

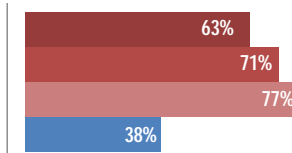
# Le langage ayant une connotation de genre et la conscience des stéréotypes pour les comités d'embauche

## La discrimination fondée sur le genre

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

plafond de verre.

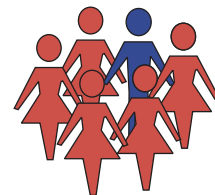
♀ 20  
♀ 31- 44  
♀ +45  
♂



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



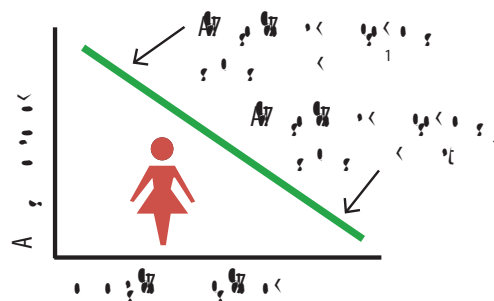
“Froide”



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**<sup>7</sup>. Cet argument est souvent entendu comme justification pour garder les femmes hors des postes de gestion (traditionnellement dominés par les hommes)<sup>1,3</sup>.

## 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 plus de femmes. Les entreprises qui utilisent ce type de langage ont tendance à recruter plus de femmes et à réduire l'écart de salaire entre hommes et femmes. Cependant, il est important de noter que ce langage ne doit pas être utilisé de manière à stigmatiser les hommes ou à créer une division entre les sexes. Il s'agit plutôt d'une stratégie pour promouvoir l'équité et l'inclusivité.

re être surtout les habiletés et les compétences. Les entreprises doivent se concentrer sur les compétences et les habiletés des candidats, plutôt que sur leur genre. Cela permettra de créer un environnement de travail plus inclusif et de promouvoir l'équité.

horaires flexibles, la promotion de l'équilibre travail-famille, le sentiment d'appartenance, etc. Ces mesures peuvent aider à attirer et à retenir plus de femmes dans les entreprises.

au moment où les femmes ont dû sélectionner les offres d'emploi. Les entreprises doivent être conscientes de ces défis et prendre des mesures pour les résoudre. Cela peut inclure la mise en place de programmes de mentorat, de formation et de développement professionnel.

au développement professionnel, au mentorat et en les encourageant à postuler. Les entreprises doivent également offrir des opportunités de formation et de développement professionnel pour aider les femmes à progresser dans leur carrière.

des exercices d'auto-évaluation. Les entreprises peuvent également offrir des ateliers de formation et des exercices d'auto-évaluation pour aider les femmes à identifier leurs forces et à développer leurs compétences.



Traduction française par

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

F 2500, M 2500, M 2500

2500, M 2500, M 2500

2500, M 2500, M 2500

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, K. NG, L. 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, 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, O. NG, P. NG, Q. NG, R. NG, S. NG, T. NG, U. NG, V. NG, W. NG, X. NG, Y. NG, Z. NG