

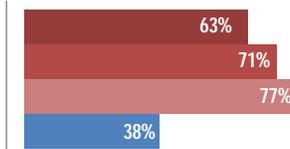
Le langage ayant une connotation de genre et la conscience des stéréotypes pour les comités d'embauche

La discrimination fondée sur le genre

La ségrégation fondée sur le genre des emplois di érents moments critiques dans la carrière

plafond de verre.

♀ 20
♀ 31- 44
♀ +45
♂



qui croient qu'il existe des barrières se dressant devant les femmes

- femme, baisse de revenus, baisse du nombre d'heures
- homme, hausse de revenus

Les stéréotypes et leurs effets



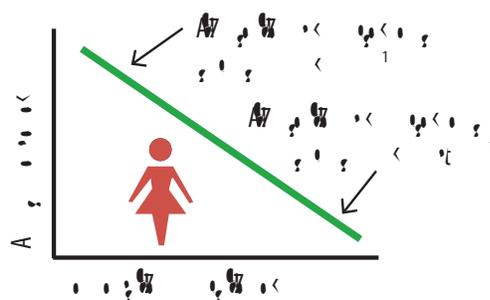
“Froide”



femmes masculins; stéréotypes

Ces femmes qui adoptent des comportements stéréotypés masculins sont perçues par les employeurs comme étant **plus compétentes** que les autres femmes, mais, en revanche, comme étant plus « **froides** » et **insensibles aux autres**⁷. Cet argument est souvent entendu comme justification pour garder les femmes hors des postes de gestion (traditionnellement dominés par les hommes)^{1,3}.

Les femmes dirigeantes



Les femmes peuvent entraîner le rejet d'une candidature féminine

Le langage ayant une connotation de genre et la conscience des stéréotypes pour les comités d'embauche

Comment améliorer cette situation?

L'usage d'un langage à connotation féminine est une stratégie efficace pour attirer les femmes. Cependant, il est important de ne pas se limiter à des termes comme "collaboratrice" ou "assistante".

Il faut privilégier des termes qui mettent en avant les compétences et les habiletés, car ce sont ces aspects qui sont les plus recherchés par les employeurs.

La promotion de l'équilibre travail-famille est également un facteur clé. Des horaires flexibles et des politiques de soutien à la famille peuvent attirer les femmes.

Le sentiment d'appartenance est un autre élément important. Les femmes ont tendance à privilégier les entreprises qui offrent un environnement de travail inclusif et valorisent leur contribution.

Enfin, le développement professionnel, le mentorat et l'encouragement à postuler sont des stratégies efficaces pour attirer les femmes.

Il est également important de proposer des exercices d'auto-évaluation pour aider les femmes à identifier leurs compétences et à valoriser leur expérience.



Traduction française par

La Chaire pour les femmes en sciences et en génie au Québec (CFSG)

F 2500, M 2500, M 2500

Références

1. L. G. (2001). *Journal of Social Issues*, 57(4), 743-762.
2. H. C., B. J., M. (2011). *Personality and Social Psychology*, 41(12), 1312-1324.
3. G. D., F. J., K. A. (2011). *Psychology*, 101(1), 109-128.
4. B. M., M. (2013). *Organization Science*, 24(3), 737-750.
5. B. M., G. C., K. V., L. F. (2009). *Academy of Management Journal*, 52(1), 146-161.
6. I. L. & M. (2011). *Ambition and gender at work*. *Academy of Management Journal*, 54(1), 1-15.
7. L. G. (1999). *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(5), 1004-1010.
8. N. E., L. L. (2010). *Academy of Management Journal*, 53(1), 1-15.
9. C. H., A. G., L. G. (2008). *Academy of Management Journal*, 51(1), 1-15.
10. J. C. (2007). *International Journal of Gender Studies*, 12(6), 504-522.

général

1. D. (2001). *Academy of Management Journal*, 44(1), 1-15.
2. C., L. L. (2003). *Academy of Management Journal*, 46(1), 1-15.
3. A. H., K. J. (2002). *Academy of Management Journal*, 45(1), 1-15.
4. M. A., E. A. H. (1999). *Academy of Management Journal*, 42(1), 413-423.
5. // *Academy of Management Journal*, 41(1), 1-15.

À propos de la Chaire pour les femmes en sciences et en génie au Québec

La Chaire pour les femmes en sciences et en génie au Québec (CFSG) a été créée en 2001. Elle vise à promouvoir la participation des femmes dans les domaines des sciences et du génie. Elle soutient la recherche, l'enseignement et le développement professionnel des femmes dans ces domaines.

Merci à nos partenaires

Partenaires fondateurs

C. (NG), F. (NG), M. (NG), N. (NG), O. (NG), P. (NG), Q. (NG), R. (NG), S. (NG), T. (NG), U. (NG), V. (NG), W. (NG), X. (NG), Y. (NG), Z. (NG)

Partenaires financiers généraux

F. (NG), M. (NG), N. (NG), O. (NG), P. (NG), Q. (NG), R. (NG), S. (NG), T. (NG), U. (NG), V. (NG), W. (NG), X. (NG), Y. (NG), Z. (NG)

Partenaires financiers par projet

M. (NG), N. (NG), O. (NG), P. (NG), Q. (NG), R. (NG), S. (NG), T. (NG), U. (NG), V. (NG), W. (NG), X. (NG), Y. (NG), Z. (NG)