phénomène inconscient ?

« Bien sûr, on croit faire nos choix rationnellement, mais le poids des affects joue considérablement, tout en échappant le plus souvent à notre conscience. Et puis imputer son vote à un critère de beauté n'est pas très honorant, ça contrevient à l'idéal du processus démocratique, du coup ça reste tabou. »

Ce pouvoir de la beauté est-il plus important lors d'une présidentielle ?

« La plus-value varie en effet selon la nature de l'élection. La présidentielle, comme scrutin uninominal, est une élection très

fortement personnalisée, le candidat est encore plus mis en avant que son parti. Le physique jouera forcément moins dans un scrutin de liste proportionnel, comme lors de régionales par exemple. »

Ce poids de l'image s'est-il renforcé ces dernières années ?

« On note dans la plupart des démocraties une inflexion à partir des années 2000, même si outre-Atlantique, Kennedy, dès les années 60, avec sa femme Jackie, avait fondé une partie de sa stratégie de communication sur son apparence. Aujourd'hui, les candidats sont moins des représentants de parti que des individus symboles. En France, la meilleure preuve en est Emmanuel Macron : en 2016, il a créé En marche ! pour se lancer dans la course à la présidentielle, mais il n'avait pas de parti avant. Idem pour Eric Zemmour et Reconquête ! »

Comment expliquer cette évolution ?

« Il y a d'abord le déclin des grands récits idéologiques, cet antagonisme est/ouest entre libéralisme et marxisme qui a structuré la vie politique du XX e siècle et qui suscitait des engagements très forts.

Et puis il y a le rôle des médias. Avec la télévision, qui s'installe massivement dans les foyers au cours des années 70, la politique

s'esthétise. Le petit écran valorise notamment le visage des candidats. Avec internet, le règne de l'image s'intensifie encore, sauf que la surexposition des politiques sur les réseaux sociaux est cette fois à double tranchant : elle les discrédite parfois plus qu'autre chose... »

Quel candidat en joue le plus aujourd'hui selon vous ?

« Tous les compétiteurs s'efforcent de modeler leur apparence. On a vu Eric Zemmour, par exemple, chausser des lunettes, pour adoucir ses traits à défaut de son discours, et jouer aussi la carte de l'intellectualité. Sans doute Emmanuel Macron est celui qui peut capitaliser le plus sur son physique, du fait de sa jeunesse et de sa sveltesse, qui correspondent aux critères de beauté actuels. »

N'est-il pas plus dangereux pour une candidate femme de jouer cette carte de la beauté ?

« Si, car en politique, le corps des femmes est à la fois un atout, leur beauté source de dividendes, comme pour les hommes, mais contrairement à eux, c'est aussi encore un piège, celui de les réduire à leur plastique, avec toutes les suspicions qui en découlent : enfermées dans leur corporalité, elles voient leurs compétences niées, on se dit qu'elles ont été propulsées



là parce qu'elles sont belles, parce qu'elles ont su séduire. Après, même pour les hommes politiques, censés agir pour la chose publique, trop se soucier de leur apparence, c'est prendre le risque de se voir accuser de frivolité, de contrevenir au caractère de virilité attendu du dirigeant. Il faut donc qu'il la travaille, mais il ne faut pas trop que ça se voit. »

Et les électrices femmes, sont-elles plus sensibles à la variable beauté ? « Elles sont en tout cas moins enclines à faire des discriminations en termes d'apparence. Et c'est vrai que le critère physique n'a pas le même impact sur tous les électeurs. Globalement, la beauté influence davantage les individus peu diplômés, peu politisés, gros consommateurs de télévision. Cela

leur permet, toujours de manière inconsciente, de court-circuiter une démarche d'information perçue comme trop lourde. Par ailleurs, les électeurs de droite seraient plus sensibles au physique des candidats que ceux de gauche, de la même manière que les candidats de droite seraient tendanciellement considérés comme plus beaux que ceux de gauche. Notamment parce que les personnes séduisantes sont favorisées dans les interactions sociales, elles bénéficient de meilleurs statuts professionnels et donc s'engagent plus volontiers dans des partis conservateurs. Et parce que de façon générale la droite prône une conception libérale du monde, qui favorise davantage l'individualisme. »

(*) François Hourmant, *Pouvoir et*

beauté, le tabou du physique en politique (PUF)



François Hourmant : « Aujourd'hui les candidats sont moins des représentants de parti que des individus symboles ». Photo DR



« Les électeurs votent aussi pour le physique d'un candidat »

Le poids de la beauté d'un candidat dans une élection comme la présidentielle à venir reste tabou. Pourtant, il peut être décisif, comme nous l'explique François Hourmant, professeur en science politique à l'université d'Angers, dans son dernier livre (*).

Propos recueillis par Sarah

MIQUEY-PALLANDRE

On vote aussi pour un candidat en fonction de sa plastique et pas seulement pour ses idées ?

« Ce qui est vrai dans la vie sociale l'est dans la vie politique : les gens beaux attirent. Et comme bien souvent les électeurs connaissent peu les programmes des candidats, ils se déterminent sur des critères subjectifs tels que le physique. D'autant que les compétiteurs séduisants sont crédités de plus de qualités : on les croit volontiers plus intelligents, plus compétents, plus honnêtes. Car on associe facilement le beau au bon. En psychologie, on appelle ce biais l'effet de halo. »

C'est donc le plus souvent un phénomène inconscient ?

« Bien sûr, on croit faire nos choix rationnellement, mais le poids des affects joue considérablement, tout en échappant le plus souvent à notre conscience. Et puis imputer son vote à un critère de beauté n'est pas très honorant, ça contrevient à l'idéal du processus démocratique, du coup ça reste tabou. »

Ce pouvoir de la beauté est-il plus important lors d'une présidentielle ?

« La plus-value varie en effet selon la nature de l'élection. La présidentielle, comme scrutin uninominal, est une élection très

fortement personnalisée, le candidat est encore plus mis en avant que son parti. Le physique jouera forcément moins dans un scrutin de liste proportionnel, comme lors de régionales par exemple. »

Ce poids de l'image s'est-il renforcé ces dernières années ?

« On note dans la plupart des démocraties une inflexion à partir des années 2000, même si outre-Atlantique, Kennedy, dès les années 60, avec sa femme Jackie, avait fondé une partie de sa stratégie de communication sur son apparence. Aujourd'hui, les candidats sont moins des représentants de parti que des individus symboles. En France, la meilleure preuve en est Emmanuel Macron : en 2016, il a créé En marche ! pour se lancer dans la course à la présidentielle, mais il n'avait pas de parti avant. Idem pour Eric Zemmour et Reconquête ! »

Comment expliquer cette évolution ?

« Il y a d'abord le déclin des grands récits idéologiques, cet antagonisme est/ouest entre libéralisme et marxisme qui a structuré la vie politique du XX e siècle et qui suscitait des engagements très forts. Et puis il y a le rôle des médias. Avec la télévision, qui s'installe massivement dans les foyers au cours des années 70, la politique

s'esthétise. Le petit écran valorise notamment le visage des candidats. Avec internet, le règne de l'image s'intensifie encore, sauf que la surexposition des politiques sur les réseaux sociaux est cette fois à double tranchant : elle les discrédite parfois plus qu'autre chose... »

Quel candidat en joue le plus aujourd'hui selon vous ?

« Tous les compétiteurs s'efforcent de modeler leur apparence. On a vu Eric Zemmour, par exemple, chausser des lunettes, pour adoucir ses traits à défaut de son discours, et jouer aussi la carte de l'intellectualité. Sans doute Emmanuel Macron est celui qui peut capitaliser le plus sur son physique, du fait de sa jeunesse et de sa sveltesse, qui correspondent aux critères de beauté actuels. »

N'est-il pas plus dangereux pour une candidate femme de jouer cette carte de la beauté ?

« Si, car en politique, le corps des femmes est à la fois un atout, leur beauté source de dividendes, comme pour les hommes, mais contrairement à eux, c'est aussi encore un piège, celui de les réduire à leur plastique, avec toutes les suspicions qui en découlent : enfermées dans leur corporalité, elles voient leurs compétences niées, on se dit qu'elles ont été propulsées

là parce qu'elles sont belles, parce qu'elles ont su séduire. Après, même pour les hommes politiques, censés agir pour la chose publique, trop se soucier de leur apparence, c'est prendre le risque de se voir accuser de frivolité, de contrevenir au caractère de virilité attendu du dirigeant. Il faut donc qu'il la travaille, mais il ne faut pas trop que ça se voit. »

Et les électrices femmes, sont-elles plus sensibles à la variable beauté ? « Elles sont en tout cas moins enclines à faire des discriminations en termes d'apparence. Et c'est vrai que le critère physique n'a pas le même impact sur tous les électeurs. Globalement, la beauté influence davantage les individus peu diplômés, peu politisés, gros consommateurs de télévision. Cela

leur permet, toujours de manière inconsciente, de court-circuiter une démarche d'information perçue comme trop lourde. Par ailleurs, les électeurs de droite seraient plus sensibles au physique des candidats que ceux de gauche, de la même manière que les candidats de droite seraient tendanciellement considérés comme plus beaux que ceux de gauche. Notamment parce que les personnes séduisantes sont favorisées dans les interactions sociales, elles bénéficient de meilleurs statuts professionnels et donc s'engagent plus volontiers dans des partis conservateurs. Et parce que de façon générale la droite prône une conception libérale du monde, qui favorise davantage l'individualisme. »

(*) François Hourmant, *Pouvoir et*

beauté, le tabou du physique en politique (PUF)



François Hourmant : « Aujourd'hui les candidats sont moins des représentants de parti que des individus symboles ».

Photo DR



« Les électeurs votent aussi pour le physique d'un candidat »

Le poids de la beauté d'un candidat dans une élection comme la présidentielle à venir reste tabou. Pourtant, il peut être décisif, comme nous l'explique François Hourmant, professeur en science politique à l'université d'Angers, dans son dernier livre.

Propos recueillis par Sarah MIQUEY-PALLANDRE

On vote aussi pour un candidat en fonction de sa plastique et pas seulement pour ses idées ?

« Ce qui est vrai dans la vie sociale l'est dans la vie politique : les gens beaux attirent. Et comme bien souvent les électeurs connaissent peu les programmes des candidats, ils se déterminent sur des critères subjectifs tels que le physique. D'autant que les compétiteurs séduisants sont crédités de plus de qualités : on les croit volontiers plus intelligents, plus compétents, plus honnêtes. Car on associe facilement le beau au bon. En psychologie, on appelle ce biais l'effet de halo. »

C'est donc le plus souvent un phénomène inconscient ?

« Bien sûr, on croit faire nos choix rationnellement, mais le poids des affects joue considérablement, tout en échappant le plus souvent à notre conscience. Et puis imputer son vote à un critère de beauté n'est pas très honorant, ça contrevient à l'idéal du processus démocratique. Du coup, ça reste tabou. »

Ce pouvoir de la beauté est-il plus important lors d'une présidentielle ?

« La plus-value varie en effet selon la nature de l'élection. La présidentielle, comme scrutin uninominal, est une élection très

fortement personnalisée, le candidat est encore plus mis en avant que son parti. Le physique jouera forcément moins dans un scrutin de liste proportionnel, comme lors de régionales par exemple. »

Ce poids de l'image s'est-il renforcé ces dernières années ?

« On note dans la plupart des démocraties une inflexion à partir des années 2000, même si outre-Atlantique, Kennedy, dès les années 1960, avec sa femme Jackie, avait fondé une partie de sa stratégie de communication sur son apparence. Aujourd'hui, les candidats sont moins des représentants de parti que des individus symboles. En France, la meilleure preuve en est Emmanuel Macron : en 2016, il a créé En marche ! pour se lancer dans la course à la présidentielle, mais il n'avait pas de parti avant. Idem pour Éric Zemmour et Reconquête !. »

Comment expliquer cette évolution ?

« Il y a d'abord le déclin des grands récits idéologiques, cet antagonisme est/ouest entre libéralisme et marxisme qui a structuré la vie politique du XX e siècle et qui suscitait des engagements très forts. Et puis il y a le rôle des médias. Avec la télévision, qui s'installe massivement dans les foyers au cours des années 1970, la politique

s'esthétise. Le petit écran valorise notamment le visage des candidats. Avec Internet, le règne de l'image s'intensifie encore, sauf que la surexposition des politiques sur les réseaux sociaux est cette fois à double tranchant : elle les discrédite parfois plus qu'autre chose... »

Quel candidat en joue le plus aujourd'hui selon vous ?

« Tous les compétiteurs s'efforcent de modeler leur apparence. On a vu Éric Zemmour, par exemple, chausser des lunettes, pour adoucir ses traits à défaut de son discours, et jouer aussi la carte de l'intellectualité. Sans doute Emmanuel Macron est celui qui peut capitaliser le plus sur son physique, du fait de sa jeunesse et de sa sveltesse, qui correspondent aux critères de beauté actuels. »

N'est-il pas plus dangereux pour une candidate femme de jouer cette carte de la beauté ?

« Si, car en politique, le corps des femmes est à la fois un atout, leur beauté source de dividendes, comme pour les hommes, mais contrairement à eux, c'est aussi encore un piège, celui de les réduire à leur plastique, avec toutes les suspicions qui en découlent : enfermées dans leur corporalité, elles voient leurs compétences niées. On se dit qu'elles ont été propulsées

là parce qu'elles sont belles, parce qu'elles ont su séduire. Après, même pour les hommes politiques, censés agir pour la chose publique, trop se soucier de leur apparence, c'est prendre le risque de se voir accuser de frivolité, de contrevenir au caractère de virilité attendu du dirigeant. Il faut donc qu'il la travaille, mais il ne faut pas trop que ça se voit. »

François Hourmant, *Pouvoir et beauté, le tabou du physique en politique* (PUF)



François Hourmant : « Aujourd'hui les candidats sont moins des représentants de parti que des individus symboles ».

Photo DR

■



« Les électeurs votent aussi pour le physique d'un candidat »

Le poids de la beauté d'un candidat dans une élection comme la présidentielle à venir reste tabou. Pourtant, il peut être décisif, comme nous l'explique François Hourmant, professeur en science politique à l'université d'Angers, dans son dernier livre (*).

Propos recueillis par Sarah MIQUEY-PALLANDRE

On vote aussi pour un candidat en fonction de sa plastique et pas seulement pour ses idées ?

« Ce qui est vrai dans la vie sociale l'est dans la vie politique : les gens beaux attirent. Et comme bien souvent les électeurs connaissent peu les programmes des candidats, ils se déterminent sur des critères subjectifs tels que le physique. D'autant que les compétiteurs séduisants sont crédités de plus de qualités : on les croit volontiers plus intelligents, plus compétents, plus honnêtes. Car on associe facilement le beau au bon. En psychologie, on appelle ce biais l'effet de halo. »
C'est donc le plus souvent un phénomène inconscient ?

« Bien sûr, on croit faire nos choix rationnellement, mais le poids des affects joue considérablement, tout en échappant le plus souvent à notre conscience. Et puis imputer son vote à un critère de beauté n'est pas très honorant, ça contrevient à l'idéal du processus démocratique, du coup ça reste tabou. »

Ce pouvoir de la beauté est-il plus important lors d'une présidentielle ?
« La plus-value varie en effet selon la nature de l'élection. La présidentielle, comme scrutin uninominal, est une élection très

fortement personnalisée, le candidat est encore plus mis en avant que son parti. Le physique jouera forcément moins dans un scrutin de liste proportionnel, comme lors de régionales par exemple. »

Ce poids de l'image s'est-il renforcé ces dernières années ?

« On note dans la plupart des démocraties une inflexion à partir des années 2000, même si outre-Atlantique, Kennedy, dès les années 60, avec sa femme Jackie, avait fondé une partie de sa stratégie de communication sur son apparence. Aujourd'hui, les candidats sont moins des représentants de parti que des individus symboles. En France, la meilleure preuve en est Emmanuel Macron : en 2016, il a créé En marche ! pour se lancer dans la course à la présidentielle, mais il n'avait pas de parti avant. Idem pour Eric Zemmour et Reconquête ! »
Comment expliquer cette évolution ?
« Il y a d'abord le déclin des grands récits idéologiques, cet antagonisme est/ouest entre libéralisme et marxisme qui a structuré la vie politique du XX e siècle et qui suscitait des engagements très forts. Et puis il y a le rôle des médias. Avec la télévision, qui s'installe massivement dans les foyers au cours des années 70, la politique

s'esthétise. Le petit écran valorise notamment le visage des candidats. Avec internet, le règne de l'image s'intensifie encore, sauf que la surexposition des politiques sur les réseaux sociaux est cette fois à double tranchant : elle les discrédite parfois plus qu'autre chose... »

Quel candidat en joue le plus aujourd'hui selon vous ?

« Tous les compétiteurs s'efforcent de modeler leur apparence. On a vu Eric Zemmour, par exemple, chausser des lunettes, pour adoucir ses traits à défaut de son discours, et jouer aussi la carte de l'intellectualité. Sans doute Emmanuel Macron est celui qui peut capitaliser le plus sur son physique, du fait de sa jeunesse et de sa sveltesse, qui correspondent aux critères de beauté actuels. »
N'est-il pas plus dangereux pour une candidate femme de jouer cette carte de la beauté ?

« Si, car en politique, le corps des femmes est à la fois un atout, leur beauté source de dividendes, comme pour les hommes, mais contrairement à eux, c'est aussi encore un piège, celui de les réduire à leur plastique, avec toutes les suspicions qui en découlent : enfermées dans leur corporalité, elles voient leurs compétences niées, on se dit qu'elles ont été propulsées



là parce qu'elles sont belles, parce qu'elles ont su séduire. Après, même pour les hommes politiques, censés agir pour la chose publique, trop se soucier de leur apparence, c'est prendre le risque de se voir accuser de frivolité, de contrevenir au caractère de virilité attendu du dirigeant. Il faut donc qu'il la travaille, mais il ne faut pas trop que ça se voit. »
Et les électrices femmes, sont-elles plus sensibles à la variable beauté ? « Elles sont en tout cas moins enclines à faire des discriminations en termes d'apparence. Et c'est vrai que le critère physique n'a pas le même impact sur tous les électeurs. Globalement, la beauté influence davantage les individus peu diplômés, peu politisés, gros consommateurs de télévision. Cela

leur permet, toujours de manière inconsciente, de court-circuiter une démarche d'information perçue comme trop lourde. Par ailleurs, les électeurs de droite seraient plus sensibles au physique des candidats que ceux de gauche, de la même manière que les candidats de droite seraient tendanciellement considérés comme plus beaux que ceux de gauche. Notamment parce que les personnes séduisantes sont favorisées dans les interactions sociales, elles bénéficient de meilleurs statuts professionnels et donc s'engagent plus volontiers dans des partis conservateurs. Et parce que de façon générale la droite prône une conception libérale du monde, qui favorise davantage l'individualisme. »
(*) François Hourmant, *Pouvoir et*

beauté, le tabou du physique en politique (PUF)



François Hourmant : « Aujourd'hui les candidats sont moins des représentants de parti que des individus symboles ». Photo DR