

**Entendre le charisme !
Associations genrées et perception
du discours politique**

Scott Kunkel

Séminaire Genre et Langage

13 octobre 2025

LE CHARISME

LEADERSHIP CHARISMATIQUE



« Le charisme est une qualité particulière de la personnalité d'un individu qui le distingue des gens ordinaires et lui confère des pouvoirs ou des qualités surnaturels, surhumains ou, à tout le moins, exceptionnels. Ces pouvoirs ou qualités ne sont pas accessibles à l'individu ordinaire, mais sont considérés comme d'origine divine ou exemplaires, et c'est sur cette base que l'individu concerné est traité comme un leader. »

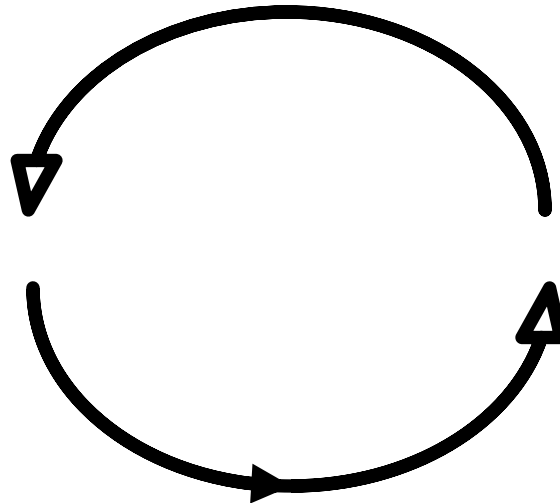
– Max Weber (1922)

LEADERSHIP CHARISMATIQUE



LEADERSHIP CHARISMATIQUE

**De bon-nes leaders
sont charismatiques**



**Des leaders
charismatiques sont
bon.nes**

CHARISME ET GENRE

CHARISME ET GENRE



CHARISME ET GENRE

The
Economist

Weekly edition The world in brief War in the Middle East War in Ukraine United States The world economy Business

United States | Insider job

Kamala Harris lacks charisma and time

But, if nominated, that does not rule out her defeating Donald Trump

THE CONVERSATION

Academic rigor, journalistic flair

Search a

Arts + Culture Economy Education Environment + Energy Ethics + Religion Health **Politics + Society** Science + Tech

Trump's die-hard support may be explained by one of his most misunderstood character traits – 'charisma'

Published: September 4, 2024 8:29am EDT

CHARISME ET GENRE

Le charisme est souvent associé à des traits masculins (p. ex. dominance, confiance)

Théorie de la congruence des rôles (Eagly & Karau 2002)

- Décalage entre les stéréotypes féminins (**communal**) et les attentes liées au leadership (**agentiques**)



CHARISME ET GENRE



The Leadership Quarterly
Volume 14, Issue 6, December 2003, Pages 807-834



The female leadership advantage: An evaluation of the evidence



Alice H Eagly^a  , Linda L Carli^b



The Leadership Quarterly
Volume 28, Issue 4, August 2017, Pages 508-529



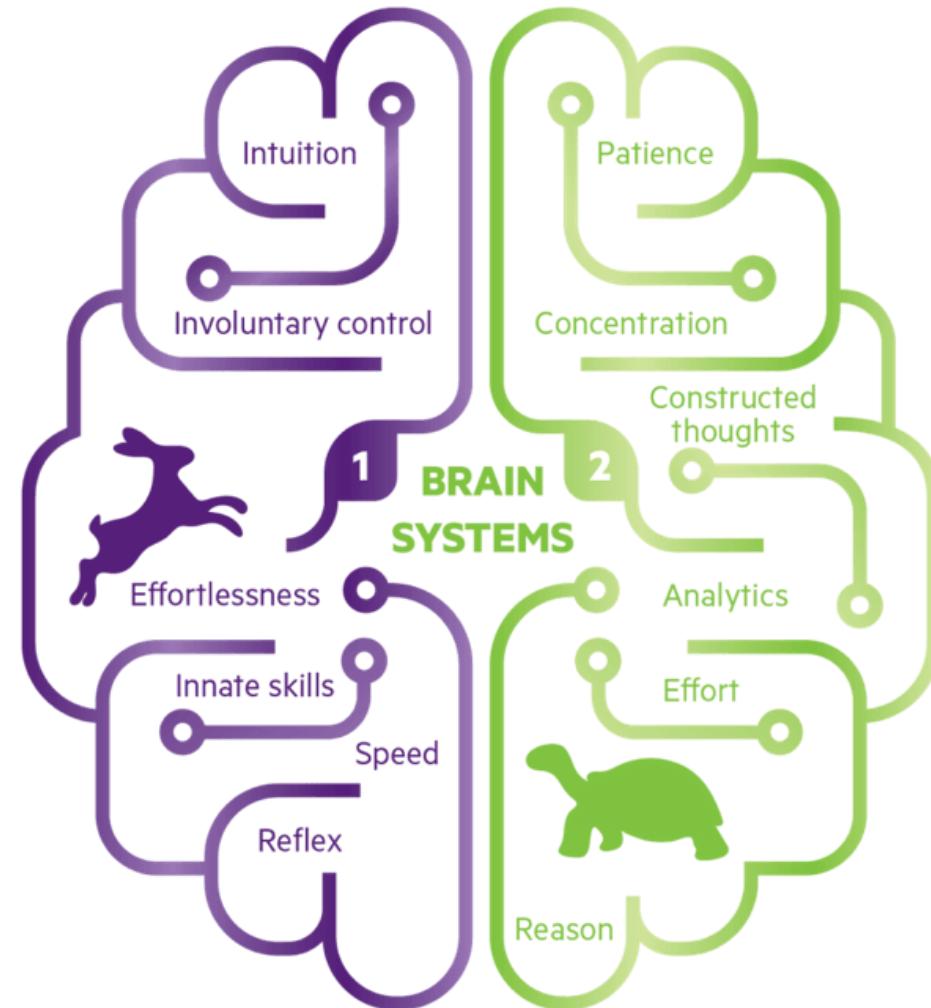
A meta-analytic review and future research agenda of charismatic leadership

George C. Banks^a  , Krista N. Engemann^{a,1}, Courtney E. Williams^{a,1}, Janaki Gooty^a,
Kelly Davis McCauley^b, Melissa R. Medaugh^a

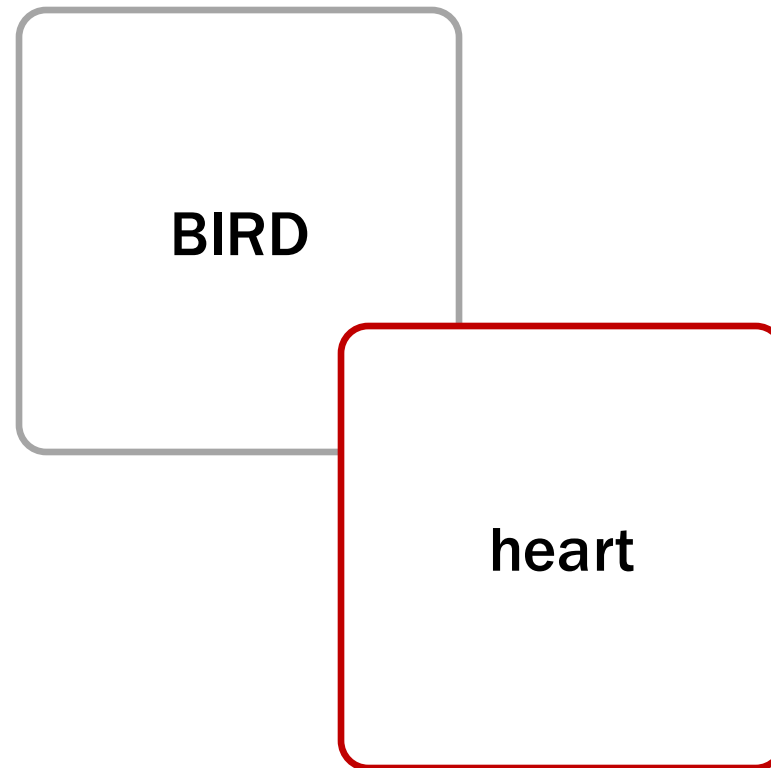
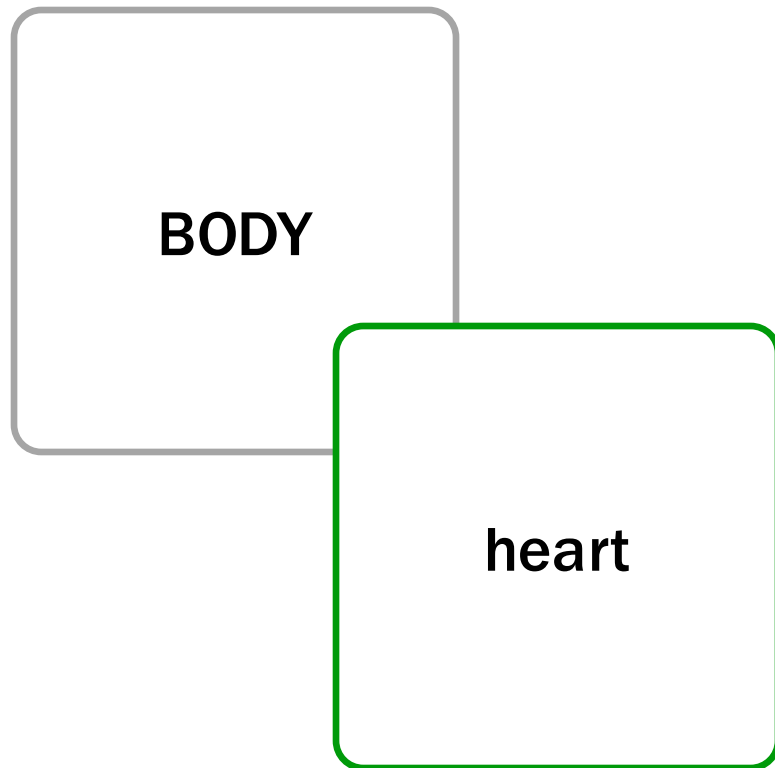
CHARISME ET GENRE



THEORIE DU DOUBLE PROCESSUS

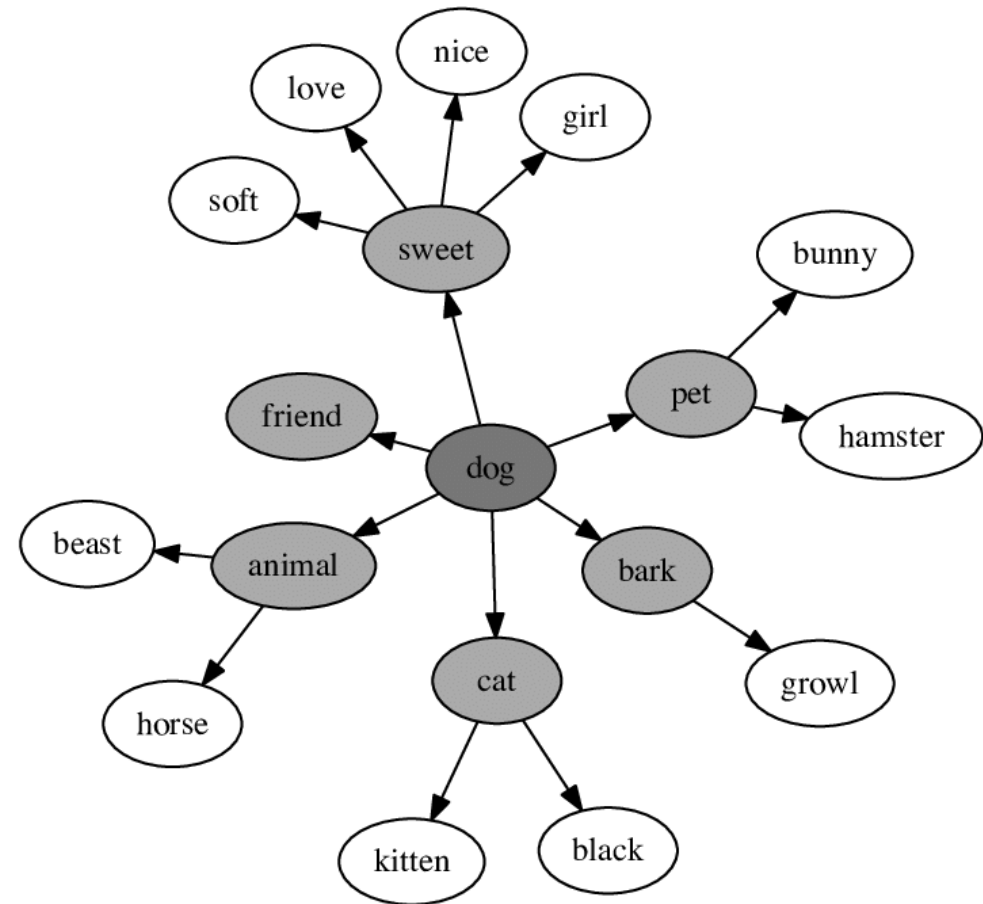
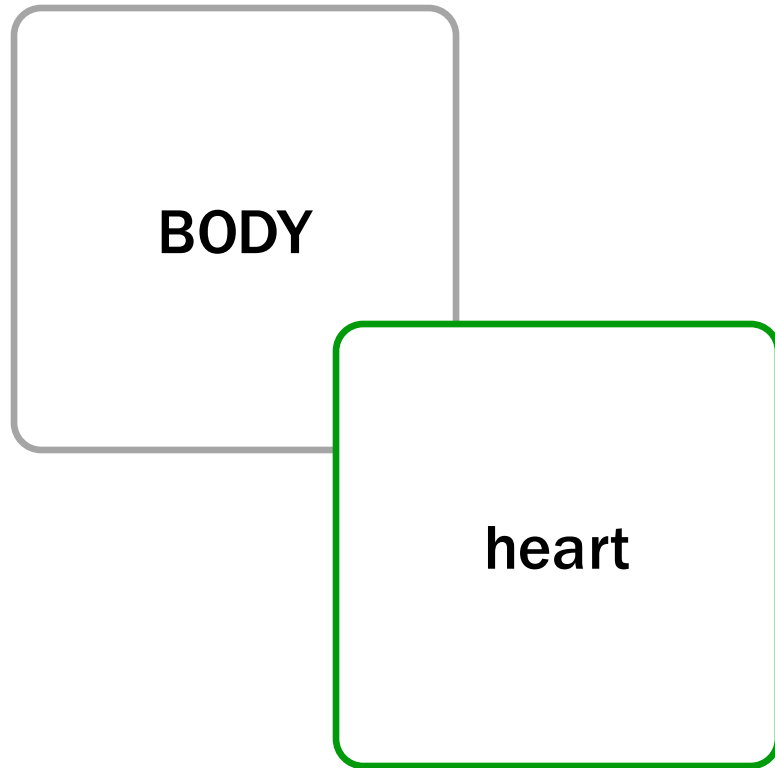


AMORÇAGE SEQUENTIEL

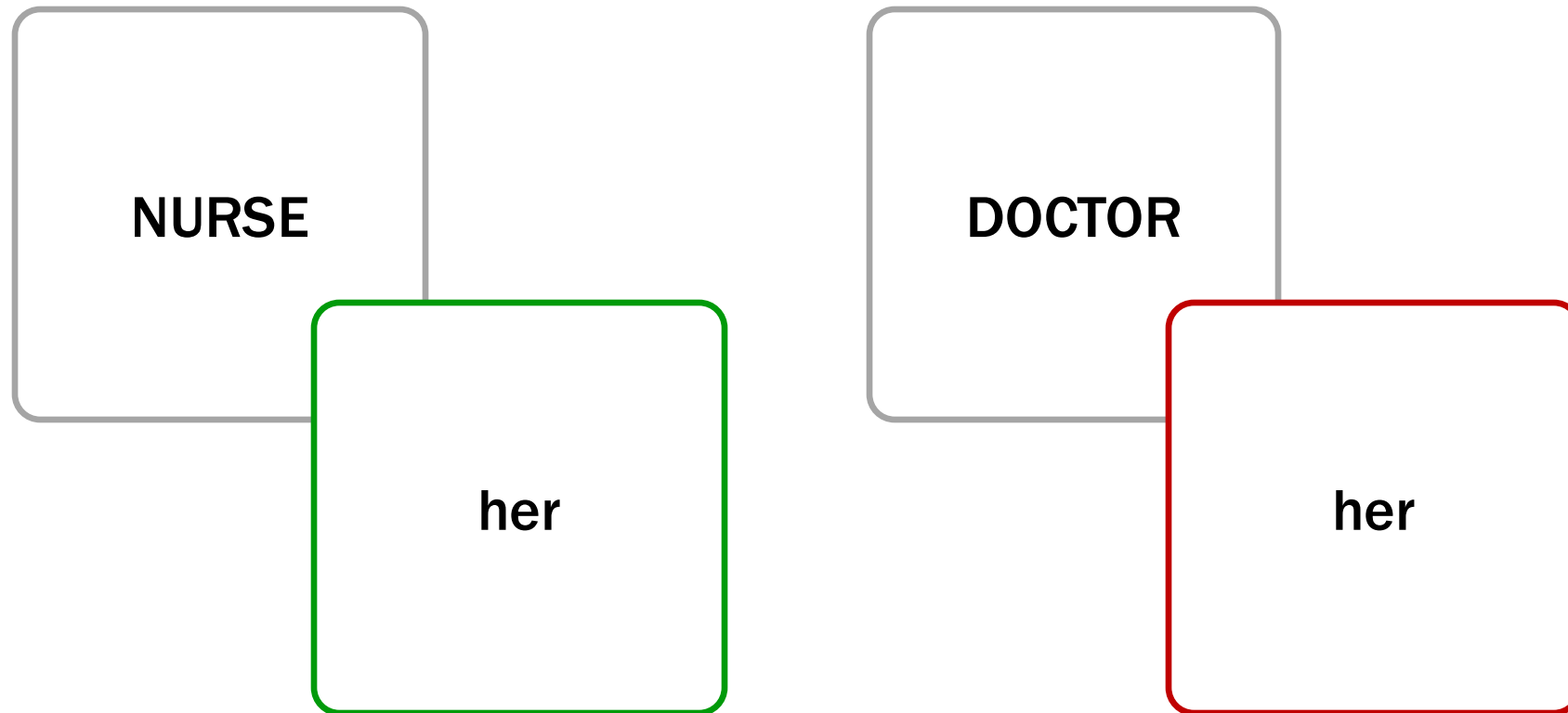


(Meyer & Schvaneveldt, 1971, Neely 1977)

AMORÇAGE SEQUENTIEL



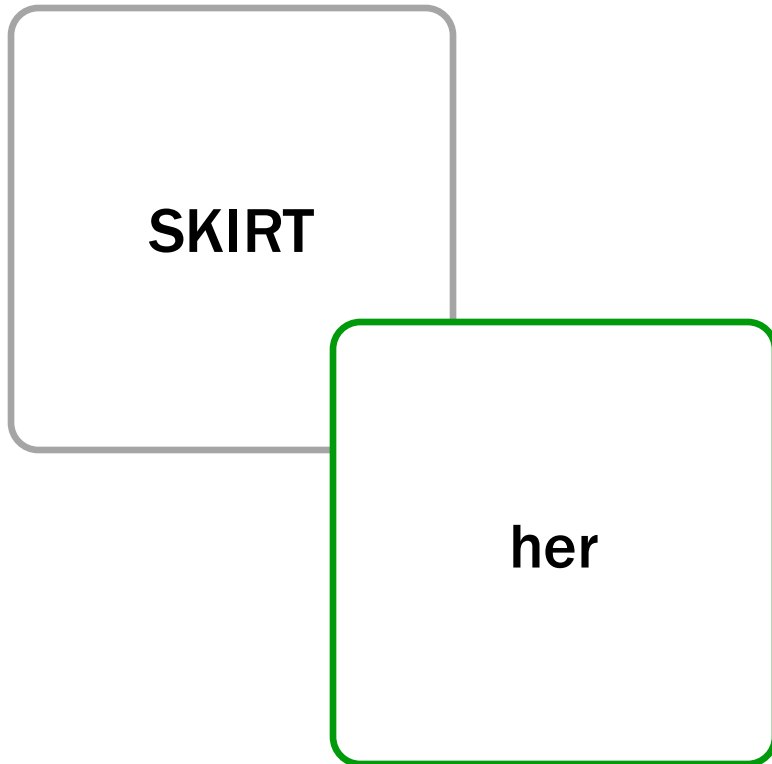
AMORÇAGE DES STEREOTYPES DE GENRE



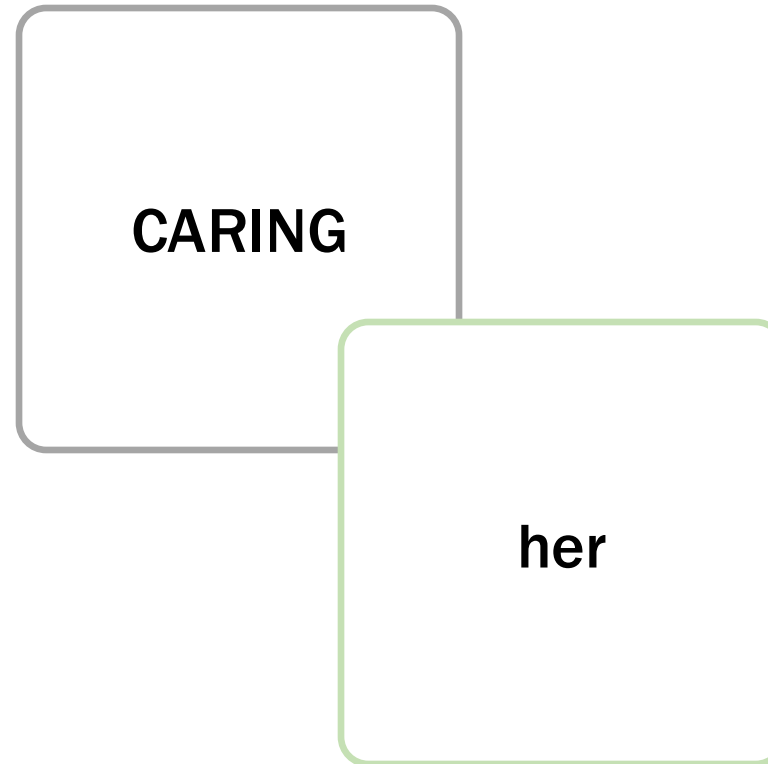
(Banaji & Hardin 1996, Blair & Banaji 1996, Kawakami & Dovidio 2001, Cacciari & Padovani 2007, Wang et al. 2017)

AMORÇAGE DES STEREOTYPES DE GENRE

Objets genrés



Traits de personnalité genrés



(Blair & Banaji 1996)

GENDER STEREOTYPE PRIMING



him



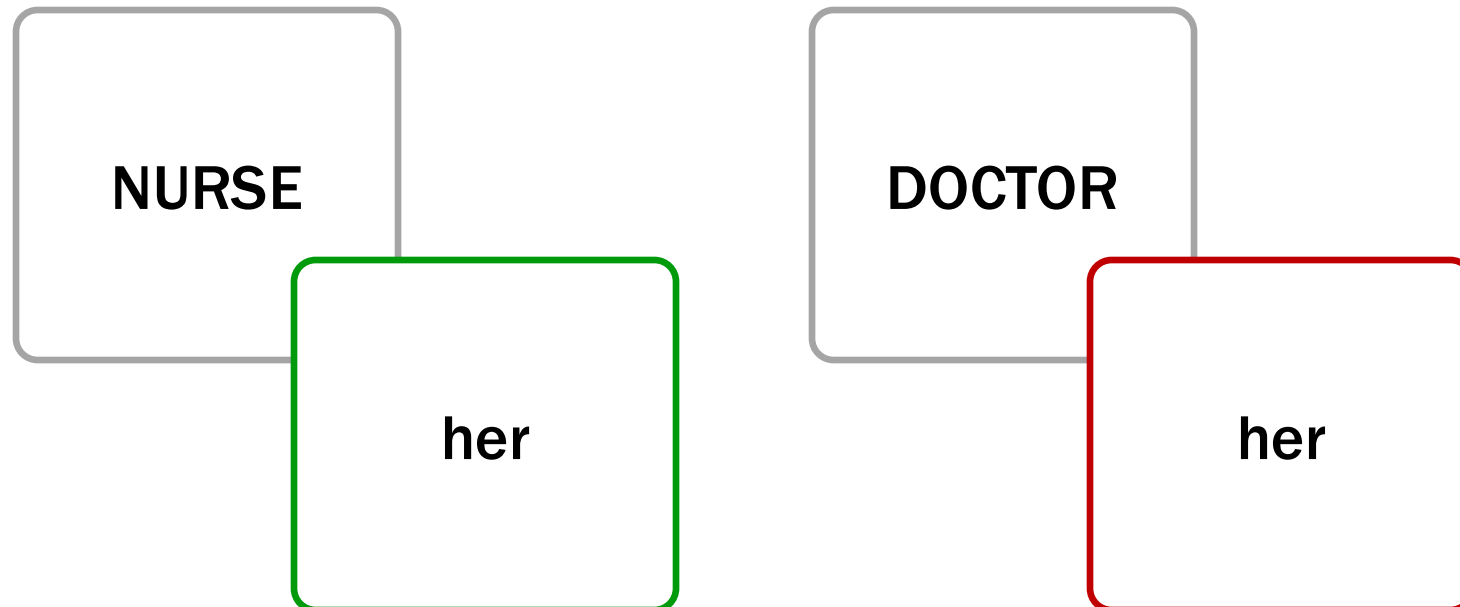
him

(Macrae et al. 1997, Castelli et al. 2004, Macrae & Cloutier 2009, Müller & Rothermund 2014, Tsamadi et al. 2020)c

LA PRESENTE ETUDE

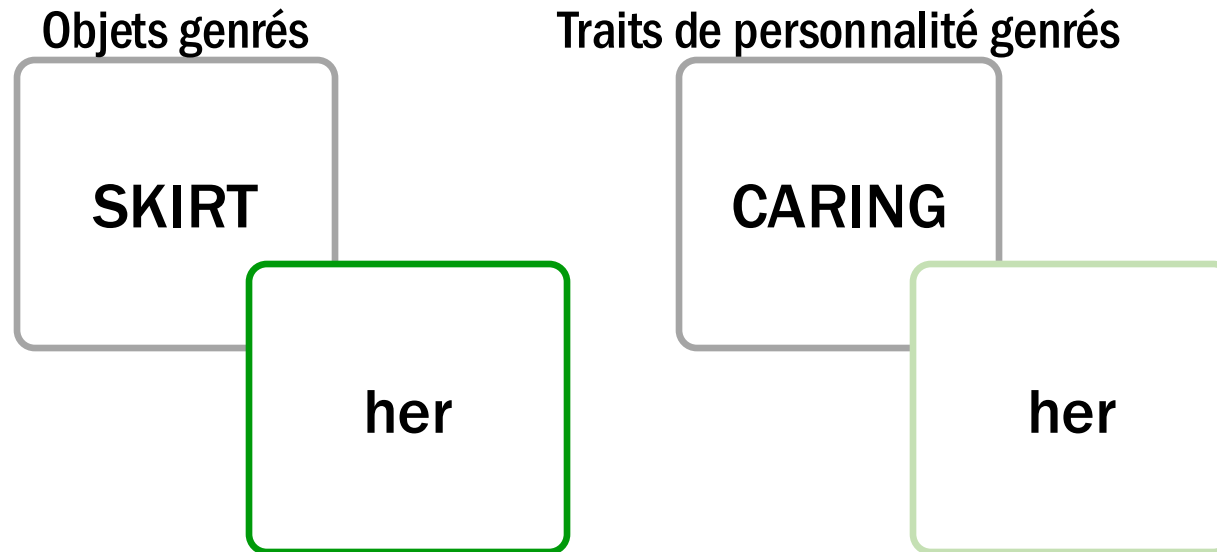
LA PRESENTE ETUDE

Qu'est-ce que les mesures implicites du charisme politique peuvent nous dire sur la façon dont le genre influence la perception du charisme ?



LA PRESENTE ETUDE

Est-ce que les associations entre le **charisme politique** et le **charisme général** produisent des effets d'amorçage différents ?



LA PRESENTE ETUDE

Est-ce que le genre du locuteur ou locutrice influence la présence des effets d'amorçage liés au charisme ?

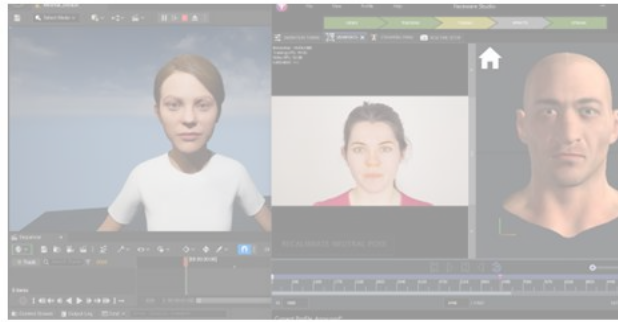


him



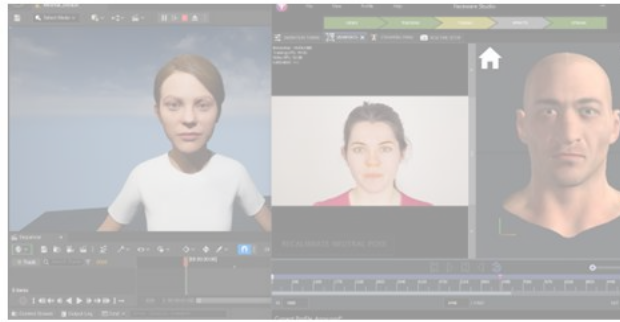
him

METHODES : AVATARS



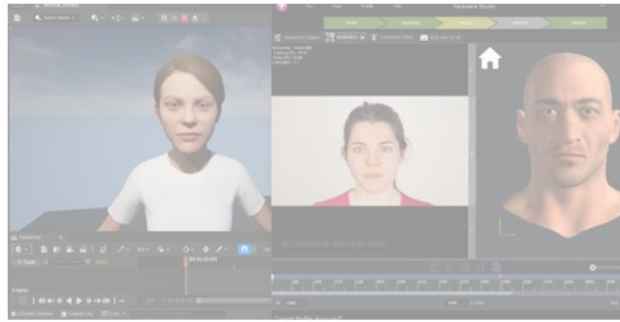
DAVINCI RESOLVE
STUDIO

METHODES : AVATARS



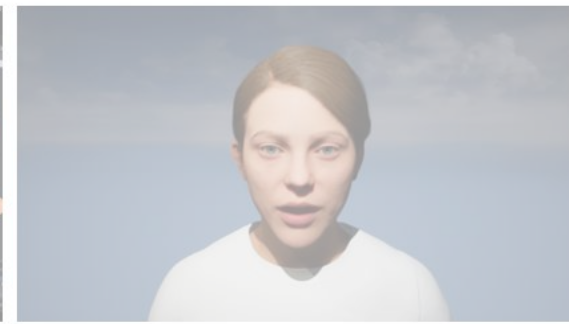
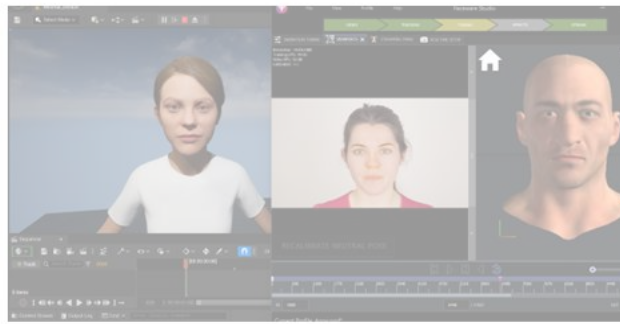
DAVINCI RESOLVE
STUDIO

METHODES : AVATARS



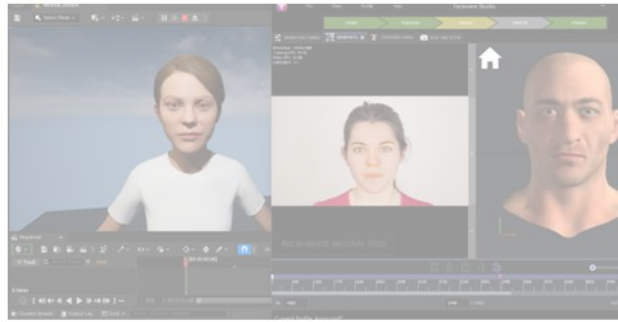
DAVINCI RESOLVE
STUDIO

METHODES : AVATARS



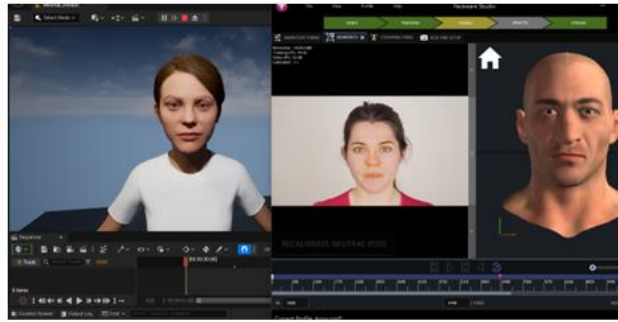
DAVINCI RESOLVE
STUDIO

METHODES : AVATARS



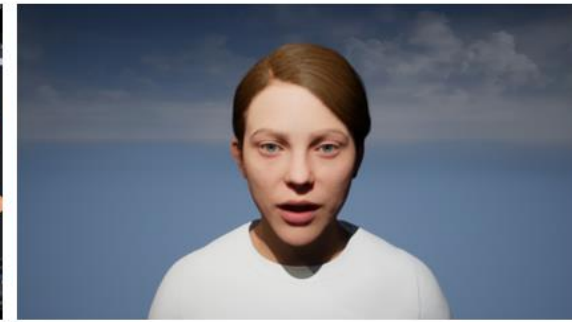
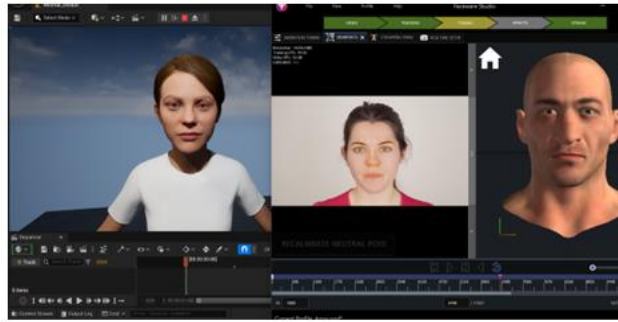
DAVINCI RESOLVE
STUDIO

METHODES : AVATARS



DAVINCI RESOLVE
STUDIO

METHODES : AVATARS



DAVINCI RESOLVE
STUDIO

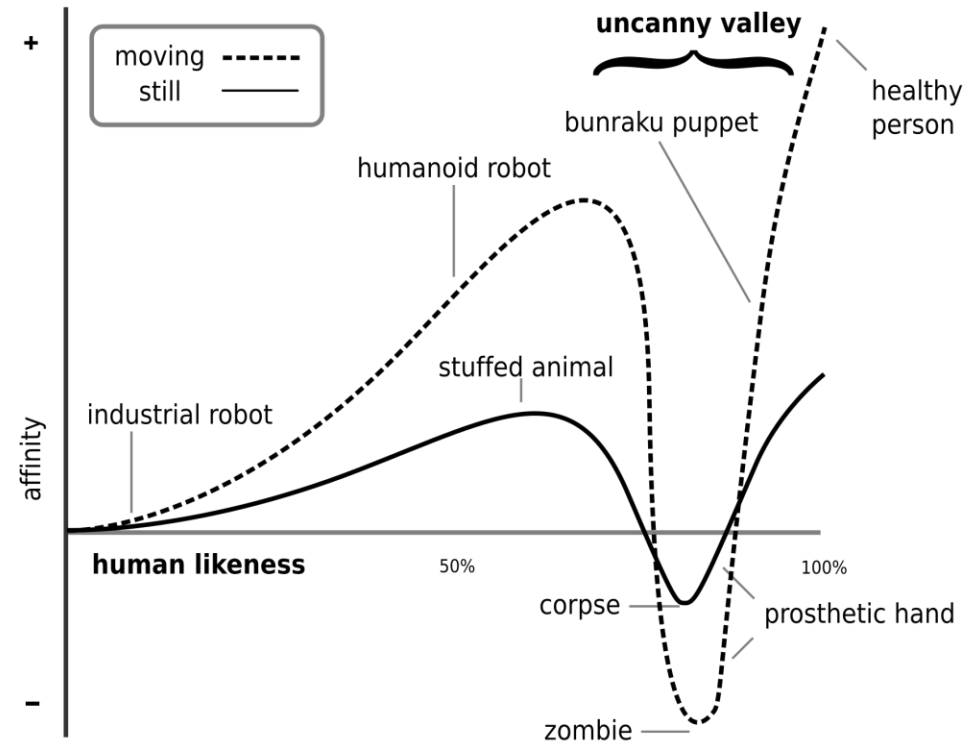
METHODES : AVATARS



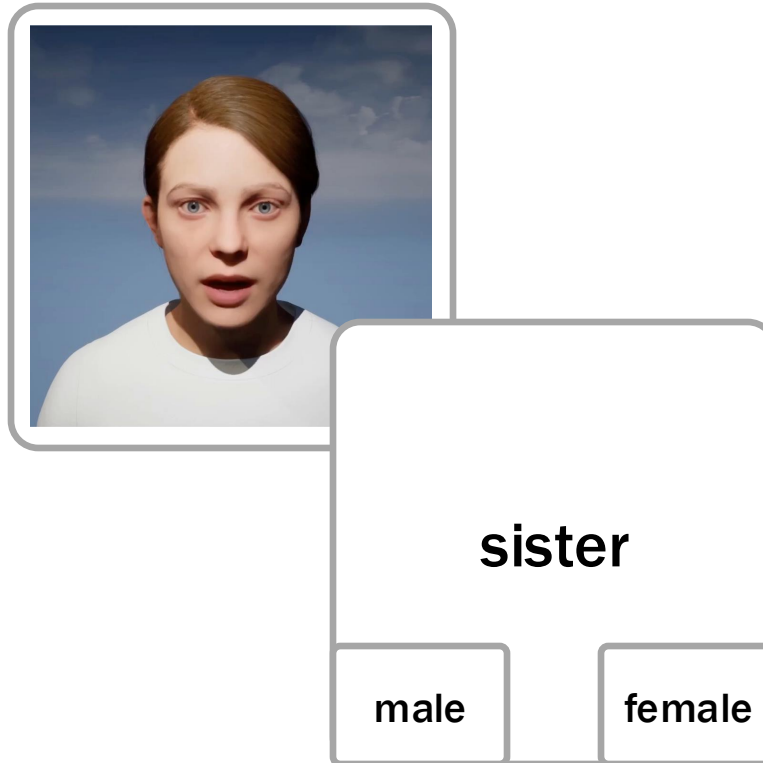
METHODES : AVATARS



METHODES : AVATARS



METHODS: DESIGN



METHODS: DESIGN



Variables indépendentes

- Genre de l'avatar (F, M)

METHODS: DESIGN



Variables indépendentes

- Genre de l'avatar (F, M)
- Genre du mot cible (F, M)
p. ex. *madame, sir*

METHODS: DESIGN



Variables indépendentes

- Genre de l'avatar (F, M)
- Genre du mot cible (F, M)
- Type d'énoncé

METHODS: DESIGN



Variables indépendentes

- Genre de l'avatar (F, M)
- Genre du mot cible (F, M)
- Type d'énoncé
 - Charisme en général

Le charisme, c'est cette capacité à inspirer et à captiver — à transformer des rêves en réalités d'un simple mot.

METHODS: DESIGN



Variables indépendentes

- Genre de l'avatar (F, M)
- Genre du mot cible (F, M)
- Type d'énoncé
 - Charisme en général
 - Leadership charismatique

Ce qui distingue vraiment un leader charismatique, c'est sa capacité à inspirer l'espoir même face à l'adversité.

METHODS: DESIGN



Hypothèses

Genre de l'avatar : les avatars masculins devraient correspondre davantage aux stéréotypes du charisme

- **Mot cible :** réponses plus rapides pour les associations stéréotypées
- **Type d'énoncé :** les phrases sur le leadership amplifient le biais masculin

METHODS: ANALYSES

320 locuteurs/locutrices d'anglais britannique

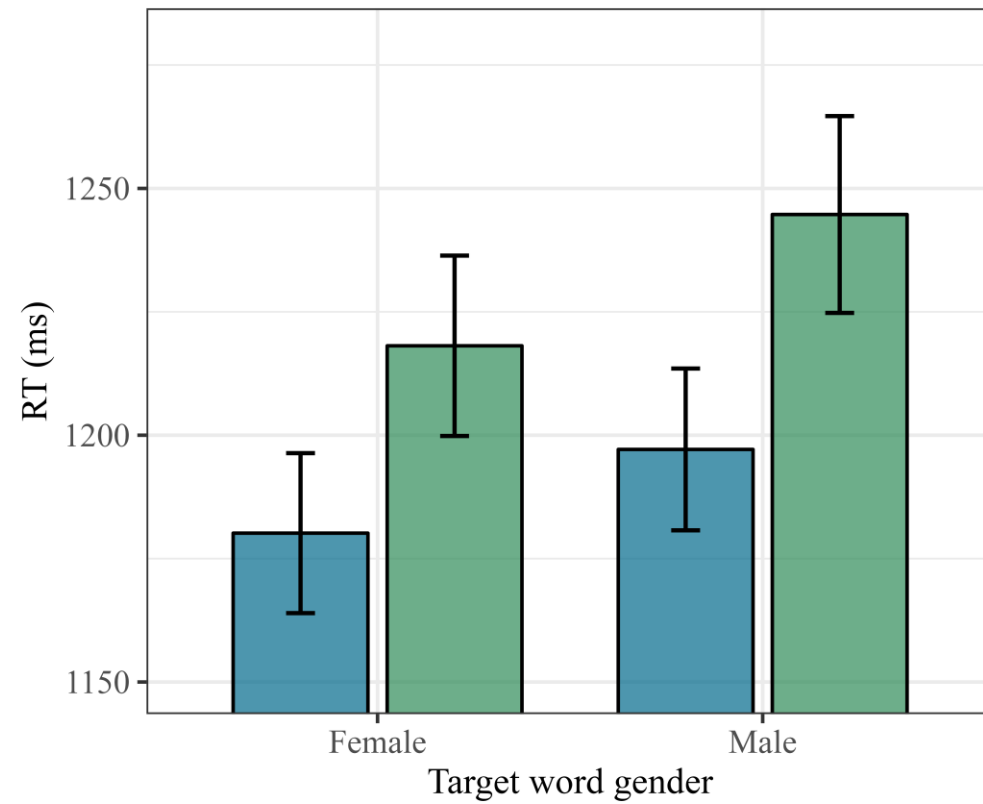
Taux de précision : 97,6 %

Modèle : régression linéaire mixte bayésien

brm(log(RT) ~ target gender * charisma type * avatar gender)

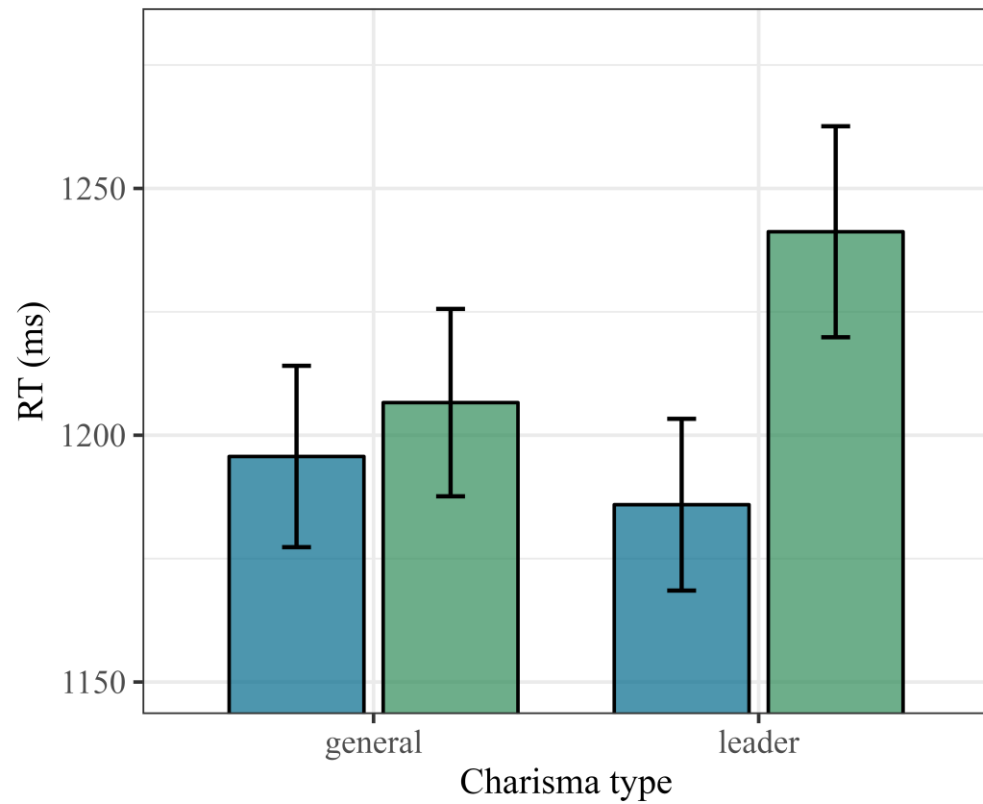
RESULTATS

Cible × Genre de l'avatar



Avatar gender ■ Female Avatar ■ Male Avatar

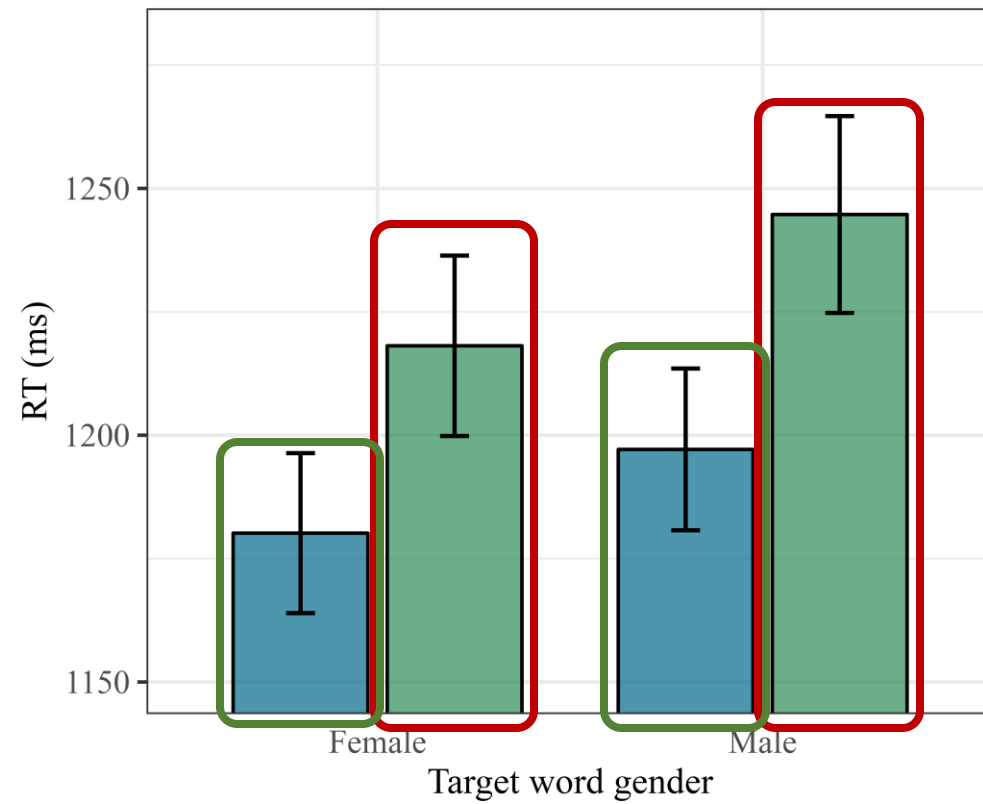
Type d'énoncé × Genre de l'avatar



Avatar gender ■ Female Avatar ■ Male Avatar

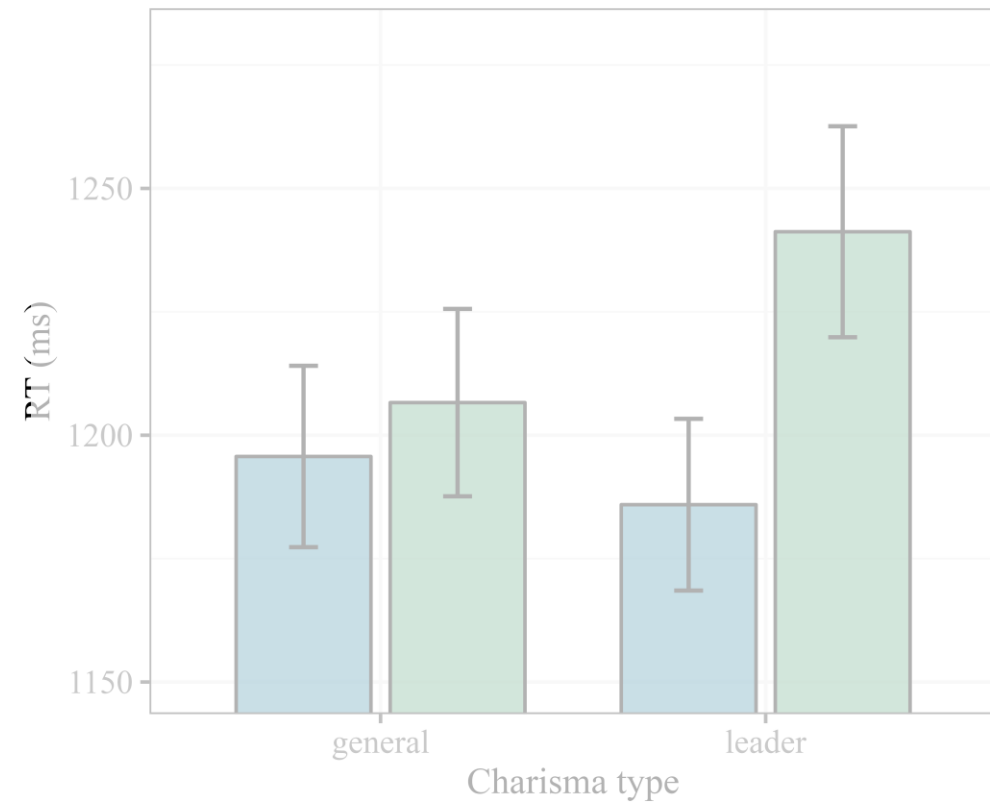
RESULTATS

Cible × Genre de l'avatar



Avatar gender ■ Female Avatar ■ Male Avatar

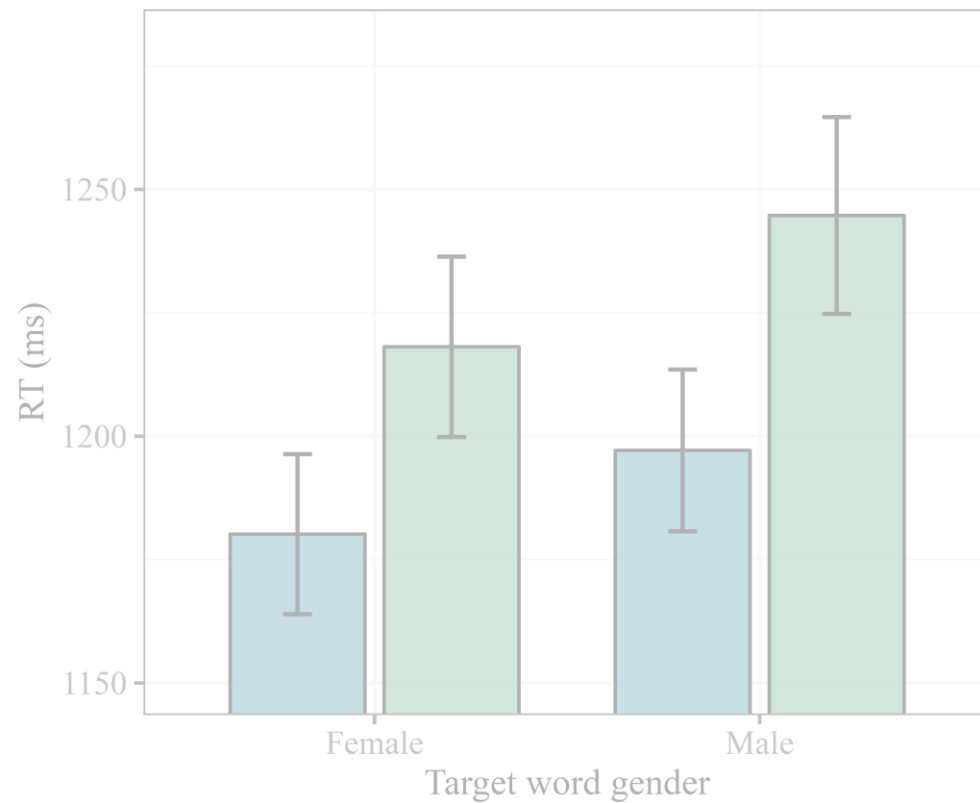
Type d'énoncé × Genre de l'avatar



Avatar gender ■ Female Avatar ■ Male Avatar

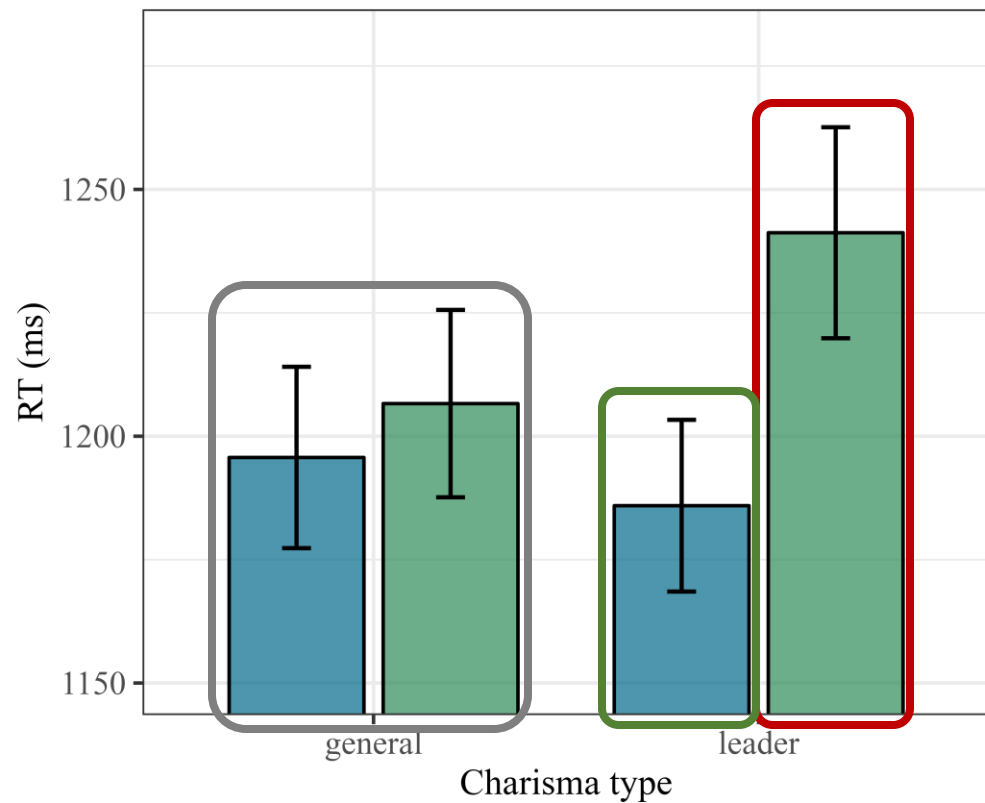
RESULTATS

Cible × Genre de l'avatar



Avatar gender ■ Female Avatar ■ Male Avatar

Type d'énoncé × Genre de l'avatar



Avatar gender ■ Female Avatar ■ Male Avatar

DISCUSSION

Avatars masculins + leadership charismatique → réponses lentes

Schema-filter ? (Sherman et al. 1998, Sherman & Frost 2000, Allen et al. 2009)

- **Un schéma de charisme masculin cohérent pourrait attirer plus l'attention qu'un charisme féminin moins attendu ?**

Adhésion attentionnelle ? (Maner et al., 2007)

- **Amorces masculin-leadership captent plus d'attention → léger coût de traitement**

CONCLUSIONS

La perception du charisme est située sociolinguistiquement

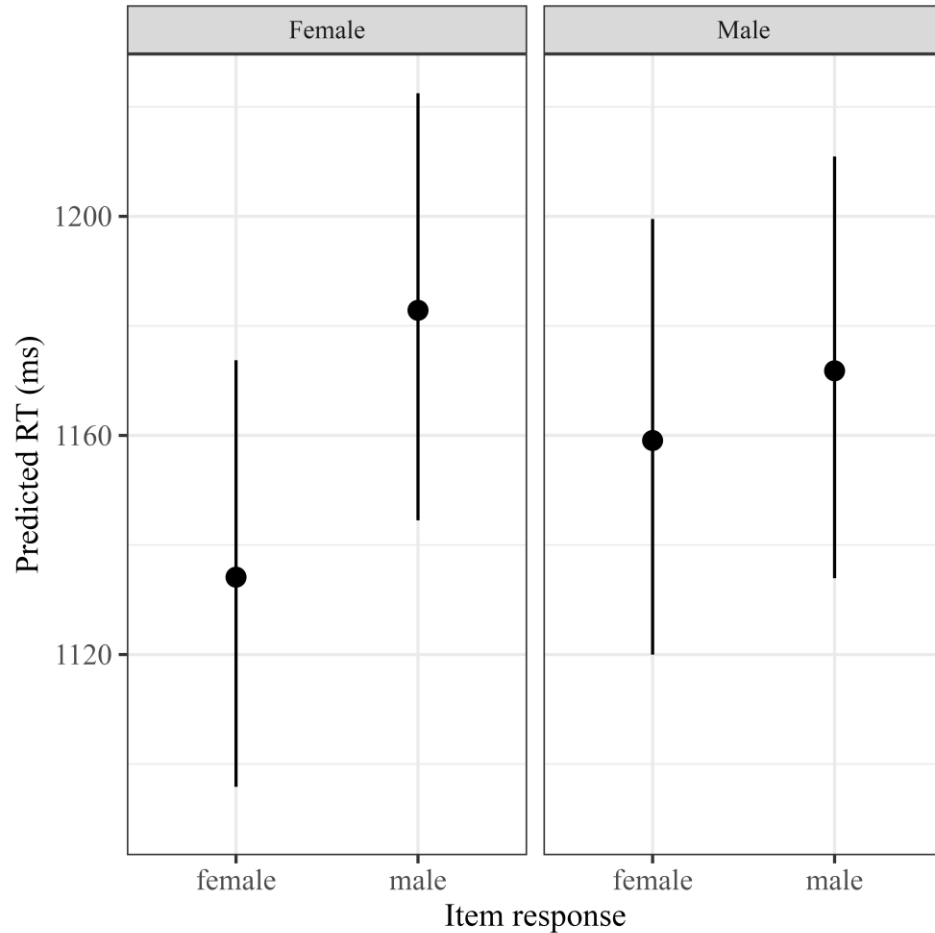
- ▷ **Le même message, peut être traité différemment selon le genre du locuteur**
→ **Le sens linguistique est indissociable du corps social qui le prononce**
- ▷ **De légers biais attentionnels peuvent émerger de la combinaison entre le locuteur.trices et son message**

Merci de votre attention !

Scott Kunkel

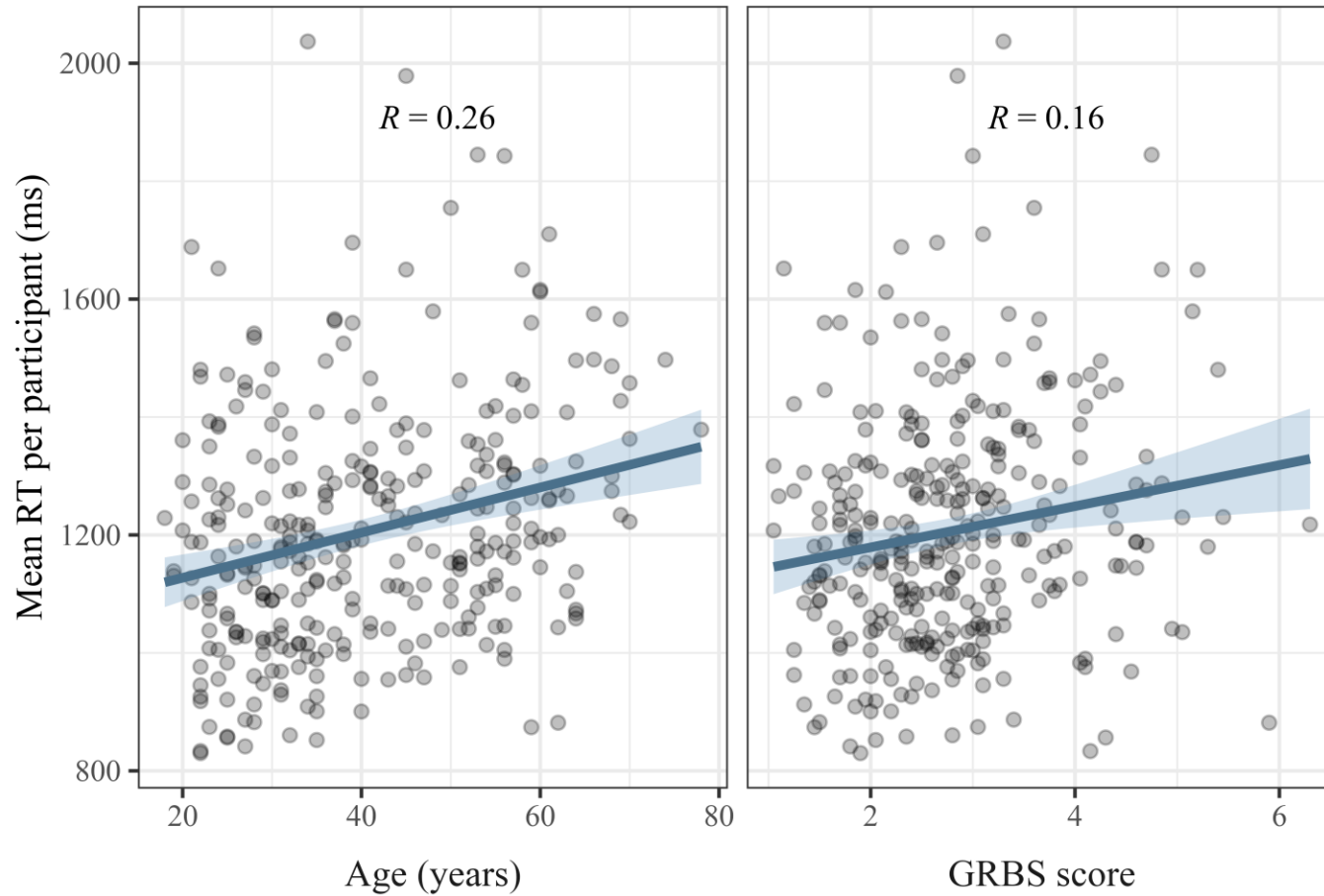
 scott.kunkel@uni-konstanz.de

APPENDIX



Les femmes ont tendance à montrer des biais pro-gendre plus marqués que les hommes dans les expériences de temps de réponse (Nosek & Banaji, 2002 ; Rudman & Goodwin, 2004 ; Dunham et al., 2016).

APPENDIX



Political conservatism linked to cognitive rigidity, increased intolerance of uncertainty, and need for order (e.g. Jost et al. 2003)

APPENDIX

