

Date de soumission : 17/11/2023 | Date d'acceptation : 09/01/2024 | Date de publication : 19/02/2024

Les stéréotypes en contexte numérique dans les conférences TED Talks. Etude socio-ethnographique des influences des orateurs

Stereotypes in digital contexts in TED Talks. A socio-ethnographic study of speakers' influences

Kheira YAHIAOUI¹

Ecole Normale supérieure-Oran | Algérie

Laboratoire Plurielles-CELFA | France

yahiaouikheiraasma@gmail.com

Résumé : La présente étude s'est appuyée sur l'exemple d'une plateforme de diffusion de connaissances TED pour étudier l'influence en ligne dans les TED Talks comme contexte d'étude. Notre objectif était d'étudier comment les styles de langage liés au sexe et à l'âge dans ce contexte peuvent être à la fois porteurs et vecteurs des stéréotypes. Dans la collecte du corpus, nous avons recueilli des transcriptions des conférences ainsi que leurs mesures d'impact. Nous avons évalué le langage des conférenciers à l'aide de mesures linguistiques adaptées au sexe et à l'âge. Les résultats mettent en lumière la manière dont le comportement verbal peut contribuer aux évaluations stéréotypées. Ils montrent également comment, dans les nouveaux contextes sociaux numériques, le langage féminin peut être récompensé de manière unique et constituer ainsi un outil d'influence sociale sous-estimé mais très efficace.

Mots-clés : stéréotypes, âge et sexe, contexte numérique, TED talks, enquête socio-ethnographique.

Abstract: The present study used the example of a TED knowledge dissemination platform to investigate online influence in TED Talks as a study context. Our aim was to study how gender- and age-related language styles in this context can be both carriers and vectors of stereotypes. In collecting the corpus, we collected transcripts of the lectures as well as their impact measures. We assessed the speakers' language using linguistic measures adapted to gender and age. The results highlight how verbal behaviour can contribute to stereotypical evaluations. They also show how, in new digital social contexts, female language can be uniquely rewarded and thus be an underestimated but highly effective tool of social influence.

Keywords: stereotypes, age and gender, digital context, TED talks, socio-ethnographic survey.



¹ Auteur correspondant : KHEIRA YAHIAOUI | yahiaouikheiraasma@gmail.com

Une grande partie des interactions sociales se déroulent en ligne où les espaces numériques offrent de nouvelles possibilités d'interaction et de communication avec des publics de plus en plus larges. Les plateformes de communication numérique représentent des contextes modernes dans lesquels les processus sociaux se déroulent naturellement, et elles constituent des sources riches pour étudier les comportements humains. L'un des principaux objectifs des plateformes de médias sociaux numériques est l'influence sociale où le contenu partagé en ligne peut être lu et vu par plusieurs utilisateurs à travers le monde.

Il semble plausible que soutenir que les processus psychologiques de base, tels que l'influence sociale et l'évaluation, fonctionnent de manière comparable dans les environnements en ligne et hors ligne (contexte quotidien et situation face à face). Ainsi, les jugements dans les interactions hors ligne sont souvent biaisés en termes de stéréotypes sociaux. Donc dans ce contexte, Nous nous attendions, le pouvoir d'influence observé dans les domaines de la communication numérique peut donc renforcer ou d'atténuer les effets de ces préjugés.

Les catégories sociales marquantes telles que le sexe et l'âge d'une personne ne sont toutefois que l'une des nombreuses bases des processus sociaux. Les comportements couramment manifestés par les groupes sociaux peuvent en outre orienter les croyances et les évaluations stéréotypées (Fiske, 2017). L'une des manifestations comportementales qui joue un rôle majeur dans les évaluations sociales est l'utilisation de la langue. Par exemple, les textes rédigés dans un style typiquement féminin ont été jugés moins compétents que ceux rédigés dans un style masculin (Quina, Wingard & Bates, 1987). De telles constatations confirment l'hypothèse selon laquelle les modèles linguistiques sont l'une des caractéristiques qui déclenchent les stéréotypes relatifs au sexe et l'âge. Les stéréotypes de genre nous conditionnent : ils peuvent être vécus comme des injonctions à se conformer à des normes, ainsi qu'être à la source d'un traitement inégalitaire entre les femmes et les hommes, mais aussi, participer à notre reconnaissance individuelle et sociale (Butler, 2016).

Les travaux de recherches qui questionnent ces rapports se sont qualifiées d'études sur le genre (gender studies) et qui étaient souvent centrées sur l'analyse des rapports sociaux entre hommes et femmes et en donnant une place à la construction identitaire des hommes comme déterminant des relations sociales et de pouvoir entre les hommes et les femmes (Yahiaoui, 2015). Néanmoins, si les écrits qui interrogent spécifiquement la socialisation des hommes commencent à se trouver (Connell, 1995 ; Bourdieu, 1998), ils représentent encore une infime partie de la littérature sur le genre en sciences sociales. Aujourd'hui, plusieurs domaines autres que la linguistique et la sociologie qui intègrent les questions du genre et des discriminations vis à vis des femmes.

Le sujet des stéréotypes est en effet sensible en ce qu'ils représentent un enjeu pour l'individu et pour la société. Malgré la littérature élaborée sur la façon dont les stéréotypes de genre et d'âge peuvent façonner les évaluations, le degré de généralisation de ces processus sociaux dans le contexte numérique reste largement inexploré. Compte tenu de l'augmentation exponentielle de l'impact des plateformes numériques, il est essentiel de savoir comment les préjugés sociaux opèrent et se manifestent dans ces nouveaux domaines. L'ère numérique a apporté de nouvelles possibilités de créer de la

visibilité et de l'impact à un niveau jamais atteint auparavant. Notre compréhension des facteurs d'influence dans le domaine de la communication en ligne est toutefois limitée jusqu'à présent. Les plateformes de communication numérique visent à populariser la science et la connaissance, et les orateurs qui s'expriment dans ces formats adoptent souvent un style informel et divertissant pour présenter leurs idées à un large public. Cela implique la question de savoir si l'influence et les stéréotypes sociaux à l'ère numérique sont régis par les mêmes règles que les contextes traditionnels d'évaluation sociale. En d'autres termes, il s'agit de savoir si les femmes et les personnes âgées sont moins susceptibles d'influencer les autres en ligne, et comment les comportements spécifiques inhérents à ces groupes sociaux peuvent contribuer à de tels préjugés. La présente recherche vise à déterminer comment le langage typiquement lié au sexe et à l'âge se rapporte à l'influence des discussions partagées en ligne. L'influence en ligne est-elle régie par les mêmes règles que l'influence dans les contextes hors ligne, c'est-à-dire que les caractéristiques masculines sont-elles liées à une plus grande influence ? Ou bien les plateformes numériques représentent-elles finalement de nouveaux contextes qui offrent des réalités différentes et des opportunités gratifiantes pour les femmes ? Le pouvoir de persuasion est-il déterminé par les caractéristiques du pouvoir et de la masculinité ? Ou bien le cadre plus informel de ces nouveaux contextes de communication offre-t-il de nouvelles opportunités dans lesquelles les caractéristiques de chaleur et de féminité sont récompensées par un impact plus important ?

Ce travail de recherche s'inscrit dans une approche plurielle qui convoque plusieurs domaines et concepts d'analyse : les études sur le genre , le discours numérique , l'ethnographie de la communication , la sociolinguistique et les imaginaires sociaux.

1. Le sexe et l'âge : les facteurs d'impact social

Malgré les changements sociétaux et l'évolution des rôles des hommes et des femmes, l'élément hiérarchique profondément enraciné des stéréotypes de genre est resté présent, conduisant souvent à ce que les hommes soient perçus comme plus compétents et d'un statut plus élevé que les femmes²(Eagly , Mladinic , 1994).

Souvent, les personnes sont pénalisés lorsqu'ils adoptent un comportement contraire aux stéréotypes, par exemple lorsque les femmes font preuve de domination ou d'assurance. De même, les chercheurs ont observé des avantages particuliers liés à un comportement conforme au rôle du genre (Schmid-Mast , Kadji 2018).

Dans le même sillage , le même type de comportement peut être évalué différemment selon qu'il est manifesté par un homme ou par une femme . L'expression de la colère a été associée à une baisse du statut attribué aux professionnels féminins en colère, mais pas aux professionnels masculins en colère, quel que soit leur statut réel (Schmid-Mast , Kadji 2018).

Plusieurs questionnements peuvent aussi s'ajouter à ce qui précède : « Pourquoi offre-t-on des poupées aux filles et des voitures aux garçons ? Pourquoi les femmes gagnent-elles moins que les hommes ? Comment expliquer qu'elles effectuent les deux tiers du travail domestique ? Pourquoi est-ce mal vu pour un homme d'être efféminé ? Le pouvoir est-il intrinsèquement masculin ? » (Bereni Chauvin & *alij*, 2012).

² L'image traditionnelle des femmes comme étant sensibles (plutôt que compétentes) peut même affecter les femmes de haut rang : Par exemple, les femmes professeurs ont déclaré recevoir plus de demandes de faveurs spéciales de la part des étudiants, ce qui reflète les attentes des étudiants à l'égard des femmes.

En somme, les évaluations sont souvent genrées et la masculinité est généralement plus étroitement liée à la perception sociale de la compétence et du statut élevé. Dans le même temps, la congruence perçue entre le comportement et le rôle de genre de la personne qui l'adopte peut affecter les résultats de l'évaluation, un comportement congruent avec le rôle conduisant souvent à des évaluations favorables. Il est important de noter que la plupart des études dans ce domaine s'appuient sur une perspective unidimensionnelle traditionnelle du genre, dans laquelle la féminité et la masculinité s'excluent mutuellement.

Des dynamiques similaires à celles des femmes peuvent être observées chez les personnes âgées. Les stéréotypes liés à l'âge sont toutefois hétérogènes. En dépit des croyances négatives dominantes à l'égard des personnes âgées sur la dimension de la compétence, les croyances positives à leur égard incluent une plus grande sagesse et des compétences diverses. En effet, les performances verbales sont généralement épargnées par le déclin cognitif lié à l'âge et les personnes âgées communiquent souvent pour enseigner aux jeunes générations. Il n'est donc pas surprenant que le style de communication des personnes âgées puisse contribuer à l'impression d'une plus grande sagesse.

2. Stéréotypes et langage à l'ère du numérique

Lors des conférences TED³, des universitaires, des entrepreneurs, des artistes et toute une série d'autres personnes donnent de courts exposés sur leur domaine d'expertise. Lancée à l'origine comme une petite conférence, la plateforme a connu un succès lorsqu'elle a commencé à héberger les vidéos des conférences sur son propre site web. Les TED Talks couvrent aujourd'hui un large éventail de sujets allant de la science à l'économie à la politique, etc.

Sur le site web, les utilisateurs peuvent interagir avec les exposés, par exemple en les évaluant ou en les commentant fournissant ainsi ce que l'on appelle les *altimétriques* : des mesures de l'impact des exposés, telles que le nombre de fois qu'ils ont été regardés ou évalués. Si des études comme celles-ci permettent de comprendre de manière préliminaire comment l'influence à l'ère numérique peut être affectée par des processus sociaux, il reste à déterminer les comportements spécifiques qui peuvent contribuer à des évaluations et à une influence biaisées.

Le langage est essentiel pour déterminer l'impact d'un message et d'un contenu partagés en ligne. Dans les médias sociaux, un style de communication analytique plutôt que narratif ou informel a été associé à une plus grande influence en ligne. Dans les publicités en ligne pour les animaux de compagnie, par exemple, les profils d'animaux adoptés avec succès se caractérisent par des descriptions plus complexes et moins de références sociales que les profils d'animaux non adoptés. De même, les propositions de subventions rédigées dans un style complexe permettent de prévoir une plus grande ampleur du financement. Dans l'ensemble, ces exemples montrent que les styles de langage complexes et axés sur les faits, plutôt que personnels ou narratifs, peuvent être un moyen de persuasion efficace, tant dans les environnements hors ligne qu'en ligne.

En matière d'influence sociale, la question se pose de savoir comment la langue peut contribuer à ces différences. En fait, l'utilisation des mots diffère selon les groupes sociaux et les caractéristiques connexes, par exemple le sexe et l'âge. Outre le sexe,

³ Technology, Entertainment, and Design : <https://www.ted.com>

l'utilisation du langage diffère selon l'âge. Les styles de langage peuvent donc être considérés comme des marqueurs implicites du sexe et de l'âge qui peuvent influencer les résultats de l'évaluation. Par rapport aux personnes plus jeunes, les personnes âgées ont tendance à faire preuve d'une plus grande positivité émotionnelle et d'une plus grande complexité cognitive à se référer moins à elles-mêmes et plus à d'autres personnes, et à faire preuve de plus de certitude et d'aisance dans leur langage.

En dépit du rôle crucial du langage dans la perception sociale, la question de savoir comment le comportement verbal, n'a pas encore fait l'objet d'un travail de terrain en contexte numérique d'où l'intérêt de cette étude qui tente d'examiner comment le sexe et l'âge du locuteur, et en particulier les marqueurs linguistiques prototypiques du sexe et de l'âge, permettent de prédire l'influence en ligne.

3. Corpus et méthodologie

Dans le cadre de la présente étude, nous nous sommes concentrés sur les schémas d'utilisation du langage généralement associés au sexe et à l'âge afin d'examiner leur lien avec la quantité et la qualité de l'impact, c'est-à-dire le nombre de vues de l'exposé et la positivité des évaluations de l'exposé sur le site Web de TED. Notre objectif était de développer une compréhension préliminaire de la manière dont l'utilisation du langage, en tant que manifestation comportementale du sexe et de l'âge du locuteur, est liée à l'évaluation sociale et à l'impact, au-delà du sexe et de l'âge chronologique identifiés des locuteurs. En d'autres termes, nous avons considéré le comportement verbal prototypique comme un mécanisme potentiel d'activation des processus sociaux dans les évaluations au-delà d'autres indices, tels que les représentations visuelles du sexe ou de l'âge qui pourraient provoquer des stéréotypes. En outre, nous nous sommes intéressés à l'interaction possible entre l'âge chronologique, le sexe identifié et les manifestations linguistiques liées au sexe et à l'âge. En raison de la nouveauté de la question et des chevauchements partiels suggérés entre les styles de langage liés au sexe et à l'âge, nous avons étudié les effets séparément pour chacune des deux signatures linguistiques.

L'objectif principal des TED Talks est d'exercer une influence sociale, tout en communiquant des idées et des connaissances d'une manière simple et attrayante. La question de savoir si l'influence s'exerce de manière comparable dans ce nouvel espace de communication et dans les interactions hors ligne n'a pas encore été étudiée. Un style de langage masculin plus instrumental et complexe est-il prédictif de l'impact d'un TED Talk, ou plutôt un style de langage féminin plus simple et plus engageant sur le plan personnel ? Et ces associations sont-elles les mêmes pour les orateurs et les oratrices ? Nous avons abordé ces questions dans le cadre de deux hypothèses concurrentes, l'hypothèse de l'homme sur la femme et l'hypothèse de la congruence et de la prudence.

En raison de l'avantage bien documenté des hommes en matière d'influence sociale (Fiske, 2017), nous nous attendions à ce que le style de langage typiquement masculin ait un avantage général en termes d'impact sur la conversation (hypothèse de l'homme sur la femme). Nous avons supposé que cela pourrait être le cas pour les femmes en particulier, à savoir qu'un style de langage masculin pourrait les aider à surmonter le statut inférieur généralement associé à leur sexe. Dans une hypothèse concurrente, nous avons suivi les arguments selon lesquels le comportement conforme au rôle du genre est socialement récompensé et nous nous attendions à des effets positifs sur l'impact des TED Talk si les orateurs utilisaient un langage conforme à leur propre genre, c'est-à-dire si les oratrices

utilisaient un langage typiquement féminin et les orateurs un langage typiquement masculin (l'hypothèse de la congruence est celle de la prudence).

Outre le style de langage lié au sexe, nous avons examiné les liens entre les styles de langage liés à l'âge et l'impact des conversations. Contrairement à l'âge, qui est souvent associé à la perception d'une compétence et d'un statut inférieurs, les manières spécifiques dont les personnes âgées utilisent le langage peuvent véhiculer des caractéristiques positives, telles que la sagesse ou un statut élevé. Nous nous attendions à des effets différentiels de l'âge des orateurs et du style de langage lié à l'âge sur l'impact des TED Talk, à savoir qu'un style de langage plus ancien est lié à un plus grand impact des discours.

On peut limiter nos questions et hypothèses de recherches à deux :

1. Le sexe des conférenciers TED et le langage lié au sexe permettent-ils de prédire l'impact de l'exposé ?

Tout d'abord, nous avons étudié les effets principaux du sexe de l'orateur sur l'impact de l'intervention et nous nous attendions à ce que les interventions des orateurs masculins reçoivent une plus grande proportion d'évaluations positives que les interventions des oratrices féminines. Deuxièmement, nous avons cherché à saisir les effets uniques du style linguistique lié au genre sur l'impact de l'intervention, tout en tenant compte du fait que les effets du style linguistique peuvent différer en fonction du genre de l'orateur. Nous avons étudié les deux hypothèses concurrentes suivantes concernant le style de langage genré sur l'évaluation des discours :

- Le langage typiquement masculin est lié à des évaluations plus positives en général et en particulier pour les locuteurs féminins (hypothèse de la supériorité de l'homme sur la femme).
 - L'utilisation d'un langage conforme au genre, c'est-à-dire des locuteurs féminins utilisant un langage typique pour les femmes et un langage typique pour les hommes, est liée à des évaluations plus positives (l'hypothèse de la congruence est prudente).
2. L'âge chronologique des intervenants TED et le style de langage lié à l'âge permettent-ils de prédire l'impact de l'intervention ?
 - Dans ce contexte, nous nous attendions à des associations opposées entre l'âge chronologique des intervenants et le style de langage lié à l'âge, d'une part, et l'évaluation des interventions, d'autre part. Plus particulièrement, nous nous attendions à ce que l'âge chronologique plus élevé des orateurs soit lié à des évaluations moins positives et à ce que le style de langage plus ancien des orateurs soit lié à des évaluations plus positives de l'exposé. Nous avons également testé les éventuels effets d'interaction entre l'âge chronologique des orateurs, le style de langage lié à l'âge et le sexe, et nous nous attendions à ce que les associations entre l'âge et les évaluations des entretiens soient modérées par le sexe de l'orateur.

3.1. Méthode de la collecte des données

Nous avons recueilli des transcriptions d'exposés TED en anglais ainsi que leur impact (notes attribuées à l'exposé, nombre de vues) et d'autres mesures informatives (par exemple, la date à laquelle l'exposé a été donné) sur le site Web officiel de TED Talks. La

collecte de ces données date de Mars 2023 et elle est aussi en cours vu que cette contribution constitue un point parmi d'autres que nous exploitons dans le cadre de nos recherches sur cette plateforme. La méthode de collecte des données était conforme aux conditions générales du site web TED⁴. Nous sommes partis de l'échantillon qui comprend actuellement plus de 200 conférences. Comme il était important de contrôler l'âge de chaque orateur dans nos analyses, nous n'avons inclus que les exposés des orateurs pour lesquels des informations sur leur âge étaient disponibles à partir de recherches sur Internet.

3.1.1. Les variables d'analyse

Nous décrivons brièvement les mesures ou les variables d'impact ainsi que toute autre mesure utilisée dans nos analyses :

Les variables	Description
<i>Variable quantitative</i>	Pour mesurer la popularité et l'impact globaux des exposés, nous avons utilisé le nombre total de consultations d'un exposé donné, c'est-à-dire le nombre de clics sur le site Web de TED.
<i>Variable qualitative</i>	Sur le site web TED, les utilisateurs ont la possibilité d'évaluer les exposés en sélectionnant trois adjectifs parmi une liste donnée de 14 évaluations. À la toute fin de chaque vidéo, la plateforme propose d'évaluer l'exposé comme suit : "Comment décririez-vous cet exposé ? Dites-le-nous en choisissant jusqu'à trois mots.
<i>Sexe du conférencier⁵.</i>	Les intervenants TED disposent d'un profil personnel sur le site web TED, qui comprend une courte biographie.
<i>Âge du conférencier.</i>	Les informations sur l'âge chronologique des conférenciers TED ont été obtenues à partir de recherches Google ⁶ sur les conférenciers ainsi que d'une base de données accessible au public.
<i>Langage lié au genre</i>	Nous avons utilisé des références pour quantifier l'utilisation du langage lié au sexe et à l'âge : Gal (1978), Swacker (1975) Baider (2004), Larivière (2007), etc. qui renseignent sur le lexique et nous permettent de prédire le sexe et l'âge des auteurs à partir de textes des conférenciers. Les deux lexiques ont été largement utilisés dans la recherche sur les médias sociaux dans la détermination du genre à partir du langage. Nous considérons les scores de genre et d'âge comme des mesures de la prototypicité du genre et de l'âge dans le langage et nous les utilisons pour prédire les évaluations et les opinions sur les discussions afin de déduire le rôle du langage lié au genre et à l'âge dans les évaluations sociales stéréotypées.
<i>Langage lié à l'âge</i>	De manière analogue, le score d'âge peut être considéré comme une manifestation comportementale de l'âge dans le langage, les valeurs les plus élevées indiquant une utilisation du langage plus

⁴ <https://www.ted.com/about/our-organization/our-policies-terms/ted-com-terms-of-use> (consulté le 30 mai 2023).

⁵ Nous ne voulons pas entrer dans le débat des identités Transgenre dans ce travail, nous avons décidé de les prendre dans l'identité à laquelle elles s'identifient c'est-à-dire du pronom personnel utilisé dans les descriptions de profil conformément aux pratiques recommandées en matière de mesures de l'identité de genre.

⁶ https://www.wikidata.org/wiki/Wikidata:TED/TED_speakers (consulté le 12 juin 2023).

	typique des personnes âgées. Dans l'ensemble, le langage des locuteurs TED a été classé comme plutôt « jeune » sur la base du lexique (Moyenne de 28,08 ans) par rapport à leur âge réel (Moyenne de 47,29 ans).
Statut académique des orateurs.	Outre le sexe et l'âge de l'orateur, nous avons inclus son statut universitaire comme variable de contrôle dans nos analyses. Étant donné que la présente étude s'intéresse principalement aux aspects stylistiques des TED Talks, cette procédure peut également être considérée comme un moyen de contrôler le contenu des TED Talks. Nous avons codé les orateurs comme « universitaires », s'ils avaient obtenu un doctorat et s'ils étaient affiliés à une institution universitaire au moment où ils ont donné leur conférence TED. Les établissements universitaires ont été définis comme des établissements délivrant des diplômes et offrant des programmes complets au niveau du premier et du deuxième cycle. Nous avons codé les individus comme non universitaires si leur doctorat était encore en cours ou n'avait jamais été obtenu.

4. Résultats et discussions

Les processus sociaux peuvent fondamentalement biaiser la perception sociale humaine ; les femmes et les personnes âgées sont généralement désavantagées lorsqu'il s'agit d'évaluations sociales. Dans cette étude, nous avons examiné comment ces processus peuvent guider les évaluations sociales et l'impact à l'ère numérique - des contextes dans lesquels l'influence sociale est largement potentialisée par rapport aux contextes hors ligne. Nous avons considéré le langage comme une manifestation unique des comportements typiques du genre et de l'âge à travers lesquels les évaluations sociales et l'impact sont façonnés. En d'autres termes, nous avons étudié les processus implicites par lesquels les comportements liés à l'âge et au sexe déclenchent des évaluations et si ces dernières sont conformes aux attentes des cadres théoriques sur les stéréotypes liés au sexe et à l'âge. Cette étude a utilisé TED comme moyen de communication numérique.

Les conférencières TED étaient sous-représentées (35,2 %) et, comme on pouvait s'y attendre, le fait de se présenter en tant que femme était associé à un impact quantitatif (c'est-à-dire le nombre de vues) plus faible sur les TED Talks. Cependant, l'utilisation d'un langage féminin était en fait associée à un impact quantitatif plus élevé. Cela contraste fortement avec notre hypothèse selon laquelle l'avantage du langage masculin communément observé dans les interactions hors ligne et le langage écrit se généraliserait dans les espaces de communication numérique. Plus loin encore, le langage typiquement féminin a été associé à un plus grand nombre d'entretiens, quel que soit le sexe de l'interlocuteur. En d'autres termes, les comportements typiquement féminins sont associés à un impact plus important sur les conversations. Ce résultat contredit la notion commune selon laquelle le comportement typique des femmes suscite des perceptions de sensibilité et que cela se fait au prix d'un statut et d'un pouvoir attribués. Ces résultats ont fourni une base importante pour de nouvelles explorations des associations entre les comportements typiquement féminins et le statut.

Dans le contexte social de la communication numérique visant à diffuser des idées pertinentes, il semble qu'il soit avantageux de « parler comme une femme » et favorisé l'éthos émotionnel parce que cela favorise un lien plus fort avec le public. Des recherches supplémentaires sont nécessaires pour déterminer si cet effet avantageux se limite aux TED Talks et aux contextes de communication numérique, ou si les règles ont changé de manière plus générale, de sorte que la sensibilité comme caractère féminin n'est plus opposée au pouvoir et à la compétence lorsqu'il s'agit de stéréotypes de genre. Plus généralement, nos résultats ouvrent la voie à des spéculations sur la manière dont les règles qui sous-tendent l'influence sociale dans la communication numérique pourraient avoir changé par rapport aux règles des formes traditionnelles de communication.

En outre, l'image révélée par les associations entre le langage lié au sexe et à l'âge et la qualité de l'impact (types d'évaluation) semble conforme aux stéréotypes courants liés au sexe et à l'âge dans l'espace des dimensions de la sensibilité et de la compétence. À quelques exceptions près (c'est-à-dire "drôle", "peu convaincant») les effets principaux du sexe et de l'âge chronologique du locuteur allaient dans le même sens que ceux de leurs marqueurs linguistiques. Les effets du sexe et de l'âge se sont donc rassemblés dans l'effet supplémentaire de l'utilisation de la langue liée au sexe et à l'âge. Les associations entre les accentuations linguistiques liées au genre et les évaluations des discours ne différaient pas systématiquement entre les hommes et les femmes - pour la qualité de l'impact de leurs discours, il importait donc peu que le langage des orateurs corresponde ou non à leur genre identifié. Notre hypothèse « la congruence est la prudence » n'a donc pas été confirmée par les données. Dans ce qui suit, nous discutons plus en détail des résultats et de leurs implications.

4.1. Le trio : style, influence et visionnage

Même si le fait de se présenter comme un orateur masculin est associé à un plus grand nombre de visionnages, le fait de « parler comme un homme » ne l'est pas. Les exposés présentés dans un style de langage plus féminin sont plus souvent visionnés, et cette tendance est particulièrement prononcée parmi les conférences TED les plus influentes, pour lesquels un langage plus féminin s'accompagne d'une forte augmentation du nombre de visionnages. L'absence de relation entre le langage féminin et le nombre de visionnages dans le quantile inférieur suggère que pour les exposés qui n'ont pas été visionnés souvent, des facteurs autres que le langage ont pu jouer un rôle plus important dans leur impact. Cette constatation est conforme aux recherches suggérant que les comportements féminins sont récompensés s'ils sont accompagnés d'indices externes d'autorité et de statut (Schmid-Mast & Kadji : 2018). La langue typiquement féminine peut donc être un outil puissant pour promouvoir l'impact et la visibilité, en particulier pour les locuteurs dont la compétence ou le statut est incontestablement indépendamment du fait qu'ils soient hommes ou femmes.

Il est à noter que les effets du sexe de l'orateur et du style de langage lié au sexe sur les opinions allaient dans la direction opposée, ce qui corrobore l'idée selon laquelle le langage typiquement féminin est associé de manière unique à l'influence de la conférence, au-delà du sexe de l'orateur. Reprenant largement des recherches antérieures suggérant que les hommes sont plus influents que les femmes en ligne, cette tendance sexuée était à nouveau particulièrement évidente parmi les TED Talks les plus populaires de notre étude. Ce résultat peut être considéré comme un exemple supplémentaire montrant que les

stéréotypes de genre peuvent même affecter les femmes de statut et d'expertise élevés, telles que les conférenciers TED. En revanche, les comportements typiquement féminins ont été récompensés dans les TED Talks indépendamment du sexe du présentateur. Cela ouvre la voie à d'autres recherches sur les particularités des espaces de communication numérique qui pourraient récompenser les comportements sexistes d'une manière différente de celle de la communication hors ligne.

4.2. Utilisation du langage en fonction du sexe et de l'âge

Les effets du style de langage lié au genre sur l'évaluation de l'entretien ne diffèrent pas non plus entre les locuteurs masculins et féminins, ce qui contraste avec les suggestions de la perspective de congruence des rôles de genre. Bien que nous ayons considéré nos deux hypothèses, l'hypothèse de la supériorité de l'homme sur la femme et l'hypothèse de la congruence de la prudence, comme concurrentes l'une de l'autre, aucune d'entre elles n'a été confirmée par les données linguistiques.

Les résultats suggèrent plutôt que les styles de langage féminins et masculins évoquent différentes facettes d'impact positif et négatif, qui semblent refléter les stéréotypes communs de chaleur et de compétence. Alors que le sexe féminin et le langage féminin, indépendamment l'un de l'autre, prédisaient des pourcentages plus élevés d'évaluations ressemblant à de la chaleur (par exemple « belle », « courageuse »), certaines facettes ont montré des effets opposés pour le sexe féminin et le langage typiquement féminin (par exemple « drôle »), et le sexe féminin semblait évoquer des attitudes quelque peu hostiles (« odieux ») qui n'ont pas été observées pour le langage féminin. Alors que des travaux antérieurs ont montré comment les stéréotypes de genre limitent l'évaluation de l'humour pour les hommes et les femmes, de sorte que les femmes humoristiques se voient attribuer un statut inférieur à celui des femmes non humoristiques, notre constatation selon laquelle le sexe féminin est lié à moins d'évaluations « drôles » peut avoir reflété la prudence des oratrices dans l'utilisation de l'humour dans leurs TED Talks. En outre, nos résultats mettent également en évidence un aspect particulier du genre féminin, à savoir le style de langage typique des femmes, qui peut être particulièrement adapté pour susciter des réactions humoristiques de la part d'un public, peut-être en raison de son caractère personnel et conversationnel.

En général, nos résultats suggèrent des dimensions distinctes de « chaleur » et de « compétence » comme dimensions sous-jacentes des évaluations positives des TED Talk, plutôt qu'une dimension positive universelle. Cela allait à l'encontre de nos attentes initiales, mais se reflétait également dans la faible cohérence interne du score de positivité agrégé. La notion de dimension de compétence associée aux stéréotypes masculins est conforme à d'autres recherches : Le nombre de mots « brillant » et « génie » dans les évaluations anonymes des professeurs par les étudiants prédit la représentation des femmes et des Afro-Américains dans les domaines universitaires correspondants. Les auteurs ont interprété cela comme un reflet des croyances stéréotypées sur la « brillance » de l'homme blanc dans différents domaines universitaires.

Nous notons que le type d'évaluation « courageux », que nous avons interprété comme une dimension « chaleureuse », pourrait également avoir une connotation différente. Il pourrait également refléter un éloge condescendant qui est souvent adressé aux groupes marginalisés, tels que les femmes dans les domaines dominés par les hommes. Le terme

« courageux » pourrait alors ne pas refléter clairement un type d'évaluation positive, mais contenir également un certain degré d'ambiguïté.

Par rapport au sexe, l'âge du locuteur et l'approximation linguistique de l'âge ont montré des associations moins prononcées avec l'impact du discours. Si un style de langage plus ancien n'a pas permis de prédire le nombre de consultations de l'entretien, il a permis de prédire les facettes des évaluations positives. Ces différences semblent correspondre aux stéréotypes liés à l'âge, qui contiennent souvent simultanément des éléments positifs et négatifs, tels que la sagesse et la sensibilité : Les mots « inspirant », « courageux » et « persuasif » étaient des réactions plus souvent attribuées aux conférences présentée aux données linguistiques dans une langue plus ancienne.

Bien que les résultats de l'âge chronologique des conférenciers sur l'évaluation des exposés aient pu refléter des stéréotypes d'âge quelque peu négatifs (« longs »), les résultats suggèrent largement que, malgré le large éventail d'âges (12 à 94 ans) dans notre échantillon, les exposés des conférenciers plus âgés n'ont pas eu moins d'impact que les exposés des conférenciers plus jeunes. Les conférenciers TED plus âgés représentent un échantillon unique d'adultes plus âgés qui ont eu beaucoup de succès et d'influence tout au long de leur carrière, ce qui peut peut-être les protéger des stéréotypes habituels liés à l'âge. En général, le sexe semble avoir un effet plus important sur l'impact de l'intervention que l'âge.

4.3. Le langage féminin dans l'interaction en contexte numérique

Dans l'ensemble, les résultats démontrent que le langage représente une voie par laquelle les stéréotypes et les comportements prototypiques peuvent façonner les évaluations sociales et l'influence. Les effets prononcés du style de langage lié au genre corroborent les résultats précédents selon lesquels les gens ont intériorisé des schémas sur la façon dont les hommes et les femmes parlent, ce qui peut à son tour influencer leurs évaluations. Le style de langage féminin n'est pas le style généralement utilisé par les dirigeants et les personnes de haut rang, et son lien avec un impact plus important des discours était inattendu. Alors que des recherches antérieures sur les médias sociaux ont montré que le langage analytique était plus influent, notre étude a observé les avantages d'un style de langage plus féminin et donc plus narratif et personnel. Le style plus personnel et narratif du langage féminin peut véhiculer l'authenticité et la proximité psychologique. Par conséquent, l'avantage du langage typiquement féminin dans l'étude actuelle était dû à un style plus narratif, comme le montrent nos analyses supplémentaires. Dans les nouveaux espaces de communication numérique où les locuteurs doivent entrer en contact avec des publics larges et divers, un style narratif peut être particulièrement pertinent et le langage féminin peut éventuellement s'avérer avantageux. À la lumière de l'influence à grande échelle des plateformes numériques, la découverte que le langage typiquement féminin peut renforcer l'influence est d'une grande pertinence.

Il est à noter que les femmes universitaires de notre échantillon avaient tendance à adopter un style de langage plus masculin que les non-universitaires, ce qui montre comment la socialisation peut façonner les modèles de langage en fonction du sexe. Les femmes universitaires pourraient s'être implicitement adaptées à un comportement plus typiquement masculin, peut-être pour contrebalancer les effets négatifs potentiels du sexe féminin. Nos résultats indiquent qu'une telle adaptation à un comportement typiquement

masculin n'est peut-être pas nécessaire après tout, car le langage féminin peut avoir ses propres avantages, du moins dans les espaces de communication numérique.

Bien que la présente étude se soit concentrée sur les aspects verbaux de la communication féminine, les présentations orales s'accompagnent d'une variété d'autres comportements observables. Les indices paralinguistiques, tels que le ton ou le volume, peuvent affecter la persuasion, et les recherches futures devront déterminer comment les caractéristiques stylistiques du langage féminin, en interaction avec les indices paralinguistiques, peuvent prédire l'impact. Des recherches futures seront également nécessaires pour comprendre exactement dans quels contextes (par exemple, oral ou écrit, universitaire ou non) et pour qui (par exemple, professionnels débutants ou confirmés) le langage typiquement féminin possède le potentiel persuasif que nous avons observé dans les TED Talks.

Les changements technologiques posent de nouveaux défis quant à la manière de transmettre des idées complexes à un grand nombre de personnes. À l'ère numérique, les orateurs doivent s'adresser à des foules nombreuses et diversifiées et communiquer leurs idées de manière efficace tout en maintenant l'attention de l'auditoire et en rivalisant avec d'autres solutions. De la même manière que les interactions sociales ont été décrites comme des processus socialement plus contraignants chez les femmes, le langage typiquement féminin peut peut-être être un outil efficace pour accroître la relation émotionnelle avec le public et renforcer l'impact global du message.

Nos conclusions sur les avantages intrigants du langage typiquement féminin peuvent être considérées comme un autre exemple d'un phénomène plus général récemment décrit dans la manière dont les personnalités influentes communiquent. Dans les contextes politiques et médiatiques, les chercheurs ont observé un changement culturel chez les dirigeants, qui utilisent un langage moins analytique et plus informel. En d'autres termes, les personnalités influentes utilisent de plus en plus une rhétorique simple, et l'efficacité de cette rhétorique pour convaincre un public de masse a été illustrée par la présidence américaine. Les résultats de notre étude fournissent une première preuve qu'un tel changement pourrait s'étendre aux contextes numériques dans lesquels l'influence peut être atteinte à une échelle sans précédent, et que cela pourrait être en faveur du langage féminin. Les femmes pourraient alors être les gagnantes de ce changement culturel en ayant un style de langage qui correspond aux exigences rhétoriques de la culture numérique.

La présente étude vient s'ajouter l'abondante littérature sur la perception sociale de deux manières significatives.

- Tout d'abord, nous avons montré que le langage communément lié aux groupes sociaux peut être lié de manière unique à l'évaluation sociale et à l'influence, et pourrait donc expliquer l'un des mécanismes par lesquels les évaluations sociales se produisent.
- Deuxièmement, nous avons montré que les processus sociaux, par exemple les évaluations sexuées, souvent observés dans des contextes hors ligne, pourraient s'étendre en partie aux contextes numériques modernes, mais d'une manière différente de celle attendue.

Les contextes de communication numérique pourraient être plus réceptifs aux comportements féminins et représenter des espaces dans lesquels la féminité peut déployer tout son potentiel.

5. Limites de la recherche et quelques perspectives

La recherche présentée dans cet article doit être comprise dans le contexte de ses limites : Tout d'abord, bien que la transmission d'idées de manière concise et divertissante soit probablement pertinente pour la plupart des discours publics, les TED Talks peuvent avoir un caractère divertissant particulièrement prononcé et le degré de généralisation des résultats de cette étude à d'autres discours publics et contextes modernes de présentation de soi fera l'objet d'une recherche plus poussée. En outre, TED forme ses orateurs à divers aspects des techniques de présentation. Bien que l'utilisation de la langue par les orateurs de TED montre des différences de genre conformes à celles observées dans des contextes plus spontanés, leur langue peut ne pas être totalement conforme à leur utilisation naturelle de la langue. Cela ne devrait toutefois pas modifier les conclusions tirées de la présente étude, puisque nous avons étudié les effets des styles linguistiques liés au genre indépendamment du sexe des orateurs.

Nous avons étudié les effets des styles linguistiques liés au sexe et à l'âge séparément les uns des autres afin d'obtenir une compréhension préliminaire des effets uniques de ces signatures linguistiques sur l'impact de la conversation. Dans la vie réelle, ces styles linguistiques ne sont évidemment pas isolés les uns des autres, mais les locuteurs présentent plutôt différentes combinaisons de styles linguistiques prototypiques féminins, masculins et seniors, qui peuvent même dépendre du contexte. Bien que la corrélation entre ces deux paramètres linguistiques soit faible, l'étude de leur interaction était hors de portée mais pourrait constituer une piste intéressante pour de futures recherches.

Sur la base du présent travail, les orientations futures suivantes peuvent être prises en considération. L'étude actuelle a adopté une approche naturaliste pour examiner comment les styles de langage liés au sexe et à l'âge sont liés aux évaluations sociales. Les études qui utilisent des manipulations expérimentales constituent une ligne de recherche future prometteuse sur ce sujet. Les études futures pourraient par exemple présenter aux participants le même discours tenu dans le même style linguistique par un homme et par une femme, afin d'obtenir une image plus précise de l'interaction entre le genre, le style linguistique et les évaluations sociales. Les travaux expérimentaux pourraient également faire varier la qualité des exposés afin de mettre en lumière la manière dont les évaluations subjectives des exposés (par exemple, « informatif ») correspondent aux mesures objectives, ou si elles représentent principalement des préjugés.

En ce qui concerne l'hypothèse de la congruence des genres, la présente étude a examiné la congruence en termes de genre du locuteur et de styles linguistiques liés au genre. Cependant, d'autres types de congruence méritent d'être étudiés dans ce domaine. L'une des pistes fructueuses pour l'avenir pourrait être d'examiner comment la congruence entre le sujet lié au genre et le style de langage lié au genre est liée aux évaluations sociales. Des recherches antérieures ont montré que le public peut préférer un langage qui va à l'encontre de ses attentes, de sorte que les chansons dont les paroles sont atypiques par rapport à leur genre sont plus populaires. En établissant un lien avec les attentes liées au rôle du genre, de futures études pourraient examiner si le langage masculin est lié à des évaluations plus positives dans les discussions sur l'éducation de la petite enfance (un sujet

stéréotypé « féminin ») par rapport aux discussions sur la technologie (un sujet stéréotypé « masculin ») - ou l'inverse. En ce qui concerne les effets principaux du sexe de l'orateur, une autre étude a montré que les évaluations du public de TED en fonction du sexe ne changeaient pas lorsque l'on prenait en compte les différents sujets de l'exposé. Cela suggère qu'au moins en ce qui concerne le sexe de l'orateur, la congruence entre le sexe et le sujet n'a pas d'importance puisque la constatation selon laquelle les oratrices reçoivent des évaluations moins positives s'est généralisée à travers différents sujets.

Enfin, nous notons que si les théories influentes sur l'identité de genre décrivent la « masculinité » et la « féminité » comme indépendantes l'une de l'autre, les mesures du genre basées sur la langue sont souvent fondées sur des conceptualisations unidimensionnelles du genre. Les recherches futures devraient également explorer les styles linguistiques liés au genre tout en tenant compte de la structure multidimensionnelle de la langue. Bien que cela n'entre pas dans le cadre du présent article, il serait particulièrement prometteur de mener des études longitudinales afin d'examiner comment les styles de langage typiquement féminins ou typiquement masculins d'un individu varient d'une situation à l'autre. Cela permettrait également de déduire comment les associations entre le style de langage et les évaluations sociales se généralisent d'un contexte d'interaction à l'autre. D'un point de vue empirique, l'approche unidimensionnelle s'est avérée bien adaptée aux données linguistiques, comme le montre la validité prédictive élevée en termes d'identité de genre binaire souvent contestée.

Conclusion

La présente étude a donné un premier aperçu prometteur de la manière dont l'influence en ligne est façonnée à travers l'utilisation de la langue par les locuteurs, et de la manière dont les styles de langage plus typiquement utilisés par les femmes peuvent avoir un impact sur les discussions dans de nouveaux environnements numériques. Un style de langage féminin peut donc représenter un outil puissant dont les hommes et les femmes pourraient tirer parti pour générer des opinions et influencer les autres en ligne. Ces résultats sont particulièrement intéressants car ils pourraient suggérer que les contextes de communication modernes offrent de nouveaux espaces dans la société dans lesquels le comportement féminin typique est récompensé et peut aller de pair avec la perception d'un statut élevé, ce qui n'a pas toujours été le cas dans les domaines professionnels traditionnels.

Bien que nos résultats puissent être le symbole d'un phénomène général dans lequel les dirigeants utilisent de plus en plus un langage plus informel, les recherches futures devront déterminer comment les résultats de la présente étude se généralisent à d'autres contextes et populations. Néanmoins, la recherche donne un premier aperçu de la manière dont les contextes numériques pourraient être porteurs d'une vision dans lequel le langage féminin est entendu. Étant donné que l'on pense que les styles de langage genrés sont plus prononcés dans des contextes de parole spontanés que contraints, et qu'ils peuvent être adaptés dans certaines situations, une autre piste consistera à voir si les locuteurs peuvent être explicitement formés à manipuler leur propre style de langage afin d'accroître la visibilité de leur message. Les recherches futures devront évaluer les conditions et les éventuels effets de frontière pour l'avantage du style de langage féminin dans les contextes de discours en ligne.

Références bibliographiques

- BAIDER F-H. 2004. *Hommes galants, femmes faciles : étude socio-sémantique et diachronique*. Paris. L'Harmattan.
- BERENI L., CHAUVIN S., JAUNAIT A., REVILLARD A. 2012. Introduction aux études sur le genre. Bruxelles. De Boeck.
- BOURDIEU P. 1998. *La domination masculine*. Paris. Seuil.
- CONNELL R. W. 1995 . *Masculinities*. Oxford: Polity Press.
- EAGLY A-H. , MLADINIC A. 1994. "Are People Prejudiced Against Women? Some Answers From Research on Attitudes, Gender Stereotypes, and Judgments of Competence", *European Review of Social Psychology*, 5:1. p.1-35,
- FISKE S. T. 2017. "Prejudices in Cultural Contexts: Shared Stereotypes (Gender, Age) Versus Variable Stereotypes (Race, Ethnicity, Religion) ». *Perspectives on Psychological Science*, 12 (5). P. 791-799.
- GAL S. 1978. "Peasant men can't get wives: language change and sex roles in a bilingual community". *Language in Society* 1. p. 1-16.
- LARIVIERE L-L. 2007. « Dis-moi comment tu te nommes et je te dirai qui tu es » In. *Nouvelles Questions Féministes* 2007/3 (Vol. 26), p. 47- 56
- QUINA K., WINGARD J. A., & BATES, H. G. 1987. "Language Style and Gender Stereotypes in Person Perception". *Psychology of Women Quarterly*, 11(1). p. 111-122.
- SCHMID-MAST M., KADJI K-K. 2018. "How female and male physicians' communication is perceived differently". *Patient Educ Couns*, 101 (9). p. 1697-1701.
- YAHIAOUI , K. 2015. « Pouvoir et/ou hiérarchie conversationnelle dans les interactions entre hommes et femmes : les interactions radiophoniques d'Alger chaine III » dans , (dir.) Venant Eloundou Eloundou et alii . *la langue française dans l'espace francophone. Pratiques, représentations, dynamique et didactique au XXIe siècle* . Archives contemporaines. France. p. 181-192.