

# **Influence du langage genré sur l'évaluation des intérêts des adolescent·e·s**

**L'Utilisation du Féminin et du Masculin dans l'Inventaire des Intérêts Professionnels  
de Rothwell-Miller 3**

Mémoire de Recherche

Master ès Psychologie Conseil et Orientation

Présenté par : Mégane Pittet

Directeur : Prof. Jérôme Rossier

Expert : Dr. Pascal Gygax

Session d'été 2020

## Remerciements

Je tiens à remercier ci-dessous les nombreuses personnes qui ont permis à cette recherche d'avoir lieu.

Premièrement, je souhaite remercier les participant·e·s qui ont pris le temps de répondre à mes questionnaires, les enseignant·e·s qui ont libéré du temps durant leur cours et les directeurs qui ont accepté et organisé mes passages dans les classes de leur école.

De plus, je remercie chaleureusement M. Jérôme Rossier, directeur de mon mémoire, et M. Pascal Gygax, expert de mon mémoire, qui m'ont soutenue tous les deux lors de la réalisation de ce mémoire. Ils m'ont conseillée et guidée au fil des nombreuses étapes et obstacles que j'ai pu rencontrer.

J'exprime également ma reconnaissance aux Éditions du Centre de Psychologie Appliquée (ECPA) qui m'ont fourni et autorisée à employer l'*Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (IRMR3; Vrignaud & Cuvillier, 2011)* gratuitement pour la réalisation de mon étude.

Finalement, je tiens à remercier vivement mes ami·e·s et ma famille pour la relecture attentive de mon travail ainsi que le soutien moral qui m'a été apporté de leur part.

## Résumé

Dans la pratique du métier de psychologue conseiller·ère en orientation, l'utilisation d'inventaires d'intérêts est courante. Ces inventaires permettent d'aider les personnes et donc de faire des choix scolaires et professionnels en explorant différentes options de métiers. Des études montrent que les stéréotypes de genre et le langage peuvent impacter les résultats obtenus. L'objectif de cette étude est de vérifier que l'utilisation d'un langage genré peut influencer les intérêts exprimés par un·e adolescent·e. Dans notre expérience, des élèves en fin de scolarité obligatoire en Suisse ( $N = 198$ ) ont passé un inventaire d'intérêts professionnels à deux reprises, une fois avec les métiers présentés au masculin et une fois au féminin. L'étude a tout de même montré un effet de langage sur la dimension technique. Cependant, les résultats montrent que, pour les autres dimensions, les adolescent·e·s répondent de la même manière aux deux versions du test d'intérêts. Toutefois et conformément à la littérature, les intérêts exprimés varient de manière importante en fonction du genre et cela de manière conforme aux stéréotypes de genre. Les femmes expriment davantage d'intérêts sociaux et artistiques alors que les hommes présentent plus d'intérêts manuels, techniques et scientifiques. Cette étude suggère que les stéréotypes de genre ont un impact important sur les intérêts professionnels chez les adolescent·e·s mais que ces intérêts ne sont que peu influencés par la forme linguistique.

*Mots clés* : inventaire d'intérêts scolaires et professionnels, genre, langage

## **Abstract**

In career counselling, psychologists commonly use interest inventories. These inventories help individuals to make educational and vocational choices by exploring different career options. Research studies show that gender stereotypes and language used can have an impact on the results of inventories. The objective of this study is to verify whatever the use of gendered language influences interests expressed by teenagers. In our experience students at the end of compulsory education in Switzerland (N = 198) took an professional interests inventory twice, once with the professions presented in the masculine grammatical form and once with the feminine in the grammatical form. The study showed a language effect on the technical dimension, nevertheless, the results show that, for the other dimensions, adolescents' responses to both versions of the interest test were similar. However, and in accordance with the literature, the interests expressed vary significantly according to gender and in a manner consistent with gender stereotypes. Women express more social and artistic interests while men express more technical and scientific interests. This study suggests that gender stereotypes have a significant impact on the professional interests of teenagers, but that these interests are only slightly influenced by language grammatical form.

*Keywords* : vocational interest inventory, gender, language

## Table des matières

<b>1. Introduction.....</b>	<b>6</b>
<b>2. Genre et intérêts professionnels.....</b>	<b>8</b>
a. L'évolution des femmes dans le monde du travail .....	8
b. Genres et métiers.....	9
c. Perpétuation des stéréotypes de genre.....	12
d. Les interventions pour l'égalité des genres dans le choix professionnel .....	13
e. Les choix vocationnels.....	15
f. Le modèle d'Holland .....	19
g. Importance du <i>fit</i> .....	21
h. Les inventaires d'intérêts professionnels .....	22
i. Stabilité et invariance du modèle de Holland .....	23
j. La perception grammaticale du masculin dans la langue française.....	29
k. L'influence du langage sur la perception des métiers .....	31
<b>3. Question de recherche et hypothèses .....</b>	<b>35</b>
<b>4. Méthodologie.....</b>	<b>36</b>
a. Participants .....	36
b. Matériel .....	37
c. Procédure .....	40
<b>5. Résultats.....</b>	<b>42</b>
a. Normalité des distributions et homogénéité des variances.....	43
b. Intérêts selon le genre, le langage et la stéréotypie .....	43
c. Intérêts selon le genre et le langage dans la catégorie « féminine » .....	44
d. Intérêt selon le genre et le langage dans la catégorie « masculine » .....	47
<b>6. Discussion.....</b>	<b>50</b>
<b>7. Conclusion .....</b>	<b>58</b>
<b>8. Références.....</b>	<b>60</b>
<b>9. Annexes.....</b>	<b>76</b>
a. Annexe 1 .....	76
b. Annexe 2 .....	79
c. Annexe 3 .....	81
d. Annexe 4 .....	82
e. Annexe 5 .....	84
f. Annexe 6 .....	87
g. Annexe 7 .....	90

## 1. Introduction

En 1941, 35% des femmes suisses sont sur le marché du travail (Head-König, 2015). En 2019, le pourcentage de femmes qui ont un emploi rémunéré augmente à 80,1% (OFS, 2019a). Cependant, la langue française n'a pas évolué aux côtés de la féminisation du monde du travail. Aujourd'hui encore, la féminisation des intitulés des professions est un sujet de débat, origine de nombreuses réactions sociales et politiques dans les pays francophones malgré l'augmentation du nombre de femmes en activité professionnelle. La France a notamment connu une grande médiatisation du sujet notamment par l'implication active de plusieurs acteurs majeurs. En effet, pendant de nombreuses années, l'*Académie française* a refusé l'insertion des noms féminins des métiers dans le vocabulaire français. Alors qu'en 1912 une femme décroche pour la première fois un diplôme d'ingénieur reconnu (Michallon, 2018), l'*Académie française* refusait encore en 2014 de reconnaître le titre féminin du métier. Le 10 octobre 2014, elle publie une déclaration sur le thème de la féminisation des titres des professions « Elle estime que les textes réglementaires doivent respecter strictement la règle de neutralité des fonctions. L'usage générique du masculin est une règle simple à laquelle il ne doit pas être dérogé » et proclame également qu'elle « déconseillait formellement la féminisation des noms de titres, grades et fonctions officielles, par distinction avec les noms de métiers, dont le féminin s'impose naturellement dans l'usage ». Le 26 octobre 2017, elle déclare au sujet du langage inclusif « la langue française se trouve désormais en péril mortel, ce dont notre nation est dès aujourd'hui comptable devant les générations futures ». En effet, l'*Académie française* craint ouvertement une dénaturation et une complexification de la langue de Molière. Néanmoins, le 28 février 2019, l'institution accepte finalement l'intégration de la féminisation des noms des métiers au lexique français. Ce qui, selon Viennot (2019), est une réponse à une demande externe et pas une volonté qui leur est propre.

L'*Académie française* n'est pas la seule à se pencher sur cette thématique. En effet, de nombreuses questions se posent à ce sujet, notamment au sein de la communauté scientifique. Premièrement, il y a l'aspect pratique de l'utilisation du masculin sous sa forme générique. Des interrogations existent sur la compréhension de la règle grammaticale du masculin sous sa forme générique (Gygax, Gabriel, Sarrasin, Oakhill, & Garnham, 2009; Gygax, Gabriel, Lévy, Pool, Grivel, & Padrazzini, 2012; Sato, Gygax, & Gabriel, 2016). De plus, des questions se posent quant à l'impact du langage sur la perception de notre environnement entre autres par le biais des variations grammaticales. L'ensemble des représentations de chacun permet de se situer dans ce monde, vis-à-vis des autres personnes ce qui prédit que des représentations genrées entraînent des positionnements genrés. Ce sont ces positionnements personnels qui expliquent les choix personnels, dont les choix vocationnels (Lévy, Sadovsky, & Troseth, 2000; Gottfredson, 2005; Vouillot, 2007; Vrignaud & Cuvillier, 2011). Si le langage a un impact sur la perception des métiers (Stout & Dasgupta, 2011; Vervecken, Hannover, & Wolter, 2013; Vervecken, Gygax, Gabriel, Guillod, & Hannover, 2015), alors on suppose que les variations grammaticales peuvent influencer les choix professionnels des jeunes. Afin de vérifier cette hypothèse, cette étude va employer un inventaire d'intérêts professionnels sous plusieurs versions grammaticales avec des adolescent·e·s. Cette approche supplémentaire est proposée afin d'étudier les effets concrets du langage masculinisé sur les résultats d'un inventaire d'intérêts employé dans le cadre d'un inventaire d'intérêts utilisé dans le cadre de l'orientation scolaire et professionnelle.

Afin d'expliquer les hypothèses émises, un contexte théorique est présenté. Tout d'abord un contexte historique sur l'évolution du marché du travail est proposé étant suivi des stéréotypes de genre dans les métiers et leur perpétuation et les interventions, dont l'orientation, existantes pour y remédier. Ces thématiques sont suivies par les théories des choix vocationnels et les outils qui s'y réfèrent. L'approche théorique se termine par les effets

de la langue qui peuvent être présents dans les inventaires et les effets sur la perception des métiers.

## **2. Genre et intérêts professionnels**

### **a. L'évolution des femmes dans le monde du travail**

Afin de comprendre l'orientation genrée, il faut comprendre le contexte dans lequel il se situe. En effet, le fait que le pourcentage de femmes avec un emploi est de 35% en 1941 (Head-König, 2015) augmente à 80,1% en 2019 (OFS, 2019a) illustre un grand changement dans le monde du travail. En effet, en 2008, Ngyuen montre que certaines professions ont fortement évolué au cours des 50 dernières années. Certains métiers qui étaient majoritairement exercés par les hommes ont connu une inversion de la tendance, se révélant aujourd'hui avec une majorité de femmes. En Suisse, dans les métiers cités, nous trouvons pharmacien·ne, infirmier·ère en psychiatrie, guérisseur·se, professeur·e d'activités créatrices, psychologue conseiller·ère en orientation, biologiste, décorateur·se étalagiste, spécialiste en personnel, comptable, greffier·ère, spécialiste en marketing ou relations publiques, ... Néanmoins, des autres professions s'illustrent par l'effet inverse. Selon Abbate (2012), les métiers de l'informatique, et principalement la programmation, n'étaient pas perçus comme essentiels et ont d'abord été exercés par des femmes. Au fil des années, l'importance de l'informatique s'impose ce qui a pour conséquence d'attirer plus d'hommes qui sont actuellement en majorité dans le domaine. Un fichier documentant les proportions d'hommes et de femmes dans chacun des métiers remontant jusque dans les années 1970 est notamment disponible sur le site de l'Office fédérale de la statistique (OFS, 2020).

Les répartitions genrées contemporaines dans les carrières sont visibles grâce aux statistiques récoltées par l'Office Fédérale de la Statistique (OFS, 2019b ; OFS, 2019c). Ces résultats dévoilent que les choix de formation en Suisse demeurent passablement conformes aux stéréotypes de genres. En effet, les formations dans les domaines de la santé et du social



connaissent une surreprésentation de femmes et les formations en lien avec la technique, l'architecture ou l'informatique une surreprésentation d'hommes.

### **b. Genres et métiers**

Cette répartition des genres inégale est liée à une vision stéréotypée des métiers. Par exemple, en 1977, Nilsen, Bosmajian, Gershuny et Stanley font référence à une devinette populaire publiée dans les journaux en 1972 qui permet de dénoncer les stéréotypes de genre :

Anne et son père sont les deux sérieusement blessés dans un accident de la route.

Une ambulance transporte Anne à un hôpital ; son père dans un autre. Quand

Anne est amenée en salle d'opération, le chirurgien choqué dit "Je ne peux pas

l'opérer. C'est ma fille." Qui est le chirurgien ? [Traduction libre] (p.16).

De nombreuses personnes ne répondent pas que c'est la mère car elles ne considèrent pas l'option que le chirurgien puisse être une femme. Plusieurs décennies plus tard, la Télévision Suisse Romande reprend cette énigme dans son émission « Dans la tête... d'un macho » (2019) et observe à nouveau que tout le monde ne prend pas en considération la solution du chirurgien femme. Ils parlent alors de stéréotypie du genre. Selon Brigham (1971) les stéréotypes se sont des surgénéralisations de caractéristiques qu'on attribue à un groupe, par exemple le métier de mécanicien est exercé par des hommes. Ces stéréotypes sont constamment présents et nous biaisent. En effet, c'est une stratégie du cerveau qui permet de traiter plus facilement l'information en créant des catégories Kruglanski et Freund (1982).

Il faut également différencier le sexe qui est déterminé biologiquement et le genre qui a une signification culturelle (Money, 1973). Le genre est issu d'une construction sociale, c'est-à-dire que c'est la société donnée qui va définir ce qui fait qu'une femme est une femme et qu'un homme est un homme (Oakley, 2015). C'est un effet de socialisation ce qui, selon

Stockard signifie (2007), « Sex role socialization ... involves developing beliefs about gender roles, the expectations associated with each sex group, and ... gender identity, an understanding of what it means to be a male or female » (p. 79). Roux (2006) exemplifie les stéréotypes de genre en écrivant que, pour une majorité de la population, les femmes sont perçues plus sociales, plus attentives à autrui alors que les hommes font plus figure de personnes entreprenantes.

Les stéréotypes liés aux genres s'observent dès l'enfance. En effet, une recherche réalisée par Lévy, Gyax, Gabriel et Zesiger (2015) a montré que les enfants dès 2 ou 3 ans arborent déjà une conscience de leur sexe et des biais de stéréotypie liés au genre. Dans cette étude, des dessins de filles ou de garçons effectuant une activité sont montrés et la différence de temps d'observation des images était mesurée. Grâce à cette méthode, l'équipe de recherche a pu constater que, à cet âge-là, une vision stéréotypée des activités ainsi qu'une conscience de son propre genre semblent déjà exister. De plus, une étude menée auprès d'enfants de 3 à 6.5 ans met en lumière que, déjà à cet âge-là, des idées sur ce que font ou non les filles et les garçons existent (Baker, Tisak, & Tisak, 2016). Par exemple, l'équipe de recherche observe que les filles sont majoritairement d'avis que se sont les garçons qui réparent des choses et les filles qui font du shopping. De plus, cette recherche montre que les filles de l'échantillon pensent que « officier de police » est un métier destiné aux hommes et que « infirmier » et « maître d'école » sont des métiers exercés par des femmes. Les filles et les garçons estiment pareillement que le métier de « conducteur de bus » est un métier de garçons. En outre, Lévy, Sadovsky et Troseth (2000) constatent dans leur étude que les enfants s'attendent à exercer un métier qui est typiquement conforme à leur genre.

La vision stéréotypée des métiers n'est pas uniquement présente chez les jeunes enfants. En effet, de nombreuses études révèlent que les adolescent·e·s et les adultes jugent également certaines professions comme étant plus des professions destinées aux femmes ou

aux hommes. Par exemple, dans l'étude de Miserky et al. (2014), des noms de métiers faisant référence à des groupes de personne, tel que « ébénistes » apparaissent devant les participant·e·s qui doivent estimer si le groupe se compose à plus haut pourcentage d'hommes, de femmes ou si c'est égal. Le pluriel neutre est employé afin qu'il n'y ait pas d'indication réelle sur la composition hommes-femmes des groupes. Malgré l'emploi du neutre, les participant·e·s supputent que certains groupes ne comportent pas un nombre égal de femmes et d'hommes. Par exemple, il y a plus de femmes que d'hommes dans le groupe « Éducateurs de l'enfance » et inversement dans le groupe « Ébénistes ». D'autres recherches mettent en lumière des résultats similaires. Notamment White et White (2006) qui ont observé que la majorité de leur échantillon perçoit plus d'incongruence quand c'est « une femme ingénieure et un homme maître d'école » qui est présenté plutôt que « un homme ingénieur et une femme maîtresse d'école ». En 2007, Vouillot écrit qu'il est problématique de penser qu'il est naturel pour une femme ou un homme d'avoir plus d'aptitudes dans certains métiers à cause de son genre. En effet, cela crée une division sexuée de l'orientation. Cela signifie que les femmes se tournent plus vers les métiers considérés féminins (par exemple l'éducation) et les hommes dans les métiers typés plus masculins. Par ailleurs, une étude menée par Blanchard et Lichtenberg (2003) expose qu'un individu ayant pour obligation de faire un compromis dans son choix de métier accorde plus d'importance au prestige et au sexe qu'à ses intérêts personnels. Cela suggère que les choix vocationnels peuvent être fortement influencés par les stéréotypes de genre créés lors du développement de l'enfant. Cela est d'autant plus vrai si les jeunes ne sont pas confrontés aux métiers et aux expériences professionnelles qui permettent d'inhiber le réflexe de catégorisation des métiers en fonctions des stéréotypes de genre (Gottfredson, 2005). Cependant, Gygax, Garnham et Doehren (2016) avancent, grâce à leur recherche, qu'il n'est pas possible d'affirmer que les stéréotypes des genres ne sont pas dus aux ratios dans les métiers correspondants. Ce n'est

pas forcément une des variables qui a un effet direct sur l'autre mais elles sont plutôt issues toutes deux d'un système de croyances commun sur le genre.

Glick, Wilk et Perreault (1995) observent que les métiers avec plus de femmes sont en lien avec les caractéristiques données au métier. Par exemple, l'échantillon attribue plus l'item « prendre soin des enfants » à la personnalité féminine. De surcroît, le groupe de recherche constate que les métiers ayant un stéréotype plus masculin ont un prestige social plus élevé que ceux qui sont féminins. Cet effet découle du fait que les compétences dites plus masculines (par exemple, les compétences analytiques) sont liées à des professions perçues à caractère plus prestigieux. Crawley (2014) constate que les individus estiment en moyenne que les métiers nécessitent une éducation plus poussée si leur description leur attribue une plus grande composition d'hommes. La recherche menée par Bian, Leslie et Cimpian (2017) met également en lumière l'adhésion des enfants, de 6 ans déjà, au stéréotype que les filles sont moins intelligentes. Cela a des conséquences pour les intérêts des enfants. En effet les filles vont moins se tourner vers les activités qu'elles lient aux personnes intelligentes. Vervecken, Gyax, Gabriel, Guillod et Hannover (2015) constatent dans leur expérience que les adolescent·e·s estiment que les femmes ont plus de chance de réussir que les hommes dans un métier de stéréotype féminin et inversement. De plus, selon England (1979), la répartition inégale des femmes dans les métiers participe à l'explication des salaires en moyenne plus bas de celles-ci. Levanon, England et Allison (2009) ont également observé que lorsque qu'un métier connaît une hausse du pourcentage de femmes actives, alors son salaire moyen diminue.

### **c. Perpétuation des stéréotypes de genre**

Il a donc été démontré ci-dessus que des différences de genre sont présentes dans le domaine des choix vocationnels et que ces différences tirent leur origine, en partie, des

stéréotypes. Pour réussir à minimiser l'impact des stéréotypes il est nécessaire de saisir par quels canaux ils sont perpétués.

Par exemple, plusieurs études ont montré que les livres pour enfants sont stéréotypés. En effet, en 1984 Porreca constate que les hommes sont représentés cinq fois plus exerçant leur profession que les femmes. De plus, Hamilton, Anderson, Broaddus et Young observent dans leur étude en 2006 que, dans les livres pour enfants, les femmes sont représentées 10 fois plus dans des métiers typiquement féminins que dans ceux qui ne l'étaient pas et les hommes sont représentés neuf fois plus dans les métiers typés masculins que dans les autres métiers. Ils se sont également aperçus que les métiers exercés par les femmes dans les livres pour enfants sont moins variés que ceux pratiqués par les hommes. Des résultats similaires ont été observés par Signorelli dans les programmes télévisés (2009).

Un exemple additionnel de moyen de perpétuation des stéréotypes est les modèles des enfants. En effet, dans leur étude, Schuette, Ponton et Charlton (2012) constatent qu'il y a un lien entre les aspirations professionnelles des garçons et les métiers exercés par les hommes de la maison. En effet, si tous les hommes de la maison pratiquent des métiers stéréotypés masculins, alors les garçons présentent un intérêt pour les métiers stéréotypés masculins.

De plus, de nombreuses études montrent que les stéréotypes peuvent être perpétués par le langage (Stout & Dasgupta, 2011; Vervecken, Hannover, & Wolter, 2013; Vervecken, Gygax, Gabriel, Guillod, & Hannover, 2015). Ces études seront explicitées plus tard dans la section « l'influence du langage sur la perception des métiers ».

#### **d. Les interventions pour l'égalité des genres dans le choix professionnel**

Afin de remédier aux choix professionnels genrés et de contrer les stéréotypes, différentes interventions sont développées en Suisse depuis plusieurs années, dont les

résultats, parfois difficiles à mesurer, ont été mixtes. De ce fait, il est important de continuer encore à réfléchir à la création et l'implémentation d'autres interventions.

Par exemple, le Fond National Suisse a créé une bourse d'études destinée aux femmes qui souhaitent faire de la recherche scientifique (Derungs, Lüthi, Schnegg, Wenger, & Ganzfried, 2014). De plus, les hautes écoles spécialisées, les universités et les écoles polytechniques fédérales mettent sur pied des programmes ayant pour objectif de promouvoir l'égalité des genres dans les filières « sexuées » (mathématique, santé, ingénierie, ...). Par exemple, l'Ecole Polytechnique de Lausanne propose en 2020 des cours de codage destinés aux jeunes filles. Par ailleurs, le bureau fédéral de l'égalité entre femmes et hommes (Derungs, Lüthi, Schnegg, Wenger, & Ganzfried, 2014) encourage ces écoles à davantage concevoir et réaliser ce type de programmes. Il incite tout autant à engager un nombre plus élevé de femmes dans les positions élevées, instaurer des enseignements non discriminant ainsi qu'augmenter la recherche sur ces thématique genres. La journée « oser tous les métiers » ou « futur en tous genres » est, elle aussi, un outil pour la favorisation des intérêts des jeunes pour des métiers non typiquement liés à leur genre. Lors de cette journée, les élèves accompagnent une personne sur son lieu de travail afin de découvrir une profession (Derungs, Lüthi, Schnegg, Wenger, & Ganzfried, 2014). Selon une étude menée par Stern et al. (2015), cette action est utile mais n'est pas optimale. Cette mesure doit être améliorée notamment en encourageant une plus grande participation et en étant complétée par d'autres actions pour l'égalité des genres. Une solution proposée additionnelle est l'utilisation d'un langage démasculinisé. Ce sont des alternatives qui permettraient d'éviter certains biais présents avec le féminin ou le masculin. Par exemple, le bureau de l'égalité de l'université de Lausanne explique dans un guide (2018) qu'il est possible d'écrire une double désignation (par exemple, la maçonne et le maçon), de démasculiniser les textes en les écrivant pour les deux genres, de mettre un point médian (maçon·ne) ou d'utiliser un langage épïcène. Le

langage épïcène consiste en des mots ou des expressions qui sont neutres, ne faisant par référence à des femmes ou des hommes (par exemple, « l'équipe de recherche » remplace « des chercheurs »).

De nombreux autres outils sont proposés afin de diminuer les inégalités dans les choix vocationnels des jeunes. Cependant, selon Fass et Meader (2017) ce n'est pas suffisant pour que cet objectif soit atteint. De même le Fond National Suisse (FNS, 2014) souligne que les mesures proposées par la Suisse ne sont visiblement pas appropriées et que les acteur·trice·s principaux·ales ne sont pas suffisamment impliqué·e·s pour observer un véritable effet. Il est donc nécessaire de poursuivre la recherche afin de développer au mieux une égalité des genres notamment dans le domaine de l'orientation qui est une des sphères principales de cette question.

#### **e. Les choix vocationnels**

Afin d'aider à promouvoir l'égalité des genres dans le monde professionnel, il est indispensable d'appréhender la manière dont les choix vocationnels sont réalisés. Les choix vocationnels peuvent s'effectuer à différents moments de la vie. Par exemple, en Suisse, les jeunes doivent se poser cette question pour leur sortie de l'école obligatoire qui se fait vers 16 ans (Babel, 2016). En effet, les élèves ne poursuivant pas une carrière académique peuvent s'orienter vers un apprentissage qui consiste à pratiquer le métier choisi et à suivre des cours théoriques. Le choix professionnel est donc une préoccupation déjà à l'adolescence (Leybold-Johnson, 2019). En Suisse, Claparède affirme en 1922 que l'orientation est « une obligation morale de notre société envers les citoyens ». Comprendre les théories vocationnelles permet d'identifier les biais qui peuvent affecter les choix des personnes et ainsi mieux les soutenir. En effet, selon les fondements théoriques développés au fil des années, divers facteurs semblent avoir leur importance dans ce choix.

Vers la fin du 15<sup>ème</sup> siècle, le premier livre donnant des descriptions des métiers est apparu (Zytowski, 1972) ce qui suggère une première réflexion sur les différentes professions existantes. Par la suite de nombreuses autres théories vocationnelles, qui se regroupent en plusieurs grandes catégories, ont vu le jour dans la littérature scientifique.

Une des catégories est celle des théories en traits et facteurs. C'est Frank Parsons qui, en 1909, publie la première théorie vocationnelle encore largement connue (mentionné par Super, 1953). Il considère que le choix vocationnel doit émerger d'une réflexion et qu'il faut que le choix soit la convergence entre les intérêts personnels, les compétences personnelles ainsi que les opportunités rencontrées. Claparède (1922) est également d'avis que les caractéristiques personnelles (par exemple l'éducation, ou les habitudes) nécessitent d'être prises en compte pour effectuer un choix d'orientation. En 1959, Holland affirme que le choix vocationnel est l'interaction entre une personne et son environnement. Puis, en 1973, il publie un ouvrage sur le choix vocationnel (Holland, 1985) où il explique que les intérêts professionnels se développent selon une combinaison d'hérédité, d'expériences de vie, d'activités, de dispositions et d'environnements de vie (par exemple, les relations sociales, l'école...).

A la même période, un courant de théories développementales émerge. Selon la théorie développementale de Super (1953), le développement vocationnel s'effectue en cinq étapes : le développement (connaissance de soi, de ses intérêts, ses capacités) suivi de l'exploration (des métiers, des activités, ...), puis de l'établissement (stabilisation), le maintien et finalement le déclin (précédant un changement). En 1981, Gottfredson postule que le choix professionnel est un processus qui se développe en trois phases. La première étape est celle de l'enfant qui crée sa vision des professions et de soi. Lors de cette étape, l'enfant construit une carte cognitive sur laquelle les professions sont placées. Cette carte mentale se stabilise vers l'adolescence. Les deux axes de cette carte sont les dimensions du genre et du prestige



créées sur la base de stéréotypes. Pour Gottfredson (2005), vers 6 – 8 ans, les enfants ont une vision dichotomique avec laquelle ils perçoivent que certains métiers sont exercés uniquement par des femmes (ex : infirmières) et d'autres uniquement par des hommes (ex : pompiers). Pour eux, la compatibilité d'une personne à une profession passe partiellement par son sexe. La construction de soi, quant elle, est l'interaction des traits et des expériences de l'individu. La deuxième étape est celle de la circonscription (Gottfredson, 1981). Durant cette étape, la personne définit ce qui est acceptable pour elle au niveau professionnel. C'est-à-dire qu'elle élimine les métiers qu'elle ne juge pas acceptables pour elle par rapport à différents critères dont le prestige et les normes de genre. Finalement, l'individu atteint la dernière étape que Gottfredson (1981) nomme l'étape du compromis. Une personne qui fait un choix professionnel doit se confronter à des compromis. Dans cette situation, elle prend en compte principalement ses intérêts, le sexe et le prestige.

Puis les théories cognitives font leur apparition. Notamment la théorie la taxonomie de Gati, Krausz et Osipow (1996). Selon leur conception, plusieurs facteurs peuvent empêcher un individu d'effectuer un choix de carrière tel le fait de ne pas être prêt (indécision, pas de motivation, croyances dysfonctionnelles), le manque d'information (sur le processus de choix, sur soi, les métiers et les techniques de recherche d'informations) ou les informations inconsistantes (informations pas fiables, conflits internes et externes à la personne). De plus, Sampson, Lenz, Reardon et Peterson (1999) affirment qu'il faut sentir la présence d'un problème pour comprendre sa nature et l'analyser ce qui permet de sélectionner les meilleures alternatives à réaliser par la suite. Afin de réaliser ce cycle, il faut être prêt à le faire, avoir une connaissance de soi et des métiers.

Grâce à la théorie de l'apprentissage social publiée par Bandura en 1977, les théories sociocognitives ont vu le jour. En effet, pour celui-ci, l'individu se développe en apprenant au fil des réactions qu'il a face à son environnement. C'est une interaction entre la personne, son

environnement et ses comportements. Pour Lent, Brown et Hackett (1994), les intérêts évoluent par rapport aux attentes positives de résultats et de compétences personnelles qui elles-mêmes sont issues d'expériences vécues par des personnes ayant des caractéristiques et un environnement qui leurs sont propres. Cela signifie que des compétences ou des résultats positifs encouragent la poursuite d'un but contrairement aux expériences négatives. De ce fait, il est indispensable de ne pas négliger les obstacles rencontrés et les soutiens disponibles car ils ont également un impact dans le choix vocationnel.

Récemment, le courant constructive a fait son entrée dans les théories du domaine de l'orientation. Notamment, Guichard (2004) propose le modèle de la construction de soi. Pour le chercheur, cela implique qu'une personne va tout au long de sa vie évoluer en suivant ses propres perceptions. Ces perceptions trouvent leur origine dans les cognitions construites par le passé. Tout ce qui est fait est influencé par les différents cadres sociaux dans lesquels se trouvent les individus. Il y a donc un impact du contexte et de la subjectivité de chacun. De plus, en 2005, Savickas développe la théorie de la construction des carrières professionnelles. La carrière se construit suivant l'adaptabilité (projection, planification, curiosité et confiance) d'une personne. Finalement, la dernière théorie à avoir émergé dans la littérature est celle du life design (Nota & Rossier, 2015). Le life design prend notamment en compte l'histoire personnelle et les différentes formes identitaires.

Les modèles théoriques sont multiples et variés. De grande tendances semblent se dessiner. En effet, certains facteurs ressortent régulièrement comme influençant les choix de carrière : la connaissance, l'environnement, les intérêts professionnels, ... Cela explique le nombre conséquent d'outils utilisés en conseil de l'orientation qui ont été développés sur la typologie d'Holland qui théorise ces intérêts. Un de ces outils a notamment été employé dans cette recherche afin de saisir les influences du genre grammaticale sur les intérêts et de comprendre l'impact sur les choix d'un métier par les adolescent·e·s.

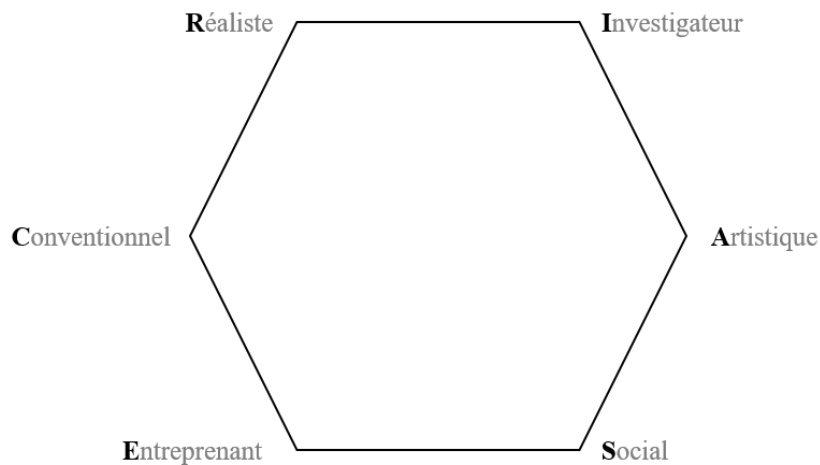
## f. Le modèle d'Holland

La théorie d'Holland (1985) est l'une des plus employée dans le domaine des intérêts professionnels malgré sa stabilité qui est parfois remise en question (ce sujet sera abordé ultérieurement). Dans une étude qui se veut de comprendre les impacts du langage sur les intérêts vocationnels, il est nécessaire de comprendre les fondements sur lesquels se basent les inventaires.

Holland (1985) affirme que les intérêts vocationnels sont une extériorisation de la personnalité et que, de ce fait, des personnes similaires en termes de personnalité ont des intérêts similaires dans le choix de la profession qu'elles ont envie d'exercer. Il considère qu'il est donc possible de regrouper les intérêts en catégories au vu des personnalités. Il divise ainsi les intérêts pour les métiers en 6 types distincts sous la forme d'un hexagone (cf Figure 1). Cette typologie d'Holland se nomme *RIASEC*. Le R tient pour le premier type qui est le type Réaliste. Le type Réaliste est défini par Vrignaud et Cuvillier (2011) « Il correspond à des personnes attirées par des activités techniques ou physiques qui supposent la manipulation d'objets, d'outils, de machines, ou le contact avec la nature (animaux, plantes, etc.). Elles sont plutôt pragmatiques, les « pieds sur terre » et préfèrent l'action à la méditation. Ces personnes recherchent peu les contacts sociaux et s'épanouissent dans des métiers à forte composante manuelle et technique. » (p.7). La lettre I pour Investigateur est décrite par Vrignaud et Cuvillier (2011) « Il correspond à des personnes qui préfèrent la réflexion à l'action. Elles privilégient les activités d'observation et d'analyse, les problèmes à résoudre, et apprécient les environnements stimulants intellectuellement. Le besoin de compréhension est une forte dominante chez ces personnes qui s'épanouissent dans les métiers liés aux sciences sur des activités de recherche et de conception. Elles se caractérisent par une indépendance d'esprit. » (p.7), la lettre A pour Artistique « Il correspond à des personnes attirées par des activités favorisant l'expression de leur imagination et leur

créativité. Elles recherchent volontiers des environnements souples, changeants, qui leur permettent d'évoluer avec indépendance. En revanche, elles se plient difficilement aux règles qui peuvent être perçues comme une entrave à leur créativité. Au niveau professionnel, ces personnes s'épanouissent dans les métiers liés aux arts, métiers de la publicité, de la communication, des relations publiques, des médias. » (p.7), la lettre S pour Social « Il correspond à des personnes altruistes, sociables, accordant une grande place aux sentiments des autres. Ce sont généralement des personnes à l'aise dans les activités relationnelles. En revanche, cette ouverture vers les autres peut les amener à éprouver un moindre intérêt pour les problèmes techniques et les activités liées à la dépense physique. Au niveau professionnel, elles s'épanouissent dans les métiers d'assistance à autrui, du conseil et de l'enseignement. » (p.8), la lettre E pour Entreprenant « Il correspond à des personnes qui aiment imposer leurs idées, influencer autrui et cherchent à occuper une place de leadership. Elles éprouvent un fort besoin de réussite et aspirent à un statut social élevé. Comme le type « Social », le type « Entreprenant » apprécie les activités relationnelles, mais pour convaincre les autres de faire quelque chose (par exemple, la vente). Au niveau professionnel, ces personnes s'épanouissent dans les métiers de la vente, de la politique et du management. » (p.8) et la lettre C pour Conventionnel « Il correspond à des personnes plutôt organisées qui recherchent les milieux stables et structurés dans lesquels elles s'adaptent bien. Leurs préférences vont à la manipulation explicite, ordonnée et systématique de données et elles se signalent dans une organisation par une application stricte et rigoureuse des règlements et des procédures. Au niveau professionnel, elles s'épanouissent dans les métiers de la bureautique, de la comptabilité et de la gestion, de la sécurité publique, judiciaires et juridiques. » (p.8)

Figure 1. Hexagone de la typologie d'Holland



Dans l'hexagone de la typologie d'Holland (1985), les types vocationnels qui se ressemblent le plus se situent sur les sommets adjacents. Holland qualifie de « consistance » les intérêts pour des types qui se ressemblent entre eux. Ainsi, il est attendu qu'une personne qui a de forts intérêts pour le type artistique présente aussi des intérêts élevés pour les types « Social » et « Investigateur », mais peu d'intérêts pour le type « Conventionnel ». Il postule également qu'un individu ayant un peu d'intérêt partout ou pas d'intérêt marqués pour certains domaines particuliers, montre un profil d'intérêts peu différencié, plat. Il évalue cela sous l'indicateur de la « différenciation ». Il observe deux caractéristiques supplémentaires révélées dans les profils d'intérêts : l'« identité » qui montre à quel point une personne a une connaissance correcte d'elle-même (Holland, 1985) et la « congruence », c'est-à-dire la correspondance entre le choix vocationnel d'une personne et ses intérêts, le *fit*.

#### **g. Importance du *fit***

Plusieurs études ont exposé qu'avoir conscience de ses intérêts est significatif pour le moment du choix vocationnel car il permet un bon *fit*. La littérature scientifique fait

notamment référence à des effets positifs qui découlent de cette congruence entre le métier exercé et les intérêts professionnels personnels.

Par exemple, une étude de Meir et Melamed en 1986 a été effectuée avec des maîtresses d'école. Les résultats obtenus montrent une corrélation entre les intérêts professionnels et le bien-être. Cela signifie que les maîtresses dont l'exercice de leur métier correspond plus à leurs intérêts vocationnels ont un sentiment de bien-être général supérieur à celles qui ont un intérêt professionnel plus bas. De plus, selon la méta-analyse de Earl (2015), la congruence entre les intérêts vocationnels et le métier exercé est corrélée significativement avec la satisfaction au travail. Des résultats similaires ont été trouvés par Swaney et Prediger (1985). Cependant, les données de l'étude de Fricko et Beehr (1992) révèlent une absence de lien significatif entre les résultats à un inventaire d'intérêts professionnels et la satisfaction au travail. Néanmoins, une méta-analyse réalisée en 2011 par Van Iddekinge, Roth, Putka et Lanivich met en lumière que la congruence des intérêts professionnels d'une personne permet également de prédire la performance. Nye, Su, Rounds et Drasgow (2012) ont aussi observé que la congruence des intérêts corrèle avec des critères de performance au travail. Un bon *fit* entre les intérêts professionnels et le choix vocationnel prédisent une meilleure performance, une satisfaction et un bien être plus élevés. C'est pourquoi il paraît nécessaire que les outils d'aide aux choix professionnels soient rigoureux dans leur construction afin que des biais ne viennent pas modifier les résultats. Ainsi, cette étude se concentre particulièrement sur la fiabilité des inventaires d'intérêts professionnels et les biais qui engendrent des choix plus genrés.

#### **h. Les inventaires d'intérêts professionnels**

Les études suggérant que les intérêts vocationnels sont primordiaux lors de la réalisation d'un choix, de nombreux inventaires d'intérêts ont vu le jour. Par exemple,

Holland, Powell et Fritzsche (1994, mentionné par Fabio & Maree, 2013) ont développé *The Self-Directed Search Questionnaire* (SDS). Ce questionnaire montre les intérêts professionnels en se basant sur les 6 types d'intérêts de Holland. Le profil d'intérêt est évalué avec différentes questions portant sur les compétences et les activités. Un exemple supplémentaire, est celui du *Career Interest Profile* (CIP; Maree, 2006 ; mentionné par Fabio & Maree, 2013) qui prend en compte à la fois les informations biographiques, les intérêts professionnels, les choix de carrière et les narrations de carrières. Ces informations permettent de créer un profil d'intérêts qui est un outil de soutien d'une personne dans un choix professionnel. Ce questionnaire sépare quant à lui les intérêts en 19 catégories distinctes. Un dernier exemple présent ici, est celui de l'*Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3* (IRMR3; Vrignaud & Cuvillier, 2011) qui se base également sur les 6 types de Holland. Dans ce questionnaire, il est demandé de classer des listes de professions qui sont présentées. Les résultats permettent de créer un profil d'intérêts professionnels personnel.

Il est ainsi possible d'observer que de nombreux outils ayant pour objectifs de cerner les intérêts vocationnels se basent sur la théorie d'Holland (1985). En effet, cette théorie est l'une des principales du domaine et c'est pourquoi il est intéressant de l'étudier.

### **i. Stabilité et invariance du modèle de Holland**

Dans cette recherche nous évaluons les biais qui peuvent être engendrés par les inventaires d'intérêts, c'est pourquoi leur stabilité et leur invariance doit être observé. De nombreuses études se sont également penchées sur la question afin de tester leur application dans la pratique de terrain.

Premièrement, les recherches prouvent que les intérêts personnels basés sur le modèle d'Holland varient peu à travers le temps. Par exemple, Low, Yoon, Roberts, et Rounds

(2005) démontrent grâce à leur expérience longitudinale que les intérêts professionnels restent stables au fil des années (11 ans à 39 ans). Cela est particulièrement vrai depuis l'âge de 18 ans. La stabilité des intérêts dans le temps est également soutenue par les données de Schultz, Connolly, Garrison, Leveille et Jackson (2017) qui ont été récoltées sur une période de 20 ans, l'âge des participant·e·s s'étendant de 19 à 69 ans.

Ryan, Tracey et Rounds (1996) montrent grâce à leur étude que le modèle d'Holland est résistant aux différences ethniques des participant·e·s. En effet, ils n'observent pas de différences de résultats significatives entre les lycéen·ne·s afro-américain·ne·s et les lycéen·ne·s américain·ne·s caucasien·ne·s. Des résultats similaires sont obtenus par Fouad et Mohler (2004). Elles ont étudié les différences entre les américain·ne·s caucasien·ne·s et les américain·e·s des ethnies minoritaires (originaires d'Asie, d'Afrique, des pays hispaniques et les amérindien·ne·s). Seules des différences minimales entre les ethnies sont relevées. Cependant, ces résultats diffèrent de ceux trouvés par Rounds et Tracey (1996). En effet, il est démontré par cette étude que le modèle d'Holland ne convient aux différentes ethnies anglophones. Par exemple, les résultats ne sont pas correctement ajustés pour les personnes d'origine amérindienne, afro-américaine, hispanique, canadienne et australienne. Les autrices expliquent notamment ces différences entre les ethnies par le fait que chaque culture valorise différemment les facettes de l'individualisme versus le collectivisme et la masculinité versus la féminité. Ce qui, selon ces chercheuses, sont des aspects importants de la division des types d'intérêts du modèle d'Holland (Rounds & Tracey, 1996). L'expérience menée par Ryan, Tracey et Rounds (1996) permet également de mettre en lumière que la typologie d'Holland n'est également pas applicable aux différents groupes socio-économiques. Le groupe de recherche ont évalué les groupes socio-économiques selon le travail exercé par les parents des adolescent·e·s. De plus, selon la recherche de Trusty, Ng et Plata (2000), le genre a des influences qui varient selon le groupe socio-économique ainsi que



l'ethnie des adolescent·e·s. Pour Murray et Hall (2001), ces différences sont toujours présentes mais s'atténuent du côté des femmes.

Etant donné le sujet de notre étude est l'influence du langage genré sur les résultats d'un·e adolescent·e à un inventaire d'intérêts professionnels, il est pertinent de se pencher plus en détail sur la connexion entre le modèle de Holland (1985) et le genre.

Les résultats de l'étude de Anderson, Tracey et Rounds (1997) montrent que le modèle de Holland est adapté aux femmes et aux hommes même si, dans certains types, les résultats sont significativement différents entre les genres. Ces différences seraient les résultats d'intérêts originellement distincts entre les hommes et les femmes et ne nécessiteraient donc pas de modification du modèle. Selon certaines recherches, les divergences des femmes et des hommes dans le modèle de Hollande (1985) sont plus visibles à l'adolescence qu'à l'âge adulte (Betz, Harmon, & Borgen, 1996 ; Ion, Nye, & Iliescu, 2019). De plus, en 2019, Mintram, Morgan et de Bruin ont observé que, en Afrique du Sud, le modèle est plus adapté aux femmes.

Proyer et Häusler (2007) révèlent aussi grâce aux résultats de leur expérience que les femmes scorent de manière plus élevée que les hommes pour le type « Artistique » et le « Social », alors que les hommes scorent plus hauts pour le type « Réaliste ». Quant à Su, Rounds et Armstrong (2009), leur méta-analyse établit que les femmes s'intéressent plus aux métiers compris dans le type « Artistique », « Social » et « Conventionnel » et les hommes à ceux dans le type « Réaliste » et « Investigateur », ainsi qu'aux mathématiques, à l'ingénierie et aux sciences. Dans l'étude menée par Mintram, Morgan et de Bruin (2019), les femmes ont montré des intérêts plus importants pour « Social » que les hommes mais moins pour « Investigateur », « Réaliste » et « Conventionnel » que ceux-ci. Ces différences ont également pu être constatés dans différents inventaires d'intérêts professionnels. Notamment lors de la recherche de Osborn (2002) sur le *Self-Directed Search Career* (Reardon, 1994).

Elle note que les femmes obtiennent un score plus élevé que les hommes dans le type « Social » et les hommes plus élevé que les femmes dans le type « Réaliste ». Pour la chercheuse, cela illustre un biais de genre chez les élèves des écoles américaines qui endossent plus les rôles liés aux stéréotypes de leur genre (par exemple, les hommes sont manuels et les femmes viennent en aide à autrui).

Selon Lippa (1998), ces différences entre les genres sont dues au fait que certains types sont plus axés sur les métiers impliquant les contacts avec d'autres personnes (par exemple, psychologue) et d'autres métiers plus avec les objets (par exemple, peintre). En effet, dans cette étude, les femmes montrent plus d'intérêt pour les types orientés vers les personnes, comme le type « Social », alors que les hommes plus par le travail des objets, par exemple dans le type « Réaliste ». Quant à Ludwikowski (2010), elle note également que les femmes sont plus confiantes et expriment plus d'intérêts pour les métiers liés aux personnes et les hommes pour les métiers liés aux choses. De plus, elle repère que le genre explique 33.6% de la variance des intérêts et de la confiance au *Alternate Forms Public Domain (AFPD)* (Armstrong, Allison, & Rounds, 2008). Cependant, elle observe également que les différences dues au genre peuvent être médiées par les expériences personnelles. Des différences similaires sont observées par Turner et al. (2008). L'équipe de recherche explique ces différences par l'effet de circonscription (Gottferdson, 1981). Le fait que les adolescent·e·s éliminent les métiers qui ne correspondent pas suffisamment aux attentes de leur genre influence les intérêts vocationnels exprimés. La recherche menée par Ion, Nye et Iliescu (2019) suggère également que les valeurs sociétales ont un impact sur l'expression des intérêts professionnels.

Dans une autre étude, Einarsdóttir et Rounds observent en 2009 que les deux-tiers des items de *Strong Interest Inventory* (Harmon, Hansen, Borgen, & Hammer, 1994) basés sur le modèle de Holland (1997) comportent un biais de genre. Ils constatent que des personnes

issues des deux genres avec des intérêts identiques pour un type ne répondent pas de manière similaire aux items si ceux-ci incluent des biais de genre. Cet effet biaise les résultats des individus à leur profil *RIASEC*. Cela impacte notamment les types artistique et social plus investis par les femmes et le type réaliste plus investi par les hommes. Un inventaire supplémentaire examiné est le *Revised General Interest Structure Test* (Bergmann & Eder, 2005) par Pässler, Beinicke et Hell en 2014. Cette recherche démontre également que les femmes et les hommes interprètent différemment les items énoncés, en particulier ceux du type réaliste ce qui biaise leurs résultats. Cependant, le groupe de recherche affirme que supprimer les items stéréotypés femmes ou hommes change que légèrement les qualités psychométriques du modèle d'Holland (1985). Pour ce même inventaire d'intérêts, Volodina et Nagy (2016) observent que le genre est lié à 50% de la variance.

Betz, Harmon et Borgen (1996) expliquent, quant à eux, ces différences par la confiance que les personnes ont sur leurs capacités dans les types d'intérêts. Par exemple, les hommes montrent une confiance personnelle plus élevée pour ce qui touche à l'investigateur que les femmes. Glick, Wilk et Pearreault signalent notamment en 1995 que les métiers perçus comme nécessitant des compétences typiquement liées aux femmes sont souvent classés dans la catégorie des métiers sociaux.

Un dernier exemple est celui de Vrignaud et Cuvillier (2011) qui se sont questionnés au sujet des différences de genre lors de la révision de l'*Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (IRMR3)*. En effet, les auteurs ont choisi d'écrire les noms des métiers dans la version la plus couramment employée. Cela signifie que tous les métiers sont inscrits au masculin à l'exception de « assistant(e) de direction » et « assistant(e) médicale ». Quand du féminin apparaît au milieu de termes masculins, alors le masculin est moins perçu avec une valeur générique mais plus avec une valeur masculine, donc spécifique. En effet Gyga et Gabriel (2008), ont effectué une étude à ce sujet. Les participant·e·s ont pour instruction de

dire si oui ou non une personne (par exemple : un père, une tante, un cousin...) peut faire partie d'un métier présenté au pluriel. Lors de la première partie de l'expérience, les métiers sont uniquement présentés au masculin pluriel. Lors de la seconde partie, les métiers sont parfois présentés au féminin pluriel et parfois au masculin pluriel. Les résultats montrent que, dans la seconde partie, la présence du féminin augmente la compréhension du masculin pluriel avec une valence masculine plutôt que générique. Cela signifie, que le mixte des genres grammaticaux diminue la compréhension du masculin dans sa forme neutre. Donc le fait de mettre que deux items en version mixte renforce l'idée qu'ils sont destinés aux femmes et les autres aux hommes. Le manuel de l'*IRMR3* (Vrignaud & Cuvillier, 2011) propose une table de comparaison des scores des femmes et des hommes de leur échantillon. Vrignaud et Cuvillier (2011) montrent ainsi que les lycéens de leurs échantillons ont significativement plus d'intérêts pour le type « Réaliste », « Investigateur » que les lycéennes mais qu'ils paraissent moins intéressés par le type « Artistique », « Social » et « Conventionnel » que les lycéennes. Les deux chercheurs ont également été observés des différences dans les dimensions qui composent les types du *RIASEC* dans le *IRMR3*. Par exemple, les deux chercheurs observent que les dimensions « Musicaux », « Littéraires » et « Esthétiques » qui forment le type « Artistique » sont toutes également plus investies par les femmes.

En regard des résultats concernant l'impact du genre sur la structure des intérêts et sur les intérêts exprimés, il est légitime et important d'étudier dans quelle mesure les stéréotypes de genre peuvent avoir un impact sur l'évaluation des intérêts et sur les résultats que l'on peut obtenir à l'aide des inventaires d'intérêts vocationnel. Mieux connaître cet aspect peut potentiellement permettre d'être moins tributaires des stéréotypes sociaux et de mieux rendre compte des aspirations des individus. Dans ce contexte, il est important de vérifier si le

langage employé dans ces inventaires peut avoir une incidence, car on sait par ailleurs que, le langage a une influence sur nos perceptions et la perpétuation des stéréotypes de genre.

#### **j. La perception grammaticale du masculin dans la langue française**

Pour étudier comment la langue peut biaiser un inventaire d'intérêt, il faut premièrement comprendre la manière dont elle est perçue. Wittgenstein a effectivement dit que « les frontières de ma langue sont les frontières de mon monde » (1977, p. 89). En effet, une étude de Winawer, Witthoft, Frank, Wu, Wade et Boroditsky (2007) montre que la langue peut définir des aspects de notre monde. Leur étude révèle que les personnes parlant le Russe distinguent plus rapidement les nuances de bleu que les anglophones. Ces résultats s'expliquent par le fait que le lexique russe comprend un plus grand lexique pour décrire les différents bleus. Cet exemple permet d'expliquer que le langage a un effet sur la perception du monde.

L'effet du langage sur les populations a été étudié sous différents aspects. Notamment, de nombreuses expériences s'intéressent au masculin générique. Le masculin interprété comme un générique c'est le fait que l'utilisation du masculin peut être neutre et donc faire référence autant à des femmes qu'à des hommes. Par exemple « un élève ne doit pas tricher » est une phrase employant un masculin générique car ici « un élève » peut indiquer que le mot fait référence à autant une femme qu'à un homme. Cela s'applique également aux phrases au pluriel, par exemple « les pompiers sauvent des vies » peut faire référence à un groupe entièrement composé d'hommes ou un groupe mixte ou faire référence aux pompiers en général prenant en compte les femmes comme les hommes. Un groupe mixte est toujours mentionné au masculin quel que soit les proportions de femmes et d'hommes dans le groupe. Cette règle est apprise, environ, dès l'âge de 7 ans en Suisse Romande (Gygax, Gabriel, Sarrasin, Oakhill, & Garnham, 2009).

Malgré le fait que le masculin sous sa forme générique est censé être neutre, l'expérience de Sato, Gygax et Gabriel (2016) a mis en lumière qu'il n'est pas perçu ainsi. Dans leur étude, les participant·e·s voient apparaître un nom de métier présenté au masculin, puis deux visages (deux hommes ou une femme avec un homme). Après cela, il faut répondre si oui ou non les deux visages peuvent représenter le métier vu précédemment. Les réponses données quand les deux visages sont mâles sont plus rapides que lorsque c'est une paire mixte. Cela illustre que le masculin pluriel est plus facilement interprété comme masculin que neutre. Des résultats similaires sont obtenus par Gygax, Gabriel, Sarrasin, Oakhill et Garnham (2008). En effet, les individus participant à l'étude voient en premier apparaître sur un écran une phrase comportant un nom de métier au masculin pluriel suivi d'une phrase donnant une indication de genre. Après cela, il est demandé de dire si oui ou non la seconde phrase peut être la continuation de la première phrase. Comme dans l'expérience de Sato et al. (2016), les participant·e·s prennent plus de temps pour donner une réponse dans le cas où la seconde phrase indique que des femmes font partie du groupe que si ce sont des hommes qui sont mentionnés.

Cette règle de grammaire étant apprise très jeune, il serait possible que les adultes prenant part à ces expériences ne s'en souviennent pas. Néanmoins, l'expérience Gygax, Gabriel, Lévy, Pool, Grivel et Pedrazzini (2012) a écarté cette hypothèse. Dans leur étude, les participant·e·s ont pour instruction de dire si oui ou non une personne (par exemple : un père, une tante, un cousin...) peut faire partie d'une profession présentée au masculin pluriel. Similairement aux études précédemment explicitées, le temps de réponse mesuré est plus long pour répondre à une femme dans un groupe masculin générique que si c'est un homme. Ensuite, la règle grammaticale de l'emploi du masculin dans sa forme générique est remémorée aux participant·e·s avant l'exécution d'un exercice identique. Lors de cette seconde partie, les différences de temps mesurées entre les conditions avec personnage

femmes ou hommes diminuent mais restent significativement différentes. Cela permet de rejeter l'hypothèse que c'est une méconnaissance de la règle de grammaire qui permet d'expliquer totalement ces résultats mais bien une difficulté pour les individus à considérer un masculin avec une valeur neutre.

Cette perception de masculin générique comme masculin peut être renforcée par la présence du féminin. Cet effet est dévoilé par l'étude de Gygax et Gabriel en 2008. Tout comme dans l'expérience conduite par Gygax et al. (2008), les participant·e·s ont pour instruction de dire si oui ou non une personne (par exemple : un père, une tante, un cousin...) peut faire partie d'un métier présenté au pluriel. Lors de la première partie de l'expérience, les métiers sont uniquement présentés au masculin pluriel. Lors de la seconde partie, les métiers sont parfois présentés au masculin pluriel et parfois au féminin pluriel. Les résultats montrent que, dans la seconde partie, la présence du féminin augmente la compréhension du masculin pluriel avec une valence masculine plutôt que générique. Cela signifie, que le mixte des genres grammaticaux diminue la compréhension du masculin dans sa forme neutre.

#### **k. L'influence du langage sur la perception des métiers**

De nombreuses études ont démontré que le langage n'est pas perçu neutre même quand cela est souhaité. Cependant, est-ce que cela a réellement une implication quant à la représentation des métiers par la population ? Selon l'*Académie Française*, qui est en charge des règles du langage français, rédiger des textes en y inscrivant les titres des professions à la fois au masculin et au féminin est inutile (Gygax et al., 2009). En effet, elle publie en 2002 « L'idéologie est cause aussi d'une invention langagière désastreuse, la féminisation des titres et fonctions. Depuis peu, nous avons assisté à la prolifération des *procureure, professeure, défenseure, recteure, auteure* qui détrône apparemment *écrivaine, officière* de la Légion d'honneur pour ne citer qu'elles. On a justifié

cette déformation délibérée des mots par la volonté de faire du vocabulaire ainsi martyrisé l'instrument du changement des mentalités. La parité hommes-femmes s'imposerait aux esprits, donc deviendrait réalité parce que les titres et les fonctions auraient été féminisés. Quelle méconnaissance du rapport entre langue et mentalité. Toute langue a une vie propre, elle évolue spontanément et reflète sans aucun doute, à son rythme, les changements des mentalités.»

Malgré l'affirmation énoncée par l'*Académie Française*, la littérature scientifique prouve que, au contraire, la langue a une influence sur la perception des métiers. Ces recherches mettent en lumière la nécessité de prendre en considération cette variable lors de développement d'inventaires et de questionnaires psychologique. Par exemple, l'étude de Sato, Gyax et Gabriel (2016) citée précédemment a mis en avant cet effet de la langue. Des noms de métiers suivis de pairs de visages (deux hommes ou une femme avec un homme) sont présentés aux participant·e·s qui doivent ensuite répondre si oui ou non si les deux visages devant eux peuvent représenter le métier exposé antérieurement. Les métiers présentés sont parfois stéréotypés masculins et parfois féminins. Que le métier soit stéréotypé masculin ou qu'il soit stéréotypé féminin, le temps de réponse pour le groupe mixte est plus grand que lorsque c'est pour le groupe d'hommes. Ces données permettent de contredire l'affirmation de l'*Académie française*. En effet, le masculin pluriel est plus perçu représentant un groupe d'homme qu'un groupe mixte quel que soit le stéréotype du métier. Le langage a donc un impact même plus fort que les stéréotypes des métiers. Des résultats similaires sont observés dans l'étude de Gyax et al. (2008). Les participant·e·s voient une première phrase comportant un nom de métier au masculin sur leur écran. Ensuite, une seconde phrase comportant une indication de genre (par exemple « Les femmes sortent leur parapluie ») apparaît. Les individus ont pour tâche de dire si celle-ci est l'enchaînement de la première phrase. A nouveau, il faut en moyenne plus de temps pour répondre que c'est le cas



si ce sont des femmes plutôt que des hommes, quelque que soit le stéréotype du métier. Cela illustre à nouveau le fait que le langage a un impact plus important sur les compréhensions individuelles des phrases que le stéréotype des métiers. De surcroît, Vervecken, Gyax, Gabriel, Guillod et Hannover (2015) ont constaté que la présentation d'un métier dans un des deux genres plutôt que l'autre a pour conséquence d'influencer la perception que les individus ont de ces métiers. En effet, les adolescent·e·s suisses de leur échantillon reçoivent pour information soit un titre de métier donné au masculin soit un titre de métier donné au féminin et au masculin. Dans les deux cas, ceux-ci sont suivis d'une description similaire de la profession, puis une série de questions est posée. Les résultats dévoilent que, lorsque les métiers sont présentés dans les deux genres plutôt qu'un seul, cela a pour effet de diminuer les différences de perception de succès. En effet, les hommes sont moins perçus avec un plus haut taux de réussite que les femmes dans les métiers stéréotypés masculins et inversement. De plus, quand les métiers sont nommés au féminin et au masculin, les adolescent·e·s jugent que les personnes exécutant les professions masculines ont plus d'attribution de « chaleur » que lorsque les métiers sont uniquement proposés au masculin. Pour les métiers typés féminin, c'est le contraire qui est observé. Ces résultats indiquent que le langage a un impact non négligeable sur la perception des métiers.

D'autres impacts du langage sont révélés par les recherches scientifiques. Notamment, Chatard-Pannetier, Guimont et Martinot (2005) constatent que les élèves français de 13 et 14 se sentent plus confiant·e·s pour exercer des métiers dont le stéréotype correspond à leur genre. Néanmoins, ces résultats se nuancent lorsque le féminin est également employé. L'équipe de recherche a ainsi pu démontrer que, quel que soit le genre de l'élève, le sentiment de confiance pour exercer une profession contraire à leur genre augmente lorsque le métier est présenté au féminin et masculin. En outre, les filles ont également leur sentiment de confiance en elles qui augmente pour les professions féminines avec un plus grand

prestige social. Les conclusions de cette étude mettent en évidence l'effet de l'utilisation des formulations sur les individus. En 2015, Vervecken et Hannover obtiennent des résultats similaires : les élèves ont le sentiment d'être plus qualifié·e·s pour un métier typiquement masculin si celui-ci est nommé au féminin et au masculin plutôt qu'uniquement au masculin. Dans l'étude de Vervecken, Hannover et Wolter (2013), les filles perçoivent les femmes avec plus de succès dans une profession si celle-ci est présentée au féminin et au masculin que quand elle est présentée uniquement au masculin.

Cet effet du langage sur les perceptions individuelles a un impact sur des actes du quotidien. Par exemple, une implication concrète de cet effet du langage est celle des annonces d'emploi. En 2011, Gaucher, Friesen et Kay soutiennent grâce à leur étude que les postes professionnels semblent moins intéressants aux femmes s'ils sont présentés avec beaucoup de formulations masculines plutôt que si l'usage du féminin et du masculin est équilibré. De plus, durant un entretien d'embauche, les femmes s'identifient moins à l'emploi proposé si on communique avec elle majoritairement en usant du masculin plutôt qu'avec un usage équilibré entre du féminin et du masculin ou l'utilisation du neutre (Stout & Dasgupta, 2011). Une recherche menée par Horvath et Sczesny (2016) montre que cet effet est également perceptible chez les recruteur·se·s. Ces personnes évaluent les femmes mieux adaptées à un poste avec une haute position si le métier pour lequel elles postulent est écrit au féminin et au masculin que si le métier est présenté au masculin uniquement. Cependant, des études contredisent ces résultats (Formanowicz, Bedynska, Cislak, Braun, & Sczesny, 2013). Dans cette recherche, les participant·e·s ont pour tâche d'estimer sur la base d'un CV si les femmes sont compétentes pour un métier donné. En moyenne, les femmes sont jugées plus compétentes si le métier est nommé au masculin plutôt qu'au féminin. Cela s'expliquerait le fait que les intitulés féminins ne sont pas encore employés couramment. De ce fait, des

connotations négatives seraient encore présentes dans la vision populaire à la présentation de ces termes féminins.

Une conséquence réelle supplémentaire est celle des intérêts professionnels chez les enfants. Cet impact a été montré par l'étude de Vervecken, Hannover et Wolter en 2013. Lors de leur expérience, des enfants d'école primaire lisent ou écoutent des métiers ainsi qu'une brève description de ceux-ci. Les titres des métiers sont soit au masculin, soit en pair (au féminin et au masculin). A partir de ces informations, les enfants répondent à une série de questions. Les résultats obtenus illustrent l'influence du langage sur les intérêts. Les filles montrent plus d'intérêts pour les professions typées masculines lorsque celles-ci sont nommées en pair que lorsqu'elles sont au masculin.

Pour résumer, les différentes présentations grammaticales des intitulés des métiers peuvent avoir une influence sur la perception des stéréotypes de genre des professions. De plus, cela suggère que les différentes présentations grammaticales des intitulés ont un impact sur les intérêts professionnels personnels exprimés pour une profession.

### **3. Question de recherche et hypothèses**

La question de recherche de cette étude est de savoir si l'utilisation d'un langage genré peut avoir une influence sur les résultats d'un·e adolescent·e à un inventaire d'intérêts professionnels. Sur la base de la littérature scientifique, deux hypothèses vont être étudiées. La première hypothèse est que les scores aux différents types et dimensions du *RIASEC* varient en fonction du genre. La deuxième hypothèse est que les adolescent·e·s ont en moyenne des scores de choix de métier plus éloignés de leur stéréotype lorsque les métiers sont présentés au féminin.

Afin de tester ces hypothèses, un inventaire d'intérêts professionnel auto-reporté a été employé. L'inventaire sélectionné est l'*Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-*

*Miller 3 (IRMR3; Vrignaud & Cuvillier, 2011)*. Cet inventaire permet d'obtenir des profil inter-individuels et intra-individuels sur les différents types du *RIASEC*. De plus, chaque type du *RIASEC* est séparé en sous domaines qui ont chacun leur propre score. Par exemple, pour le domaine « Réaliste » on retrouve les dimensions du « Plein Air », « Pratiques » et « Techniques ». Les participant·e·s qui répondent à ce questionnaire sont des élèves en 10<sup>ème</sup> et 11<sup>ème</sup> année de scolarité obligatoire en Suisse Romande.

L'hypothèse générale de cette étude est que les formulations genrées des noms de métiers présentés dans un inventaire d'intérêts à des adolescent·e·s ont une influence sur les résultats obtenus. Afin de tester la première hypothèse, il est observé si les adolescentes obtiendront des scores significativement plus élevés pour les types et les dimensions du *IRMR3* qui sont plus stéréotypés féminins (Vrignaud & Cuvillier, 2011) que les adolescents et si les adolescentes obtiendront des scores significativement plus bas pour les types et les dimensions du *IRMR3* qui sont plus stéréotypés masculins (Vrignaud & Cuvillier, 2011) que les adolescents. Pour la deuxième hypothèse, il est testé si les adolescentes choisiront en moyenne des types et des dimensions significativement moins stéréotypés féminins lorsqu'elles répondent à la version au féminin de l'inventaire que lorsqu'elles répondent à la version masculine alors que les adolescents choisiront en moyenne des types et des dimensions moins stéréotypés masculins lorsqu'ils répondent à la version au féminin de l'inventaire que lorsqu'ils répondent à la version masculine.

## **4. Méthodologie**

### **a. Participants**

L'étude a été réalisée par 248 participant·e·s de manière volontaire. Cependant, Nous avons dû exclure les personnes qui n'avaient fait qu'une mesure ( $n = 48$ ) et les personnes n'ayant pas répondu à question concernant leur genre ( $n = 2$ ). De ce fait, les analyses ont pu

être exécutées sur 198 personnes (97 femmes) en fin de scolarité obligatoire en Suisse Romande. Les données des 48 participant·e·s n'ayant pas pris part aux deux parties de l'études n'ont pas été retenues dans ces statistiques. Les participant·e·s âgé·e·s de 13 à 16 ans ( $M = 14.13$ ,  $ET = .79$ ) ont été sélectionné·e·s en fin de scolarité obligatoire. Les élèves effectuant leur 10<sup>ème</sup> année de scolarité obligatoire ont une moyenne d'âge de 13.71 ( $ET = .60$ ) et ceux en 11<sup>ème</sup> année ont une moyenne d'âge de 14.75 ( $ET = .60$ ). Dans le canton de Berne, les élèves du secondaire I (de la 9<sup>ème</sup> à la 11<sup>ème</sup> année de scolarité obligatoire suisse) sont réparti·e·s dans des sections en fonction de leur niveau scolaire (CDIP, 2019). Il y a 36 élèves en section général (exigences élémentaires), 75 en section moderne (exigences moyennes) et 90 en section préparant aux écoles de maturité (exigences élevées). La majorité des participant·e·s sont de nationalité suisse (134) ou ont la double nationalité suisse (34).

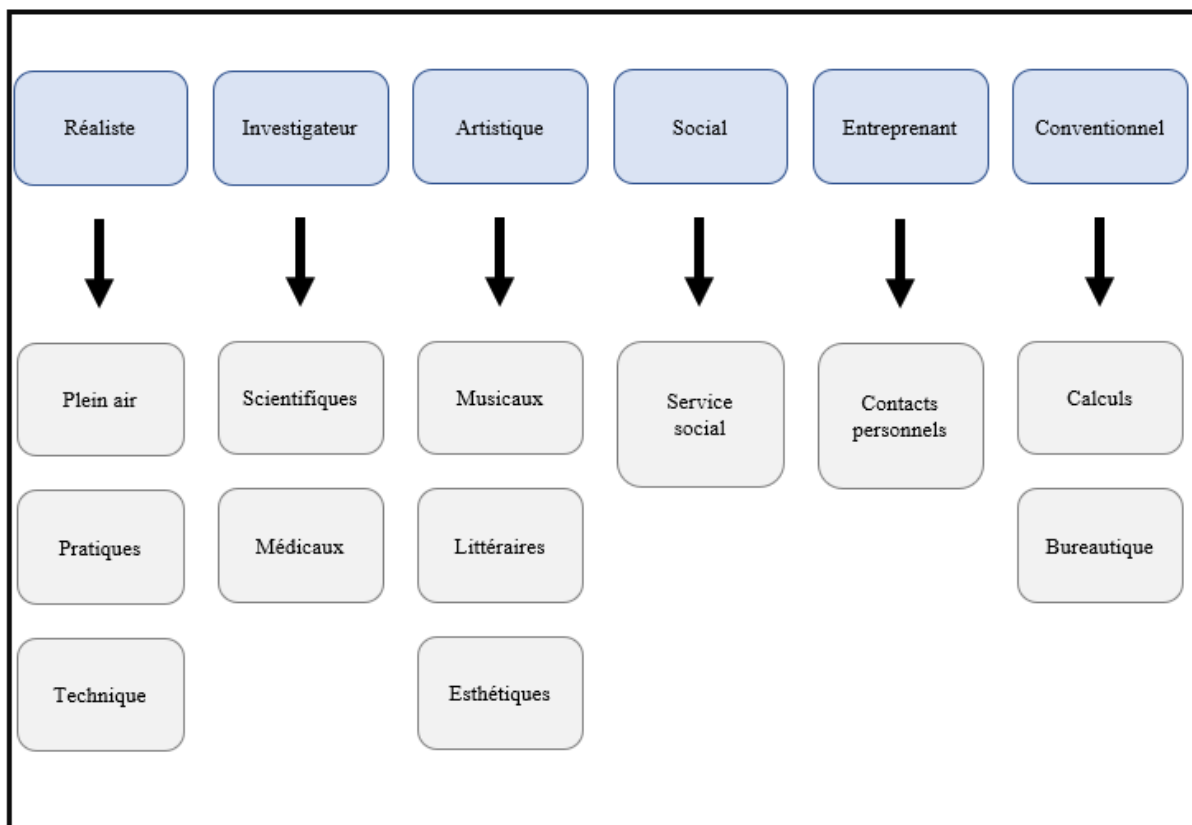
## **b. Matériel**

Le but est d'observer les modifications de réponse des adolescent·e·s à un inventaire d'intérêts suivant leur genre et suivant si les items de celui-ci sont présentés au féminin ou au masculin. Pour cela, il est important de s'appuyer sur un inventaire dont la validité et la fidélité ont été contrôlées. De plus, afin de voir si les résultats de cette étude ont une implication pour la pratique, il est intéressant de travailler avec un inventaire utilisé régulièrement par les praticien·ne·s du terrain. Une dernière condition importante est que l'inventaire propose des intitulés de métiers et non pas des énoncés ou des phrases afin d'éviter que des biais de langage épïcène interfèrent avec cette étude. Ce fut pour ces raisons que l'*Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (IRMR3; Vrignaud & Cuvillier, 2011)* a été sélectionné. C'est un inventaire d'intérêts professionnels qui est auto-reporté et majoritairement employé dans son format numérique. Selon Vrignaud et Cuvillier

(2011), la consistance de l'*IRMR3* est bonne,  $\alpha$  de Cronbach standardisé de chacune des 12 dimensions est égal ou supérieur à .80.

Aux vues des infrastructures des écoles, c'est la version papier de l'*IRMR3* qui a été choisie. Sur la feuille de passation, 108 métiers sont répartis en 12 listes de 9 métiers. L'inventaire divise de manière égale ces 108 métiers en 12 dimensions qui sont réparties elles-mêmes dans les 6 types d'intérêts professionnels de la typologie d'Holland (1985). Ainsi, les dimensions du « Plein Air », « Pratiques » et « Techniques » sont regroupées dans le type « Réaliste » ; « Scientifiques » et « Médicaux » dans « Investigateur » ; « Musicaux », « Littéraires » et « Esthétiques » dans « Artistique » ; « Service social » compose le type « Social » tout comme « Contacts personnels » compose le type « Entreprenant » et les dimensions « Calculs » et « Bureautique » sont rassemblées dans le type « Conventionnel » (cf Figure 2). Chacune des dimensions et chacun des types a un score s'étalant de 0 à 18.

Figure 2. Répartition des dimensions du *IRMR3* dans les types de Holland



Le but de cette étude étant d'observer les différences de réponses à un inventaire d'intérêts suivant la présentation des métiers au masculin ou au féminin, l'*IRMR3* de Vrignaud et Cuvillier (2011) a été adapté en deux versions. Dans sa version originale, l'*Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (IRMR3; Vrignaud & Cuvillier, 2011)* montre tous les métiers présentés sans déterminant et au masculin (par exemple « Plombier ») ou épiciènes (par exemple « Guitariste ») à l'exception de 2 professions qui sont « Assistant(e) de direction » et « Assistant(e) social(e) ». Dans cette étude, une version a été faite avec tous les métiers présentés au masculin et une autre version avec tous les métiers présentés au féminin. De plus, certains métiers ayant un intitulé épiciène, un déterminant a été ajouté devant tous les noms afin d'activer un genre grammatical. En effet, cela a pour but d'éviter un mixte de langage genré avec un langage épiciène. De ce fait, « biologiste » est devenue « une biologiste » et « un biologiste ».

Pour pouvoir calculer les métiers selon la typicité de genre de ceux-ci pour les analyses, les normes calculées par Miserky et al. (2014) ont été adoptées. Dans leur étude, le groupe de recherche a demandé à des populations de six pays différents d'estimer le ratio hommes-femmes dans la profession énoncée. Les métiers sont basés sur une liste de 422 noms anglais qui ont été traduits dans les différentes langues. Grâce à ces données, des normes ont pu être définies pour les professions de la liste. L'échelle élaborée s'étend de 0 (correspondant à un métier exercé uniquement par des hommes) à 1 (métier exercé uniquement par des femmes). La version francophone de cette évaluation a été faite en Suisse-Romande (partie francophone de la Suisse) et les résultats moyens trouvés sont de  $M = .42$  ( $ET = .04$ ). (Miserky et al., 2014). Néanmoins, tous les métiers présents dans la liste de l'*IRMR3* ne sont pas forcément contenus dans la liste des métiers. Afin de pouvoir appliquer des normes suffisamment proches de la réalité, c'est le métier le plus proche qui a été sélectionné en se basant sur la plate-forme suisse « orientation.ch » mise à jour en 2020 par le CSFO (Centre

suisse de services Formation professionnelle : orientation professionnelle, universitaire et de carrière) qui propose pour chaque profession des « professions voisines ». Par exemple, pour le métier de « menuisier » du *IRMR3*, la norme employée sélectionnée a été celle de « ébénistes » traduite en anglais pas « wood workers » (cf. annexe 7).

La moyenne de la liste des professions du *IRMR3* est de .42 ( $ET = .16$ ). Au total, sur les 108 métiers, 32 sont des métiers perçus comme plus exercés par les femmes, 1 métier est neutre et 75 sont perçus comme exercés en majorité par des hommes. Ainsi les moyennes de chaque type et dimensions ont été calculées : le type « Réaliste » ( $M = .31, ET = .17$ ) et ses dimensions « Plein air » ( $M = .36, ET = .19$ ), « Pratiques » ( $M = .33, ET = .21$ ), « Techniques » ( $M = .24, ET = .04$ ) ; le type « Investigateur » ( $M = .41, ET = .11$ ) et ses dimensions « Médicaux » ( $M = .45, ET = .19$ ) et « Scientifiques » ( $M = .36, ET = .07$ ) ; le type « Artistique » ( $M = .46, ET = .14$ ) et ses dimensions « Esthétiques » ( $M = .50, ET = .17$ ), « Littéraires » ( $M = .43, ET = .10$ ), et « Musicaux » ( $M = .44, ET = .14$ ) ; le type « Social » ( $M = .62, ET = .08$ ) et sa dimension « Service social » ( $M = .62, ET = .08$ ); le type « Entreprenant » ( $M = .51, ET = .16$ ) et sa dimension « Contacts personnels » ( $M = .51, ET = .16$ ) et le type « Conventionnel » ( $M = .42, ET = .11$ ) avec ses dimensions « Calculs » ( $M = .39, ET = .10$ ) et « Bureautique » ( $M = .45, ET = .11$ ). Grâce à ces valeurs, il est possible de répartir ces types et dimensions en deux catégories. Une catégorie au-dessus de la moyenne ( $M = .42, ET = .16$ ) nommée « féminine » et une en dessous nommée « masculine ». Ces deux catégories sont notamment utiles pour les analyses réalisées dans cette étude.

### **c. Procédure**

Les participant·e·s ont été recruté·e·s dans deux écoles du secondaire I du canton de Berne. Toutes les classes de 10<sup>ème</sup> année et de 11<sup>ème</sup> année des deux écoles ont participé à l'étude. Les participant·e·s, ainsi que leurs parents, ont reçu un formulaire d'informations



afin qu'ils puissent se manifester s'ils ne veulent pas prendre part à cette recherche. Dans une des écoles, les élèves ont bénéficié en contrepartie d'une séance d'information sur leurs intérêts professionnels personnels. Dans le second établissement, aucune contrepartie n'a été souhaitée.

Les élèves des deux écoles ont passés l'Inventaire d'Intérêts Professionnels 3 individuellement, à deux reprises. Les passations ont lieu en classe durant les heures de cours et elles ont une durée de 10 à 20 minutes suivant la rapidité des participant·e·s. Chaque classe a passé l'inventaire à deux reprises à deux semaines d'intervalles. Ce choix a été fait afin de prévenir un biais de rappel des items et cela n'empêche pas de comparer les résultats étant donné que les intérêts vocationnels sont stables dans le temps (Low, Yoon, Roberts, & Rounds, 2005; Schultz, Connolly, Garrison, Leveille, & Jackson, 2017). Afin de contrôler l'effet d'ordre, la moitié des classes a commencé avec la version féminine puis a répondu à la version masculine deux semaines plus tard et l'autre moitié des classes a effectué les inventaires dans l'ordre inverse.

En premier lieu, chaque élève a reçu une version papier du *IRMR3* à laquelle il répond à l'aide d'un crayon ou d'un stylo. Les consignes inscrites sur le haut de la feuille doivent être lues attentivement avant de commencer à répondre.

La consigne indiquée est :

« Pour chaque liste :

- Vous donnerez la note 2 aux quatre métiers que vous préférez
- Vous donnerez la note 0 aux quatre métiers que vous aimez le moins ou que vous rejetez
- Vous mettrez la note 1 aux quatre métiers restants pour indiquer que vous ne les avez ni choisis ni rejetés. »

Dans le cas où les consignes n'ont pas été claires, les participant-e-s ont la possibilité de poser des questions. Les adolescent-e-s doivent noter les douze métiers de chacune des neuf listes en suivant les règles énoncées. Une fois la tâche effectuée, ils retournent la page pour répondre aux questions socio-démographiques (âge, classe, section, genre et nationalité). En ajout, ils doivent répondre à la question issue du *IRMR3* de Vrignaud et Cuvillier (2011) qui est « Inscrivez les trois métiers que vous préféreriez entre tous, qu'ils soient indiqués ou non dans les groupes ci-dessus ». Finalement, ils notent un code en bas de la page qui permet de regrouper les feuilles des deux passations de chacun des participant-e-s tout en protégeant leur anonymat. Lorsque toute la classe a rendu les feuilles de passations, les élèves sont remercié-e-s pour leur participation et la classe suit son cours.

## **5. Résultats**

Les analyses de cette étude ont été divisées en 4 parties. La première partie est celle des tests de la normalité des distributions des variables et l'homogénéité des variances. La seconde partie concerne les des scores de stéréotypie des adolescent-e-s. C'est-à-dire que la stéréotypie des métiers qu'ils ont choisis est additionnée en prenant compte la valence qu'ils leur attribuent (0, 1 ou 2) ce qui permet d'avoir un total de stéréotypie pour chaque personne. Pour la troisième et la quatrième partie, les analyses sont effectuées sur les types et les dimensions par rapport au score total d'intérêts pour chacun des ceux-ci. Les types et les dimensions sont séparées en deux catégories selon les normes calculées sur la base de Miserky et al. (2014), une catégorie au-dessus de la moyenne ( $M = .42$ ,  $ET = .16$ ) nommée « féminine » et en dessous nommée « masculine ». De ce fait, la catégorie de stéréotypie est parfois différente pour un type et une dimension qui la compose.

### a. Normalité des distributions et homogénéité des variances

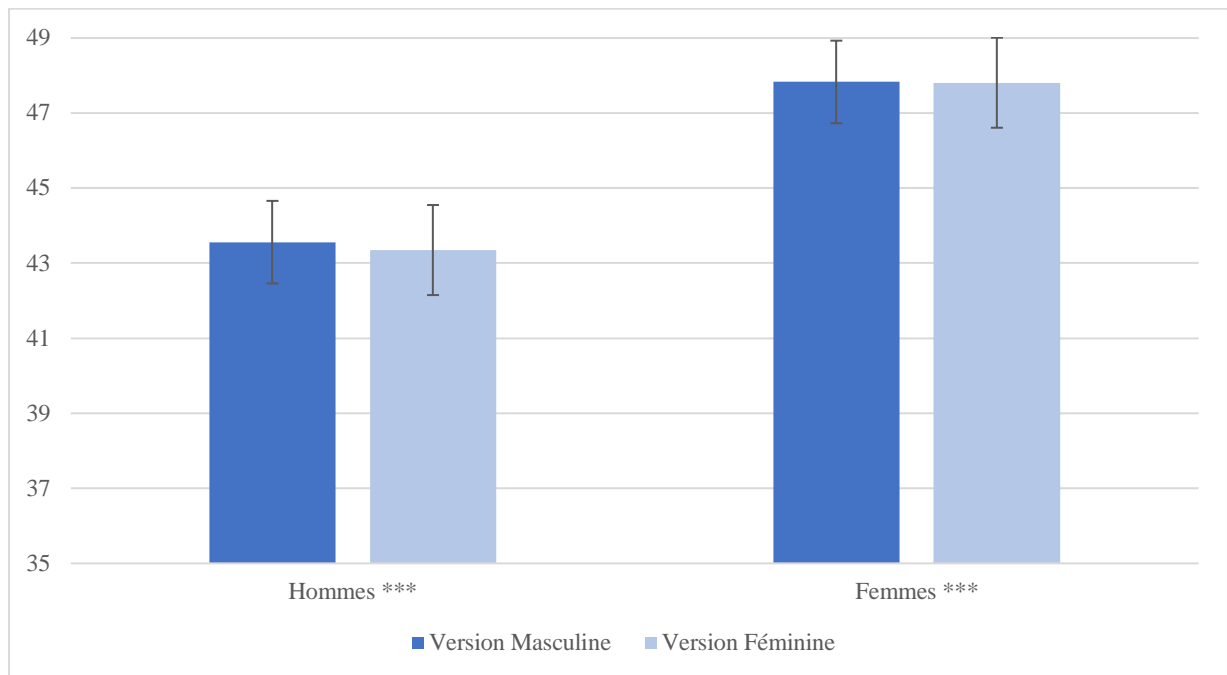
Toutes les analyses ont été effectuées à l'aide du programme *SPSS*. Premièrement, des tests de normalité ont été effectués. Les boxplots ont révélé la présence de valeurs aberrantes aux scores de « Littératures » (cf. annexe 1). De ce fait, les valeurs ont été ignorées pour la réalisation des tests statistiques. Selon le test de Levene de l'homogénéité des variances, toutes les variables sont non-significatives et sont donc distribuées normalement à l'exception de « Social » pour la version 1 (masculine) et la version 2 (féminine), « Pratiques » en version 1 et « Artistique » en version 1 (cf. annexe 2). Ces résultats confirment que la distribution des variables est normale et que des tests statistiques paramétriques peuvent être accomplis avec ces données à l'exception de « Social » en version 1 et en version 2, « Pratiques » en version 1 et « Artistique » en version 1 pour lesquels les résultats doivent être interprétés avec précaution.

### b. Intérêts selon le genre, le langage et la stéréotypie

Nous avons effectué une série d'ANOVAs mixtes, avec le genre et la version comme facteurs inter-participant·e·s et le score de stéréotypie résultant des choix de métiers des participant·e·s comme facteur intra-participant·e·s.

Les analyses montrent que les femmes ont des scores de stéréotypies significativement plus élevés que les hommes,  $F(1, 196) = 192.49, p < .01, \eta^2 = .50$ . C'est-à-dire qu'elles ont un score de stéréotypie plus proche des stéréotypes féminins que les hommes (cf. figure 3). Cependant, l'ANOVA mixte à mesures répétées ne montre pas d'effet de la version,  $F(1, 196) = 1.14, p > .05, \eta^2 = .01$ . De plus, les analyses ne révèlent pas d'effet d'interaction entre genre et version,  $F(1, 197) = .83, p > .05, \eta^2 = .00$  (cf. annexe 3).

Figure 3. Scores généraux de Stéréotpie au IRMR3 par Rapport au Genre



Note. IRMR3 = Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (Vrignaud & Cuveillier, 2011)  
 \*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

### c. Intérêts selon le genre et le langage dans la catégorie « féminine »

Pour ces analyses, nous avons réalisé une série d'ANOVAs mixtes, avec le genre et la version comme facteurs inter-participant·e·s et le score aux types ou dimensions de la catégorie « féminine » résultant des choix des participant·e·s comme facteur intra-participant·e·s.

L'ANOVA mixte permet d'observer l'effet principal du genre (cf. figure 4, cf. annexe 4), celui de la version (cf. annexe 5) et l'effet d'interaction des deux (cf. annexe 6).

Les femmes ont en moyenne un score significativement plus élevé pour la dimension « Médicaux » que les hommes,  $F(1, 197) = 29.83, p < .01, \eta^2 = .13$ . Cependant, aucun effet significatif de la version n'a été démontré par l'ANOVA mixte,  $F(1, 197) = .73, p > .05, \eta^2 = .00$ . De surcroît, l'effet d'interaction entre le genre les score de « Médicaux » dans les deux versions de l'inventaire n'est pas significatif,  $F(1, 197) = .80, p > .05, \eta^2 = .00$ .

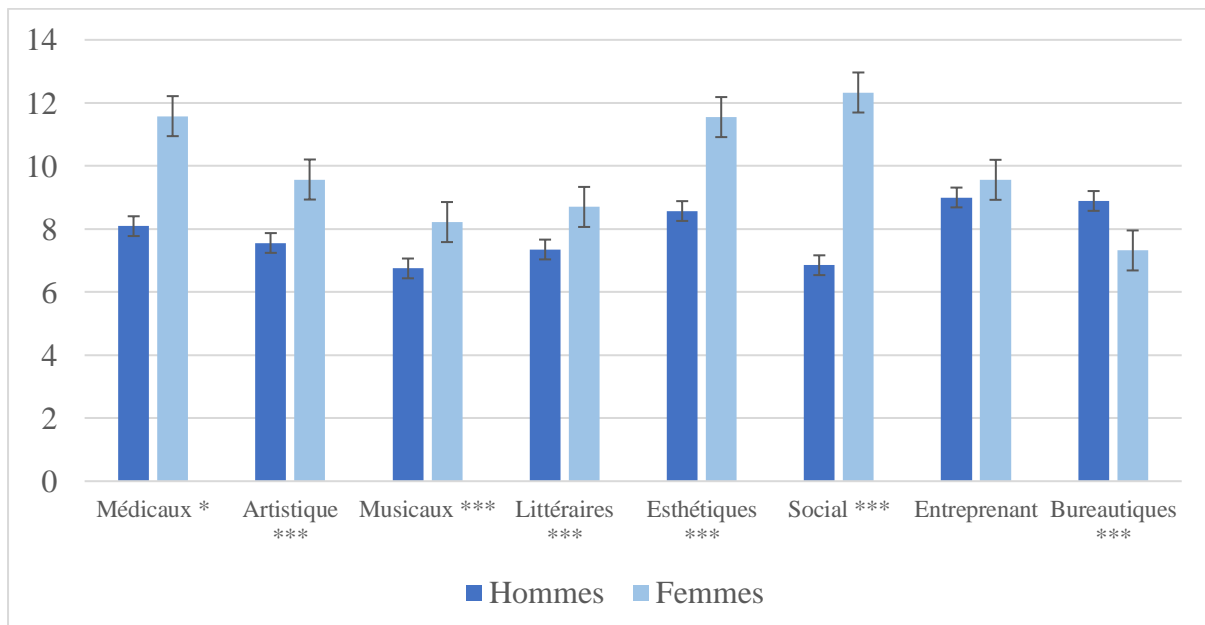
L'analyse révèle que les femmes ont en moyenne un score significativement plus élevé pour le type « Artistique » que les hommes,  $F(1, 197) = 23.92, p < .01, \eta^2 = .33$ . Néanmoins, l'ANOVA mixte ne présente pas d'effet principal de la version,  $F(1, 197) = .15, p > .05, \eta^2 = .01$ . De plus, l'effet d'interaction entre le genre et les deux versions du type « Artistique » n'est pas significatif,  $F(1, 197) = 2.70, p > .05, \eta^2 = .01$ . Pour la dimension « Musicaux », les femmes ont un score significativement plus haut que les hommes du *IRMR3*,  $F(1, 197) = 5.14, p < .05, \eta^2 = .03$ . Cependant, les analyses ne permettent pas d'identifier un effet significatif de la version,  $F(1, 197) = .24, p > .05, \eta^2 = .01$ . L'effet d'interaction entre le genre et les scores des deux versions de « Musicaux » n'est pas significatif,  $F(1, 197) = 3.83, p > .05, \eta^2 = .02$ . Les femmes ont en moyenne un score significativement plus élevé pour la dimension « Littéraires » que les hommes,  $F(1, 194) = 8.57, p < .01, \eta^2 = .04$ . L'ANOVA mixte ne révèle pas un effet significatif de la version,  $F(1, 197) = .01, p > .05, \eta^2 = .00$ . L'effet d'interaction entre le genre et les deux versions n'est pas observé comme étant significatif,  $F(1, 194) = .283, p > .05, \eta^2 = .01$ . Les femmes ont en moyenne un score significativement plus élevé pour la dimension « Esthétiques » que les hommes,  $F(1, 197) = 32.98, p < .01, \eta^2 = .14$ . L'analyse ne met pas en avant un effet significatif de la version,  $F(1, 197) = 3.33, p > .05, \eta^2 = .02$ . Il n'y a également pas d'effet d'interaction significatif entre le genre et les deux versions de l'inventaire d'intérêts,  $F(1, 197) = .05, p > .05, \eta^2 = .00$ .

Pour le type « Social », les femmes ont en moyenne un score significativement plus élevé que les hommes,  $F(1, 197) = 102.47, p < .01, \eta^2 = .34$ . La version n'est pas un effet principal significatif pour le type « Social »,  $F(1, 197) = .38, p > .05, \eta^2 = .00$ . L'effet d'interaction entre le genre et les scores des deux versions du type « Social » ne montre pas de différence significative,  $F(1, 197) = .05, p > .05, \eta^2 = .00$ . Étant donné que seule la dimension « Service social » constitue le type « Social », les chiffres et les résultats sont identiques.

Les femmes n'ont pas des scores significativement différents des hommes pour le type « Entreprenant »,  $F(1, 197) = 1.70, p > .05, \eta^2 = .01$ . De plus, l'analyse ne montre pas un effet significatif de la version,  $F(1, 197) = 1.41, p > .05, \eta^2 = .01$ . Par ailleurs, l'effet d'interaction entre le genre ainsi que les deux versions ne se révèle pas significatif,  $F(1, 197) = .14, p > .05, \eta^2 = .00$ . Le type « Entreprenant » étant construit sur la seule base de la dimension « Contacts personnels », les chiffres et les analyses se révèlent identiques.

Contrairement aux attentes, les femmes ont, en moyenne, un score significativement plus bas pour la dimension « Bureautiques » que les hommes,  $F(1, 197) = 8.37, p < .01, \eta^2 = .04$ . Néanmoins, il n'y a pas d'effet significatif de la version qui est observé,  $F(1, 197) = .62, p > .05, \eta^2 = .00$ . Pour terminer, l'effet d'interaction entre la variable du genre et celle des versions n'est également pas significative,  $F(1, 197) = .00, p > .05, \eta^2 = .00$ .

Figure 4. Scores des Types et Dimensions « Féminines » du RIASEC dans l'IRMR3 par Rapport au Genre



Note. IRMR3 = Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (Vrignaud & Cuvillier, 2011)  
 \*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

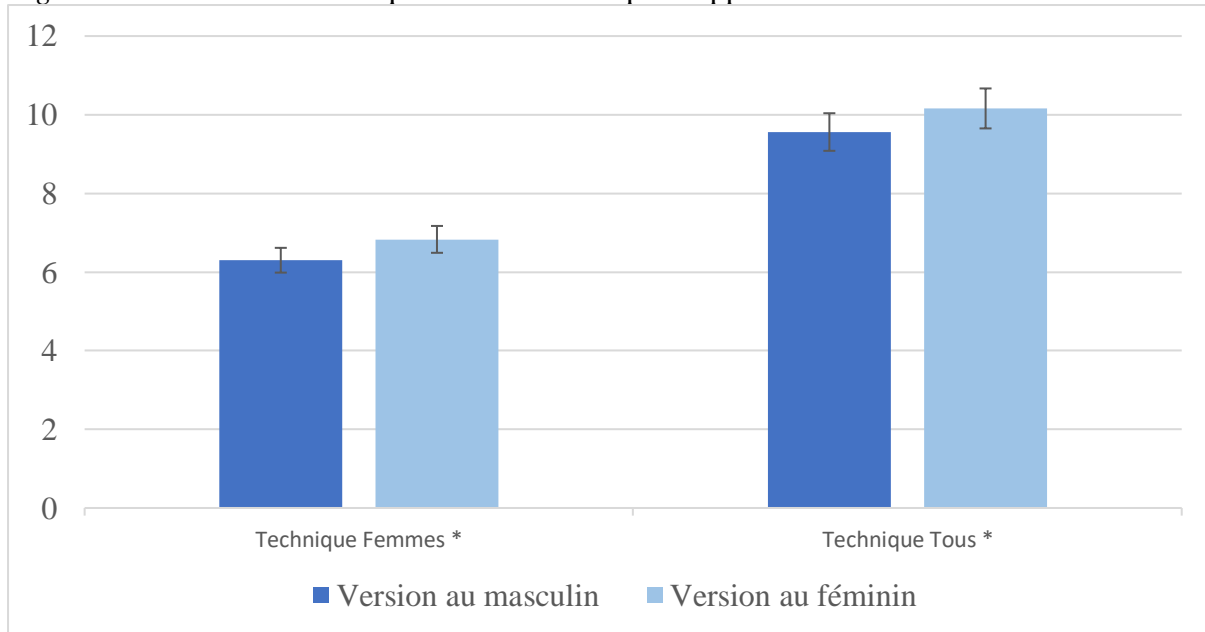
#### d. Intérêt selon le genre et le langage dans la catégorie « masculine »

Pour ces analyses, nous avons effectué une série d'ANOVAs mixtes, avec le genre et la version comme facteurs inter-participant·e·s et le score aux types ou dimensions de la catégorie « masculine » résultant des choix des participant·e·s comme facteur intra-participant·e·s. L'ANOVA mixte permet d'observer l'effet principal du genre (cf. figure 6, cf. annexe 4), celui de la version (cf. annexe 5) et l'effet d'interaction des deux (cf. annexe 6).

Les tests statistiques ont révélé que les femmes ont, significativement, en moyenne un score plus bas pour le type « Réaliste » que les hommes  $F(1, 197) = 98.23, p < .01, \eta^2 = .33$ . Néanmoins, aucun effet principal de la version n'a été trouvé,  $F(1, 197) = 0.13, p > .05, \eta^2 = 0.1$ . De plus, l'effet d'interaction entre le genre les deux versions n'est pas significatif,  $F(1, 197) = .12, p > .05, \eta^2 = .00$ . Les femmes ont en moyenne un score significativement plus bas pour la dimension « Plein Air » que les hommes,  $F(1, 197) = 28.50, p < .01, \eta^2 = .13$ . Néanmoins, aucun effet significatif de la version n'a été trouvé,  $F(1, 197) = .85, p > .05, \eta^2 = .00$ . De plus, l'effet d'interaction entre le genre et les scores de « Plein Air » selon les deux versions n'est pas significatif,  $F(1, 197) = .27, p > .05, \eta^2 = .00$ . Les femmes ont en moyenne un score significativement plus bas pour la dimension « Pratiques » que les hommes,  $F(1, 197) = 13.35, p < .01, \eta^2 = .06$ . L'analyse ne montre aucun effet significatif de la version,  $F(1, 197) = .80, p > .05, \eta^2 = .00$ . Par ailleurs, l'effet d'interaction entre le genre et les deux versions de « Pratiques » n'est également pas significatif,  $F(1, 197) = .08, p > .05, \eta^2 = .00$ . Pour la dimension « Techniques », les femmes scorent en moyenne significativement plus bas que les hommes,  $F(1, 197) = 141.14, p < .01, \eta^2 = .42$ . De plus, l'ANOVA révèle qu'à la version au masculin ( $M = 9.65, ET = 5.33$ ) les sujets ont un score en moyenne plus bas qu'à la version au féminin ( $M = 10.16, ET = 5.22$ ),  $F(1, 197) = 7.36, p < .01, \eta^2 = .04$  (cf. figure 5). Un T-test exploratoire révèle que les femmes ont en moyenne un score différent pour

« Techniques » entre la version féminine ( $M = 6.83$ ,  $ET = 4.28$ ) qui est significativement plus élevée que masculine ( $M = 6.30$ ,  $ET = 4.30$ ) du *IRMR3*,  $t(97) = -2.07$ ,  $p < .05$ . Cela n'est pas le cas pour les hommes,  $t(100) = -1.77$ ,  $p > .05$ . De plus, l'effet d'interaction entre le genre et les versions de « Techniques » n'est pas significative,  $F(1, 197) = .02$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2 = .00$ .

Figure 5. Scores de « Techniques » du *RIASEC* par Rapport à la Version de l'*IRMR3*



Note. *IRMR3* = Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (Vrignaud & Cuvillier, 2011)  
 \*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

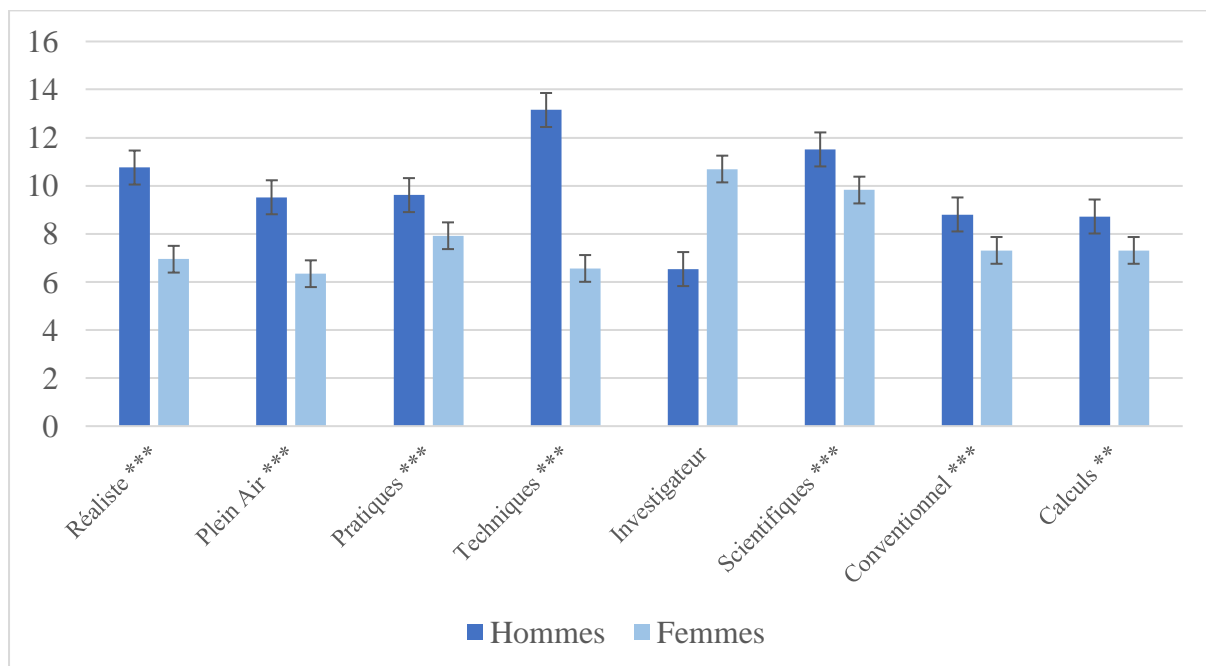
Contrairement aux suppositions, les femmes n'ont pas des scores significativement différents des hommes pour le type « Investigateur »,  $F(1, 197) = 3.78$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2 = .02$ . De plus, aucun effet significatif de la version n'a été révélé par l'ANOVA mixte,  $F(1, 197) = 1.81$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2 = .01$ . Quant à l'effet d'interaction entre le genre et les scores des deux versions de l'inventaire pour « Investigateur », elle n'est pas significative,  $F(1, 197) = .01$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2 = .00$ . Cependant, l'analyse démontre que les femmes ont en moyenne un score significativement plus bas pour la dimension « Scientifiques » que les hommes,  $F(1, 197) = 10.08$ ,  $p < .01$ ,  $\eta^2 = .05$ . Néanmoins, les versions de l'inventaire ne révèle pas d'effet principal significatif,  $F(1, 197) = 2.20$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2 = .01$ . Par ailleurs, l'effet d'interaction



entre le genre et entre les deux versions ne se révèle pas significatif,  $F(1, 197) = .55, p > .05, \eta^2 = .00$ .

Les femmes ont en moyenne un score significativement plus bas pour le type « Conventionnel » que les hommes,  $F(1, 197) = 8.54, p < .01, \eta^2 = .04$ . Aucun effet significatif de la version n'est démontré par les analyses,  $F(1, 197) = .06, p > .05, \eta^2 = .00$ . L'effet d'interaction entre le genre et les scores des deux versions de « Conventionnel » ne montre pas de significativité dans la différence,  $F(1, 197) = .06, p > .05, \eta^2 = .00$ . Pour la dimension « Calcul », les femmes ont en moyenne un score significativement plus bas que les hommes,  $F(1, 197) = 7.30, p < .01, \eta^2 = .04$ . Néanmoins, les résultats ne permettent pas d'observer un effet significatif de la version,  $F(1, 197) = .17, p > .05, \eta^2 = .00$ . Ces résultats non significatifs sont également présents pour l'effet d'interaction entre le genre et les deux versions,  $F(1, 197) = .13, p > .05, \eta^2 = .00$ .

Figure 6. Scores des Types et Dimensions « Masculines » du RIASEC dans l'IRMR3 par Rapport au Genre



Note. IRMR3 = Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (Vrignaud & Cuvillier, 2011)  
 \*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

## 6. Discussion

Cette expérience a été effectuée dans le but d'étudier deux questions de recherche basées sur la littérature scientifique existante dans le domaine de la psychologie de l'orientation et du langage. La première hypothèse générale est que les adolescentes ont des scores en moyenne différents dans les différents types et dimensions du *RIASEC* que les adolescents. La deuxième hypothèse générale est les adolescent·e·s ont en moyenne des scores de choix de métier plus éloignés de leur stéréotype lorsque les métiers sont présentés au féminin. Des explications des résultats sont données ci-dessous.

Pour la première hypothèse, la littérature soutient que les adolescentes ont des scores en moyenne différents dans les types et les dimensions du *RIASEC* que les adolescents. Les résultats obtenus dans cette étude valident partiellement cette hypothèse. En effet, on peut noter qu'il existe une différence significative entre les genres. Il est supposé, dans les hypothèses opérationnelles, que les femmes sont plus intéressées par les métiers de catégories « féminine » et moins par ceux de la catégorie « masculines » que les hommes et que cela se voit aussi dans les types et les dimensions. C'est-à-dire que, en moyenne, l'intérêt des élèves pour des professions montre une concordance entre leur genre et la stéréotypie de celles-ci. En effet, il existe une diversité de facteurs, en plus que le langage, qui expliquent les intérêts genrés des personnes. Par exemple, un éclaircissement de ce résultat peut trouver réponse dans l'explication de Vervecken, Gygax, Gabriel, Guillod et Hannover (2015). En effet, il semble que les femmes pensent qu'une femme a une meilleure réussite professionnelle dans un métier de type féminin alors qu'un homme réussit mieux dans un métier masculin. Selon Lent, Brown et Hackett (1994), les intérêts professionnels dépendent également des chances de réussite que la personne estime avoir dans le métier. Conséquemment, une femme peut être plus intéressée en moyenne par les métiers de type plus féminin car elle suppose être capable d'y produire de meilleurs résultats et inversement. Les intérêts reflètent non

seulement des intérêts pour des activités professionnelles mais également des valeurs professionnelles. Ng et Sears (2010) observent que ces valeurs participent aux différences d'intérêts entre femmes et hommes. Par exemple, les femmes expriment des valeurs plus fortes pour l'altruisme et le social que les hommes et cela se ressent dans la différence genrée des intérêts. De plus, Bu et McKeen constatent que les femmes mettent une priorité sur l'équilibre entre le travail et la vie de famille alors que les hommes accordent une plus grande importance au succès. Les types « Réaliste », « Artistique », « Social » et « Conventionnel » du *RIASEC* de l'*Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (IRMR3 ; Vrignaud & Cuvillier, 2011)* ont des différences significatives entre les genres allant dans le sens des hypothèses. De plus, presque toutes les dimensions sont significatives et vont dans le sens des hypothèses émises. Ces résultats sont conformes aux attentes en vue de leur stéréotypie mais peuvent diverger des résultats obtenus dans d'autres études. Par exemple, le type « Conventionnel » va dans le sens contraire de ce qui a été trouvé par Su, Rounds et Armstrong (2009) et Mintram, Morgan et de Bruin (2019). C'est-à-dire que ce sont les hommes qui ont un score plus élevé en « Conventionnel » plutôt que les femmes. Néanmoins, cette discordance avec la littérature scientifique est également retrouvée dans le manuel de validation du *IRMR3* (Vrignaud & Cuvillier, 2011) et ces résultats sont congruents notamment avec les recherches menées par Osborn (2002) et Einarsdóttir et Rounds (2009). De manière générale, les différences avec la littérature scientifique peuvent notamment être expliquées par la construction des types et des dimensions. Il s'avère que tous les inventaires d'intérêts employés dans la recherche scientifique ne sont pas identiques. La structure de l'*Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (IRMR3 ; Vrignaud & Cuvillier, 2011)* se distingue notamment par les dimensions qui constituent les types du *RIASEC* (cf. figure 2). En effet, parfois les dimensions qui composent un type ne concordent pas avec le stéréotype de genre de celui-ci. Par exemple, pour le type « Conventionnel », qui est souvent

perçu comme féminin dans la littérature, sa dimension « Calculs » est une dimension plus masculine. Ces scores de stéréotypie variés s'expliquent par les items qui les composent, par exemple l'item « Un développeur informatique de gestion » du type « Conventionnel » a un score proche des normes masculines (0.26). De plus, une dimension va dans le sens contraire des hypothèses. Cette dimension est la « Bureautiques » qui révèle que ce sont les hommes plutôt que les femmes qui montrent un intérêt plus élevé pour cette facette, ce qui diverge avec l'hypothèse émise. A nouveau, cette dimension a un score de stéréotypie proche de la moyenne ce qui peut expliquer cette divergence. Une explication similaire, basée sur la structure de l'outil, peut être donnée pour « Entrepreneur », « Contacts personnels » et « Investigateur » qui ne montrent aucune différence significative. En effet, lors de la validation de l'outil, Vrignaud & Cuvillier (2011) ont mis en avant le fait que « Médicaux » corrèle plus faiblement avec « Investigateur » que corrèle « Scientifiques ». Ce qui illustre que toutes les dimensions ne conviennent pas de la même manière au type. De plus, en observant le niveau de stéréotypie des dimensions, calculées sur la base des normes de Miserky et al. (2014) (cf. annexe 7), la dimension « Médicaux » dévoile un score plus proche des stéréotypes féminins que ne l'a l'inventaire en moyenne. Cela suggère que cette dimension est plus typée féminine que d'autres dimensions plus masculines, par exemple « Scientifique ». Cette dimension semble même plus féminine que d'autres dimensions supposées être féminine, par exemple « Littéraires » (cf. annexe 7). Etant donné que le type « Investigateur » est composé d'une dimension masculine et une féminine, alors il n'est pas surprenant que les différences de genres deviennent moins perceptibles. De manière générale, les analyses presque toutes significatives dans les différences d'intérêt professionnels selon le genre confortent les résultats trouvés précédemment dans des études évaluant cette même hypothèse avec d'autres approches, comme, par exemples, l'étude de Miserky et al. (2014) sur l'estimation par les participant·e·s du pourcentage de femmes ou d'hommes exerçant un

métier. Cet effet de stéréotypie peut avoir plusieurs explications. En effet, Glick, Wilk et Perreault (1995) affirment que ce sont les tâches qu'impliquent un métier qui font que celui-ci est jugé plus masculin ou féminin et ce n'est pas un lien avec un type précis d'intérêt du modèle *RIASEC* de Holland (1985). De plus, Crawley (2014) affirme que les métiers qui sous entendent des études plus poussées sont plus souvent jugés « masculins ». Divers facteurs peuvent donc influencer la stéréotypie des items sélectionnés dans le questionnaire ce qui influence les dimensions et les types qu'ils constituent. Ainsi, les différences obtenues contredisant la littérature scientifique s'expliquent en partie par la construction de l'outil *IRMR3*.

Pour la deuxième hypothèse générale, des analyses ont été effectuées afin de tester si les adolescent·e·s ont en moyenne des scores de choix des métiers plus éloignés de leur stéréotype lorsque les métiers sont présentés au féminin. Les résultats de la recherche pour cette hypothèse ne sont pas significatifs. Une explication peut se glisser dans un biais lors des cotations de stéréotypies basées sur les normes de Miserky et al. (2014) qui ont été employées afin de permettre l'opérationnalisation de cette hypothèse. La liste des métiers de Miserky et al. (2014) ne comprend pas toutes les professions des listes du *IRMR3* (Vrignaud & Cuvillier, 2011). Pour remédier à ce problème, ce sont les termes les plus proches qui ont permis de sélectionner la valeur de stéréotypie de l'item. En employant ce processus, les scores généraux sont moins précis ce qui peut expliquer que les résultats prédits ne se sont pas révélés corrects. De plus, les métiers considérés avec une norme plus féminine sont peu nombreux. Il est constaté que, sur les 108 métiers présents dans l'outil, seuls 32 des métiers passent la barre de 0.5, c'est-à-dire perçus comme plus exercés par les femmes. Le manque de représentativité des professions typées féminines restreint l'accès à une sélection de choix genrés féminins pour les adolescentes. Ce choix limité réduit les écarts de scores accessibles et, donc, ne permet pas une vision optimale des différences pouvant être obtenues selon les

versions proposées aux participant·e·s. De plus, les différences intra-sujets (versions de l'inventaire) et inter-sujets (genre) ont été explorées. À la vue de la recherche scientifique investiguée, il est postulé qu'il existe un effet d'interaction entre le genre et la version dans les différents types et dimensions du *RIASEC*. Les résultats attendus n'ont pas été obtenus par les analyses réalisées. Il s'avère cependant que les élèves ont un score significativement plus élevé pour « Techniques » à la version avec les métiers au féminin par rapport à la version au masculin. Selon Verweken, Hannover et Wolter (2013), les femmes présentent plus d'intérêts pour les métiers typés masculins lorsque ceux-ci ne sont pas présentés uniquement au masculin. Cet effet a un impact important car il montre qu'une femme qui voit un inventaire d'intérêt au féminin va un peu se rapprocher d'un stéréotype qui ne lui correspond pas (ici « Techniques »). Le langage entraîne donc une légère variation dans les intérêts. Néanmoins, les autres résultats se révèlent non significatifs alors qu'ils étaient attendus pour toutes les dimensions. De plus, il n'y a pas d'effet d'interaction observé entre le genre et la version. Ces résultats peuvent en partie s'expliquer par un phénomène de réactance. Selon, Koeser et Sczesny (2014) le phénomène de réactance devrait être étudié afin de mieux convaincre les individus d'utiliser un langage démasculinisé. Pour Brehm (1966), le phénomène de réactance c'est la réaction inverse à celle espérée qui peut se produire lorsqu'une personne veut persuader quelqu'un d'autre. Par exemple, Hornik, Jacobsohn, Orwin, Piesse et Kalton (2011) ont observé dans leur étude que les publicités antidrogues n'ont pas les résultats escomptés sur les jeunes. Au contraire, cela renforce les avis qui sont favorables à la consommation de drogues. L'équipe de recherche explique cela par le phénomène de réactance. En effet, les jeunes craignent pour leur liberté et donc réagissent en adoptant un comportement inverse que celui de la soumission. On peut émettre la supposition que l'imposition de la présence des professions au féminin peut créer un phénomène de réactance et avoir un effet contraire du but recherché initialement. Ces effets

permettent de fournir une explication au fait que la version féminine du questionnaire a un effet différent sur les hommes que celui prédit. En effet, alors que, comme attendu, les femmes vont répondre à des choses plus éloignées de leur stéréotype, les hommes vont conforter leur stéréotype. De ce fait, les courbes des changements de résultats de chaque genre vont se ressembler plutôt que se distinguer, c'est-à-dire qu'il n'y a pas d'effet d'interaction. Dans les analyses exécutées, il est visible par les moyennes des types du *RIASEC*, que les courbes de changement de chaque genre entre la version féminine et la version masculine du questionnaire va plus souvent dans la même direction que dans une direction opposée (cf. annexe 5). Ainsi, dans les données présentes, il n'y a qu'un seul type dont l'évolution des femmes est inverse par rapport à celle hommes, le type « Social ». Néanmoins, les résultats n'étant pas significatifs et l'étude non développée dans ce but, des recherches supplémentaires et spécifiques au phénomène de réactance face à la psychologie du langage sont nécessaires. Une seconde explication peut apporter un éclaircissement quant aux résultats inattendus. En effet, il est important de spécifier que des analyses exploratoires ayant pour objectif de contrôler la covariance de certaines variables lors des ANOVAs Mixtes à mesures répétées ont montré des résultats significatifs. Par exemple, la section scolaire (Moderne, Générale ou Préparant aux écoles de maturité) influence la significativité des résultats des types « Réaliste » et « Artistique » et des dimensions « Pratiques », « Esthétique » et « Musicaux », et l'année Harnos (année scolaire en Suisse) module les résultats des dimensions « Plein Air » et « Bureautiques ». L'ordre des passations des versions de l'*Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (IRMR3 ; Vrignaud & Cuvillier, 2011)* semble également avoir un poids pour la dimension « Musicaux » ainsi que le type « Social ».

De manière générale, les résultats mitigés par rapports aux hypothèses avancées peuvent s'expliquer par les différentes limites de l'étude. Premièrement, le choix de la

population peut affecter ces résultats. En effet, il est possible que les élèves qui sont dans la dernière année de scolarité obligatoire ont des intérêts plus stables du fait qu'ils sont déjà en recherche de leur place d'apprentissage. De ce fait, les intérêts peuvent être moins modulés par des facteurs externes. De plus, il n'a pas été vérifié si des élèves ont déjà passé cet inventaire d'intérêts ou un autre inventaire d'intérêts auprès de leur psychologue conseiller·ère en orientation. Si un questionnaire similaire a été réalisé et restitué dans un passé proche ou pendant l'étude présente, il est possible que leurs résultats en soient influencés. Finalement, afin d'avoir une population plus représentative, il serait pertinent de faire passer l'étude dans différents cantons et pays, chacun ayant un système scolaire et une culture qui leur sont propres.

Deuxièmement, la langue maternelle des élèves n'a pas été demandée alors que c'est un aspect essentiel lorsqu'on se focalise sur la psychologie du langage. En effet, un·e élève ne maîtrisant pas correctement la langue française peut percevoir de manière différente les subtilités du langage que les élèves de langue maternelle française. De plus, les consignes semblent compliquées à comprendre pour les élèves. En effet, lors des passations, les consignes ont dû être répétées à de multiples reprises afin de répondre aux questions posées.

Une limite additionnelle à relever est que l'origine culturelle n'a pas été prise en considération alors que, selon Rounds et Tracey (1996), le modèle *RIASEC* n'est pas adapté à toutes les cultures.

Étant donné que certains facteurs externes tels que l'année scolaire, la section et l'ordre des passations semblent se répercuter sur certains résultats, des analyses plus poussées sont nécessaires afin de spécifier les réels effets de ceux-ci. De surcroît, cela suggère que d'autres variables externes peuvent influencer ces données. Il est donc pertinent de prendre en compte les multiples facteurs afin de permettre une meilleure compréhension des résultats obtenus et les réelles implications qu'ont les variations du langage dans un inventaire d'intérêts



professionnels. Par exemple, l'hypothèse peut être posée que les personnes dans des sections limitant l'accès à certaines voies d'études sont plus influencées par les normes de genre. Dans la littérature scientifique, Gottfredson et Lapan (1997) expliquent que les intérêts professionnels sont fortement impactés par le genre. Une personne ayant accès à toutes les options n'aura pas de compromis à faire. Toutefois, les possibilités étant limités pour certaines sections, les élèves doivent effectuer des compromis. Dans ces cas-là, le genre reste un des derniers facteurs sur lesquels un compromis est fait. Selon Blanchard et Lichtenberg (2003), le sexe est même plus important que les intérêts. De ce fait, les stéréotypes de genre exhiberont majoritairement leurs effets dans une tranche de la population faisant face à des compromis plus importants lors de leurs choix.

Une limite à ajouter est que le délai de deux semaines entre chacun des questionnaires est éventuellement trop court. En effet, il est possible que des passations trop rapprochées dans le temps favorisent des réponses plus similaires entre les deux versions de l'*Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (IRMR3 ; Vrignaud & Cuvillier, 2011)*.

Il faut également préciser que l'*Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (IRMR3 ; Vrignaud & Cuvillier, 2011)* n'a pas été testé dans sa forme originelle, c'est-à-dire comportant un mélange de féminin et masculin. Cette version supplémentaire pourrait révéler des effets supplémentaires spécifiques à la mixité des genres grammaticaux employés.

Finalement, le fait que le langage non masculinisé peut avoir un impact négatif n'a pas été pris en compte. Par exemple, selon une étude menée par Budziszewska, Hansen et Bilewicz (2014) les hommes jugent les femmes présentées avec un intitulé de métier féminisé comme moins capables d'exercer la profession que lorsque le nom de métiers est au masculin. De plus, comme discuté précédemment, un phénomène de réactance de la part des hommes face aux intitulés au féminin est envisageable.

## 7. Conclusion

Cette étude montre que la première hypothèse générale, qui est que les adolescentes ont des scores en moyenne différents dans les différents types et dimensions du *RIASEC* que les adolescents, est partiellement confirmée. Les résultats inattendus peuvent être expliqués en partie par la structure de l'outil sélectionné. La deuxième hypothèse générale est que les adolescent·e·s ont en moyenne des scores de choix de métier plus éloignés de leur stéréotype lorsque les métiers sont présentés au féminin. Les données analysées ne permettent pas de confirmer de manière significative cette hypothèse. Néanmoins, ces résultats peuvent également être la conséquence de limites méthodologiques.

Pour conclure, les résultats sont plutôt mitigés. En effet, notre étude a montré des résultats intéressants concernant les analyses inter-sujets. Cependant, un nombre limité d'effets intra-sujets ont pu être observés. Il faut tout de même être prudent dans l'interprétation des résultats à cause des limites de l'étude mentionnées précédemment. Ainsi, il est important de continuer la recherche à ce sujet. Malgré ce que suggère l'*Académie française* (Gygax, et al. 2009), le langage peut avoir un impact sur le quotidien. En effet, Szesny, Formanowicz et Moser (2016) suggèrent dans leur méta-analyse que l'utilisation d'un langage moins stéréotypé permet éventuellement de diminuer les discriminations et ils encouragent de continuer des études dans ce sens pour confirmer les premiers résultats obtenus. C'est pour cela qu'il est nécessaire de continuer la recherche dans ce domaine.

Pour les recherches futures, différentes pistes intéressantes peuvent être abordées. Par exemple, il est pertinent d'expérimenter si les résultats sont modulés par le niveau d'adhésion à la masculinité hégémonique. L'adhésion à la masculinité hégémonique, c'est le fait de penser qu'il y a une manière d'être masculin en opposition avec le féminin (Falomir-Pichastor & Mugny, 2009). Par exemple, dans la culture occidentale cette identité de genre c'est d'être fort, d'être hétérosexuel, etc. En effet, selon l'étude de Mahalik, Perry, Coonerty-

Femiano, Catraio et Land (2006), les hommes qui obtiennent un score de masculinité hégémonique plus élevé ont des résultats au *RIASEC* concordant plus à la masculinité. Il est donc possible que le fait de voir un test au féminin a un effet différent pour des personnes qui sont en accords avec les stéréotypes de genre.

Une seconde piste de développement future est de tester les influences du langage épïcène. En effet, selon une étude menée par Brauer en 2008, l'utilisation de la forme épïcène peut être une option intéressante à employer dans le langage courant. Les résultats de sa recherche montrent que l'usage de la forme épïcène permet l'accès au féminin dans les représentations mentales contrairement au masculin neutre dont l'effet est limité. De plus, certains métiers au féminin ont une connotation négative telle que « entraîneuse » (Dawes, 2003). Une version neutre permet d'éviter le risque d'emploi de termes encore péjoratifs à ce jour. Un avantage supplémentaire à mettre en lumière est que le langage épïcène n'implique pas de spécifier un genre, il est donc plus inclusif que le féminin et le masculin qui suggèrent souvent une binarité du genre. Un pays, la Suède, a même décidé de créer un sujet neutre qu'il a ajouté à son vocabulaire officiel (Gustafsson Sendén, Bäck, & Lindqvist, 2015). L'impact du neutre peut être une option intéressante pour les inventaires d'intérêts et donc pour des recherches futures.

## 8. Références

- Abbate, J. (2012). Recoding gender: Women's changing participation in computing. *MIT Press*.
- Académie française. (2002). Au secours du français. <http://academie-francaise.fr/au-secours-du-francais-seance-publique-annuelle>
- Académie française. (2014). La féminisation des noms de métiers, fonctions, grades ou titres—Mise au point de l'Académie française. <http://www.academie-francaise.fr/actualites/la-feminisation-des-noms-de-metiers-fonctions-grades-ou-titres-mise-au-point-de-lacademie>
- Académie française. (2017). Déclaration de l'Académie française sur l'écriture dite « inclusive ». <http://www.academie-francaise.fr/actualites/declaration-de-lacademie-francaise-sur-lecriture-dite-inclusive>
- Académie française. (2019). La féminisation des noms de métiers et de fonctions. <http://www.academie-francaise.fr/actualites/la-feminisation-des-noms-de-metiers-et-de-fonctions>
- Anderson, M. Z., Tracey, T. J. G., & Rounds, J. (1997). Examining the Invariance of Holland's Vocational Interest Model across Gender. *Journal of Vocational Behavior*, 50(3), 349-364. [doi:10.1006/jvbe.1996.1550](https://doi.org/10.1006/jvbe.1996.1550)
- Armstrong, P. I., Allison, W., & Rounds, J. (2008). Development and initial validation of brief public domain RIASEC marker scales. *Journal of Vocational Behavior*, 73(2), 287-299. [doi:10.1016/j.jvb.2008.06.003](https://doi.org/10.1016/j.jvb.2008.06.003)
- Baker, E. R., Tisak, M. S., & Tisak, J. (2016). What can boys and girls do? Preschoolers' perspectives regarding gender roles across domains of behavior. *Social Psychology of Education*, 19(1), 23-39. [doi :10.1007/s11218-015-9320-z](https://doi.org/10.1007/s11218-015-9320-z)

- Bandura, A., & Walters, R. H. (1977). *Social learning theory* (Vol. 1). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-hall.
- Beinicke, A., Pässler, K., & Hell, B. (2014). Does gender-specific differential item functioning affect the structure in vocational interest inventories? *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, *14*(2), 181-198. [doi: 10.1007/s10775-013-9254-y](https://doi.org/10.1007/s10775-013-9254-y)
- Bergmann, C., & Eder, F. (2005). *AIST-R. Allgemeiner-Interessen-Struktur-Test mit Umwelt-Struktur-Test (UST-R). Revision*. Göttingen, Germany: Beltz Test Gesellschaft.
- Betz, N. E., Harmon, L. W., & Borgen, F. H. (1996). The relationships of self-efficacy for the Holland themes to gender, occupational group membership, and vocational interests. *Journal of Counseling Psychology*, *43*(1), 90-98. [doi:10.1037/0022-0167.43.1.90](https://doi.org/10.1037/0022-0167.43.1.90)
- Babel, J. (2016). *Analyses longitudinales dans le domaine de la formation : La transition à la fin de l'école obligatoire*. Neuchâtel, Switzerland : Office Fédérale de la Statistique.
- Bian, L., Leslie, S. J., & Cimpian, A. (2017). Gender stereotypes about intellectual ability emerge early and influence children's interests. *Science*, *355*(6323), 389-391. [doi:10.1126/science.aah6524](https://doi.org/10.1126/science.aah6524)
- Blanchard, C. A., & Lichtenberg, J. W. (2003). Compromise in career decision making: A test of Gottfredson's theory. *Journal of Vocational Behavior*, *62*(2), 250-271. [doi:10.1016/S0001-8791\(02\)00026-X](https://doi.org/10.1016/S0001-8791(02)00026-X)
- Brauer, M. (2008). Un ministre peut-il tomber enceinte ? L'impact du générique masculin sur les représentations mentales. *L'Année Psychologique*, *108*(2), 243-272.
- Brehm, J. (1966) *A Theory of Psychological Reactance*. New York, NY: Academic Press.
- Brigham, J. C. (1971). Racial stereotypes, attitudes, and evaluations of and behavioral intentions toward negroes and whites. *Sociometry*, *34*(3), 360-380. [doi:10.2307/2786204](https://doi.org/10.2307/2786204)

- Bu, N., & McKeen, C. A. (2001). Work goals among male and female business students in Canada and China : The effects of culture and gender. *The International Journal of Human Resource Management*, 12(2), 166-183. [doi:10.1080/713769602](https://doi.org/10.1080/713769602)
- Budziszewska, M., Hansen, K., & Bilewicz, M. (2014). Backlash over gender-fair language: The impact of feminine job titles on men's and women's perception of women. *Journal of Language and Social Psychology*, 33(6), 681-691. [doi:10.1177/0261927X14544371](https://doi.org/10.1177/0261927X14544371)
- Bureau de l'égalité. (2018). *Les Mots de l'Égalité*. Université de Lausanne, Suisse.  
[https://www.unil.ch/egalite/files/live/sites/egalite/files/Egalite\\_UNIL/Publications%20et%20liens/Guide\\_mots\\_egalite\\_2018.pdf](https://www.unil.ch/egalite/files/live/sites/egalite/files/Egalite_UNIL/Publications%20et%20liens/Guide_mots_egalite_2018.pdf)
- Centre suisse de services Formation professionnelle : orientation professionnelle, universitaire et de carrière CSFO. (2020). <https://www.orientation.ch/>
- Chatard-Pannetier, A., Guimont, S., & Martinot, D. (2005). Impact de la féminisation lexicale des professions sur l'auto-efficacité des élèves : une remise en cause de l'universalisme masculin ? *L'Année Psychologique*, 105(2), 249-272. [doi:10.3406/psy.2005.29694](https://doi.org/10.3406/psy.2005.29694)
- Claparède, E. (1922). *Problems and methods of vocational guidance*. Studies and Reports, Series J (Education) No. 1. Geneva, Switzerland: International Labour Office
- Conférence Suisse des Directeurs Cantonaux de l'Instruction Publique (CDIP). (2019). *Système éducatif du Canton de Berne*.  
[https://edudoc.educa.ch/static/web/bildungssystem/BE\\_f.pdf](https://edudoc.educa.ch/static/web/bildungssystem/BE_f.pdf)
- Crawley, D. (2014). Gender and perceptions of occupational prestige: Changes over 20 years. *SAGE Open*, 4(1), 1-11. [doi:10.1177/2158244013518923](https://doi.org/10.1177/2158244013518923)
- Dawes, E. (2003). La féminisation des titres et fonctions dans la Francophonie : De la morphologie à l'idéologie. *Ethnologies*, 25(2), 195-213. [doi:10.7202/008054ar](https://doi.org/10.7202/008054ar)

- Derungs, F., Lüthi, J. Schnegg, B., Wenger, N., & Ganzfried, M. (2014). *Egalité entre femmes et hommes - Plan d'action de la Suisse - Bilan 1999–2014*. Bureau fédéral de l'égalité entre femmes et hommes.
- Earl, K. A. (2015). *Interest congruence and job satisfaction : A quantitative review*. University of Illinois.
- Ecole Polytechnique de Lausanne. (2020). *Le Coding club des filles – Promotion de l'éducation et des sciences*. <https://www.epfl.ch/education/education-and-science-outreach/fr/jeunepublic/coding-club/>
- Einarsdóttir, S., & Rounds, J. (2009). Gender bias and construct validity in vocational interest measurement : Differential item functioning in the Strong Interest Inventory. *Journal of Vocational Behavior*, 74(3), 295-307. [doi:10.1016/j.jvb.2009.01.003](https://doi.org/10.1016/j.jvb.2009.01.003)
- England, P. (1979). Women and occupational prestige : A case of vacuous sex equality. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 5(2), 252-265. [doi:10.1086/493707](https://doi.org/10.1086/493707)
- Fabio, A., & Maree, J. (2013). Career Counselling : The Usefulness of the Career Interest Profile (CIP). *Journal of Psychology in Africa*, 23, 41-50. [doi:10.1080/14330237.2013.10820592](https://doi.org/10.1080/14330237.2013.10820592)
- Falomir-Pichastor, J. M., & Mugny, G. (2009). "I'm not gay. . . . I'm a real man!" : Heterosexual Men's Gender Self-Esteem and Sexual Prejudice. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(9), 1233-1243. [doi:10.1177/0146167209338072](https://doi.org/10.1177/0146167209338072)
- Fassa, F., & Meader, P. (2015). *La « fabrique du genre » - Comment le système de formation suisse (re)produit les inégalités entre femmes et hommes*. Lives.
- Fonds national suisse de la recherche scientifique. (2014). *PNR 60: égalité entre hommes et femmes : résultats et impulsions : rapport de synthèse*. FNS.

- Formanowicz, M., Bedynska, S., Cislak, A., Braun, F., & Sczesny, S. (2013). Side effects of gender-fair language : How feminine job titles influence the evaluation of female applicants. *European Journal of Social Psychology, 43*(1), 62-71. [doi:10.1002/ejsp.1924](https://doi.org/10.1002/ejsp.1924)
- Fouad, N. A., & Mohler, C. J. (2004). Cultural validity of holland's theory and the strong interest inventory for five racial/ethnic groups. *Journal of Career Assessment, 12*(4), 423-439. [doi:10.1177/1069072704267736](https://doi.org/10.1177/1069072704267736)
- Fricko, M. A. M., & Beehr, T. (1992). A longitudinal investigation of interest congruence and gender concentration as predictors of job satisfaction. *Personnel Psychology, 45*(1), 99-117. [doi:10.1111/j.1744-6570.1992.tb00846.x](https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1992.tb00846.x)
- Gati, I., Krausz, M., & Osipow, S. H. (1996). A taxonomy of difficulties in career decision making. *Journal of Counseling Psychology, 43*(4), 510-526. [doi:10.1037/0022-0167.43.4.510](https://doi.org/10.1037/0022-0167.43.4.510)
- Gaucher, D., Friesen, J., & Kay, A. (2011). Evidence that gendered wording in job advertisements exists and sustains gender inequality. *Journal of Personality and Social Psychology, 101*(1), 109-128. [doi:10.1037/a0022530](https://doi.org/10.1037/a0022530)
- Glick, P., Wilk, K., & Perreault, M. (1995). Images of occupations : Components of gender and status in occupational stereotypes. *Sex Roles, 32*(9), 565-582. [doi:10.1007/BF01544212](https://doi.org/10.1007/BF01544212)
- Gottfredson, L. S. (1981). Circumscription and compromise : A developmental theory of occupational aspirations. *Journal of Counseling Psychology, 28*(6), 545-579. [doi:10.1037/0022-0167.28.6.545](https://doi.org/10.1037/0022-0167.28.6.545)
- Gottfredson, L. S. (2005). Applying Gottfredson's theory of circumscription and compromise in career guidance and counseling. *Career development and counseling: Putting theory and research to work, 1*, 71-100.



- Gottfredson, L. S., & Lapan, R. T. (1997). Assessing gender-based circumscription of occupational aspirations. *Journal of Career Assessment*, 5(4), 419-441.  
[doi:10.1177/106907279700500404](https://doi.org/10.1177/106907279700500404)
- Guichard, J. (2004). Se faire soi. *L'Orientation Scolaire et Professionnelle*, 33, 499-533.  
[doi:10.4000/osp.226](https://doi.org/10.4000/osp.226)
- Gustafsson Sendén, M., Bäck, E. A., & Lindqvist, A. (2015). Introducing a gender-neutral pronoun in a natural gender language : The influence of time on attitudes and behavior. *Frontiers in Psychology*, 6, 161-172. [doi:10.3389/fpsyg.2015.00893](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00893)
- Gygax, P., & Gabriel, U. (2008). Can a group of musicians be composed of women? generic interpretation of french masculine role names in the absence and presence of feminine forms. *Swiss Journal of Psychology*, 67(3), 143-151. [doi:10.1024/1421-0185.67.3.143](https://doi.org/10.1024/1421-0185.67.3.143)
- Gygax, P., Gabriel, U., Lévy, A., Pool, E., Grivel, M., & Pedrazzini, E. (2012). The masculine form and its competing interpretations in French : When linking grammatically masculine role names to female referents is difficult. *Journal of Cognitive Psychology*, 24(4), 395-408. [doi:10.1080/20445911.2011.642858](https://doi.org/10.1080/20445911.2011.642858)
- Gygax, P., Gabriel, U., Sarrasin, O., Oakhill, J., & Garnham, A. (2008). Generically intended, but specifically interpreted : When beauticians, musicians, and mechanics are all men. *Language and Cognitive Processes*, 23(3), 464-485. [doi:10.1080/01690960701702035](https://doi.org/10.1080/01690960701702035)
- Gygax, P., Gabriel, U., Sarrasin, O., Oakhill, J., & Garnham, A. (2009). Some grammatical rules are more difficult than others : The case of the generic interpretation of the masculine. *European Journal of Psychology of Education*, 24(2), 235-246.  
[doi:10.1007/BF03173014](https://doi.org/10.1007/BF03173014)
- Gygax, P. M., Garnham, A., & Doehren, S. (2016). What do true gender ratios and stereotype norms really tell us?. *Frontiers in psychology*, 7. [doi:10.3389/fpsyg.2016.01036](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01036)

- Hamilton, M. C., Anderson, D., Broaddus, M., & Young, K. (2006). Gender stereotyping and under-representation of female characters in 200 popular children's picture books : A twenty-first century update. *Sex Roles, 55*, 757–765. [doi:10.1007/s11199-006-9128-6](https://doi.org/10.1007/s11199-006-9128-6)
- Harmon, L. W., Hansen, J. C., Borgen, F. H., & Hammer, A. L. (1994). *Strong Interest Inventory : Applications and technical guide*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press, Inc.
- Head-König, A. L. (2015). Travail féminin. *Dictionnaire historique de la Suisse*. <https://hls-dhs-dss.ch/articles/013908/2015-03-05/>
- Holland, J. (1959). A theory of vocational choice. *Journal of Counseling Psychology, 6*(1), 35-45.
- Holland, J. L. (1985). *Making vocational choices : A theory of vocational personalities and work environment (2nd ed.)*. Englewood Cliffs, NJ : PrenticeHall.
- Holland, J. L. (1997). *Making vocational choices : A theory of vocational personalities and work environments, 3rd ed.* Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Hornik, R., Jacobsohn, L., Orwin, R., Piesse, A., & Kalton, G. (2008). effects of the national youth anti-drug media campaign on youths. *American Journal of Public Health, 98*(12), 2229-2236. [doi:10.2105/AJPH.2007.125849](https://doi.org/10.2105/AJPH.2007.125849)
- Horvath, L. K., & Sczesny, S. (2016). Reducing women's lack of fit with leadership positions? Effects of the wording of job advertisements. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 25*(2), 316-328. [doi :10.1080/1359432X.2015.1067611](https://doi.org/10.1080/1359432X.2015.1067611)
- Ion, A., Nye, C. D., & Iliescu, D. (2019). Age and gender differences in the variability of vocational interests. *Journal of Career Assessment, 27*(1), 97-113. [doi:10.1177/1069072717748646](https://doi.org/10.1177/1069072717748646)

- Koeser, S., & Sczesny, S. (2014). Promoting gender-fair language : The impact of arguments on language use, attitudes, and cognitions. *Journal of Language and Social Psychology*, 33(5), 548-560. [doi :10.1177/0261927X14541280](https://doi.org/10.1177/0261927X14541280)
- Kruglanski, A. W., & Freund, T.(1983). The freezing and unfreezing of lay-inferences : Effects on impression primacy, ethnic stereotyping, and numerical anchoring. *Journal of Experimental Social Psychology*, 448–468.
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79-122. [doi:10.1006/jvbe.1994.1027](https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1027)
- Levanon, A., England, P., & Allison, P. (2009). Occupational feminization and pay: Assessing causal dynamics using 1950–2000 US census data. *Social Forces*, 88(2), 865-891. [doi:10.1353/sof.0.0264](https://doi.org/10.1353/sof.0.0264)
- Levy, A., Gygax, P., Gabriel, U., & Zesiger, P. (2015). Stereotype or grammar? The representation of gender when two-year-old and three-year-old French-speaking toddlers listen to role nouns. *Journal of child language*, 43(6), 1292-1309.  
[doi:10.1017/S030500091500063X](https://doi.org/10.1017/S030500091500063X)
- Levy, G. D., Sadovsky, A. L., & Troseth, G. L. (2000). Aspects of young children’s perceptions of gender-typed occupations. *Sex Roles*, 42(11), 993-1006.  
[doi:10.1023/A:1007084516910](https://doi.org/10.1023/A:1007084516910)
- Leybold-Johnson, I. (2019). À 14 ans, un jeune est-il prêt à faire un choix de carrière? *Swissinfo*. [https://www.swissinfo.ch/fr/societe/%C3%A9ducation-en-suisse\\_%C3%A0-14-ans--un-jeune-est-il-pr%C3%AAt-%C3%A0-faire-un-choix-de-carri%C3%A8re-/44891494](https://www.swissinfo.ch/fr/societe/%C3%A9ducation-en-suisse_%C3%A0-14-ans--un-jeune-est-il-pr%C3%AAt-%C3%A0-faire-un-choix-de-carri%C3%A8re-/44891494)

- Lippa, R. (1998). Gender-related individual differences and the structure of vocational interests: The importance of the people–things dimension. *Journal of personality and social psychology*, 74(4), 996-1009. [doi:10.1037/0022-3514.74.4.996](https://doi.org/10.1037/0022-3514.74.4.996)
- Low, K. S. D., Yoon, M., Roberts, B. W., & Rounds, J. (2005). The stability of vocational interests from early adolescence to middle adulthood : A quantitative review of longitudinal studies. *Psychological Bulletin*, 131(5), 713-737. [doi:10.1037/0033-2909.131.5.713](https://doi.org/10.1037/0033-2909.131.5.713)
- Ludwikowski, W. (2010). Covariates of sex differences in RIASEC interests and confidence scores. *Graduate Theses and Dissertations*. [doi:10.31274/etd-180810-2247](https://doi.org/10.31274/etd-180810-2247)
- Mahalik, J. R., Perry, J. C., Coonerty-Femiano, A., Catraio, C., & Land, L. N. (2006). Examining Conformity to Masculinity Norms as a Function of RIASEC Vocational Interests. *Journal of Career Assessment*, 14(2), 203-213. [doi:10.1177/1069072705283761](https://doi.org/10.1177/1069072705283761)
- Meir, E. I., & Melamed, S. (1986). The accumulation of person-environment congruences and well-being. *Journal of Organizational Behavior*, 7(4), 315-323. [doi:10.1002/job.4030070405](https://doi.org/10.1002/job.4030070405)
- Michallon, C. (2018). 5 things you should know Elisa Leonida Zamfirescu, one of the world's first female engineers. *The Independent*. <https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/elisa-leonida-zamfirescu-google-doodle-death-engineer-romania-red-cross-ww1-geology-a8626306.html>
- Mintram, K., Morgan, B., & de Bruin, G. P. (2019). An investigation of gender differences in Holland's circumplex model of vocational personality types in South Africa. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 1-18. [doi:10.1007/s10775-019-09404-4](https://doi.org/10.1007/s10775-019-09404-4)

- Misersky, J., Gygax, P. M., Canal, P., Gabriel, U., Garnham, A., Braun, F., Chiarini, T., Englund, K., Hanulikova, A., Ottl, A., Valdrova, J., Von Stockhausen, L., & Sczesny, S. (2014). Norms on the gender perception of role nouns in Czech, English, French, German, Italian, Norwegian, and Slovak. *Behavior Research Methods*, *46*(3), 841-871. [doi:10.3758/s13428-013-0409-z](https://doi.org/10.3758/s13428-013-0409-z)
- Money, J. (1973). Gender role, gender identity, core gender identity: *Usage and definition of terms*. *Journal of the American Academy of Psychoanalysis*, *1*(4), 397-402.
- Murray, J. L., & Hall, P. M. (2001). Gender differences in undergraduate Holland personality types: Vocational and cocurricular implications. *NASPA Journal*, *39*(1), 14-29. [doi:10.2202/1949-6605.1157](https://doi.org/10.2202/1949-6605.1157)
- Ng, E. S. W., & Sears, G. J. (2010). What women and ethnic minorities want. Work values and labor market confidence : A self-determination perspective. *The International Journal of Human Resource Management*, *21*(5), 676-698. [doi:10.1080/09585191003658847](https://doi.org/10.1080/09585191003658847)
- Nguyen, D. Q. (2018). L'évolution des sexes au travail depuis 1970. *Swissinfo*. [https://www.swissinfo.ch/fre/economie/le-sexe-des-m%C3%A9tiers\\_1-%C3%A9volution-des-sexes-au-travail-depuis-1970/43928780](https://www.swissinfo.ch/fre/economie/le-sexe-des-m%C3%A9tiers_1-%C3%A9volution-des-sexes-au-travail-depuis-1970/43928780)
- Nilsen, A. P., Bosmajian, H., Gershuny, H. L., & Stanley, J. P. (1977). Sexism and language. *National Council of Teachers of English*.
- Nota, L., & Rossier, J. (Eds.). (2015). *Handbook of the life design paradigm: From practice to theory, from theory to practice*. Göttingen, Germany: Hogrefe. [doi:10.11588/nicenl.2015.1.20479](https://doi.org/10.11588/nicenl.2015.1.20479)
- Nye, C. D., Su, R., Rounds, J., & Drasgow, F. (2012). Vocational interests and performance : A quantitative summary of over 60 years of research. *Perspectives on Psychological Science*, *7*(4), 384-403. [doi :10.1177/1745691612449021](https://doi.org/10.1177/1745691612449021)

Oakley, A. (2015). *Sex, gender and society*. Burlington, VT: Routledge.

[doi:10.4324/9781315243399](https://doi.org/10.4324/9781315243399)

Office Fédérale de la Statistique (OFS). (2019a). *Indicateur de la législature : Taux d'activité professionnelle des femmes*.

<https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiken/querschnittsthemen/monitoring-legislaturplanung/alle-indikatoren/leitline-1-wohlstand/erwerbsquote-frauen.html>

Office Fédérale de la Statistique (OFS). (2019b). *Entrées dans les hautes écoles spécialisées selon le groupe de domaines d'études—2017-2018*.

[/content/bfs/fr/home/statistiken/wirtschaftliche-soziale-situation-bevoelkerung/gleichstellung-frau-mann/bildung/berufs-studienfachwahl.assetdetail.9927339.html](https://content.bfs.admin.ch/content/bfs/fr/home/statistiken/wirtschaftliche-soziale-situation-bevoelkerung/gleichstellung-frau-mann/bildung/berufs-studienfachwahl.assetdetail.9927339.html)

Office Fédérale de la Statistique (OFS). (2019c). *Formation professionnelle initiale selon les domaines d'études et le sexe—2016-2017*.

[/content/bfs/fr/home/statistiken/wirtschaftliche-soziale-situation-bevoelkerung/gleichstellung-frau-mann/bildung/berufs-studienfachwahl.assetdetail.9927332.html](https://content.bfs.admin.ch/content/bfs/fr/home/statistiken/wirtschaftliche-soziale-situation-bevoelkerung/gleichstellung-frau-mann/bildung/berufs-studienfachwahl.assetdetail.9927332.html)

Office Fédérale de la Statistique (OFS). (2020). *Personnes actives occupées de 15 ans ou plus selon la profession exercée (nomenclature: NSP 2000), le sexe et la nationalité*.

<https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/travail-remuneration/activite-professionnelle-temps-travail/actifs-occupes/profession-situation-profession.assetdetail.7226694.html>

Osborn, D. S. (2002). *Using the self-directed search career explorer with middle school students : The practicality of Holland's RIASEC theory*. In G. R. Walz, R. Lambert, & C. Kirkman (Eds.), *Careers across America 2002: Best practices & ideas in career*

- development conference proceedings* (pp.59-64). Chicago, IL: US Department of Education.
- Pässler, K., Beinicke, A., & Hell, B. (2014). Gender-Related Differential Validity and Differential Prediction in Interest Inventories. *Journal of Career Assessment*, 22(1), 138-152. [doi:10.1177/1069072713492934](https://doi.org/10.1177/1069072713492934)
- Porreca, K. L. (1984). Sexism in Current ESL Textbooks. *TESOL Quarterly*, 18(4), 705-724. [doi:10.2307/3586584](https://doi.org/10.2307/3586584)
- Proyer, R., & Häusler, J. (2007). Gender Differences in Vocational Interests and Their Stability Across Different Assessment Methods. *Swiss Journal of Psychology*, 66(4), 243-247. [doi :10.1024/1421-0185.66.4.243](https://doi.org/10.1024/1421-0185.66.4.243)
- Readon, R. C. (1994). *The Self-Directed Search® Career Explorer : Interpretive report*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources, Inc.
- Rounds, J., & Tracey, T. J. (1996). Cross-cultural structural equivalence of RIASEC models and measures. *Journal of Counseling Psychology*, 43(3), 310-329. [doi:10.1037/0022-0167.43.3.310](https://doi.org/10.1037/0022-0167.43.3.310)
- Roux, P. (2006). Etudes Genre : Une perspective déstabilisatrice de l'ordre social sexué. In M. Modak, & J. P. Tabin (Eds.), *Penser le social. Hommages à Jean-Pierre Fragnière* (pp. 25-38). Switzerland: Les Cahiers de l'éésp.
- Ryan, J. M., Tracey, T. J. G., & Rounds, J. (1996). Generalizability of Holland's structure of vocational interests across ethnicity, gender, and socioeconomic status. *Journal of Counseling Psychology*, 43(3), 330-337. [doi:10.1037/0022-0167.43.3.330](https://doi.org/10.1037/0022-0167.43.3.330)
- Sampson Jr, J. P., Lenz, J. G., Reardon, R. C., & Peterson, G. W. (1999). A cognitive information processing approach to employment problem solving and decision making. *The Career Development Quarterly*, 48(1), 3-18. [doi:10.1002/j.2161-0045.1999.tb00271.x](https://doi.org/10.1002/j.2161-0045.1999.tb00271.x)

- Sato, S., Gyga, P. M., & Gabriel, U. (2016). Gauging the impact of gender grammaticization in different languages : Application of a linguistic-visual paradigm. *Frontiers in Psychology*, 7, 87-99. [doi:10.3389/fpsyg.2016.00140](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00140)
- Savickas, M. L. (2005). The theory and practice of career construction. In S. D. Brown, R. W. Lent & Associates (Eds.). *Career development and counseling: Putting theory and research to work* (pp. 42-70). Hoboken, NJ: Wiley.
- Schuette, C. T., Ponton, M. K., & Charlton, M. L. (2012). Middle school children's career aspirations : relationship to adult occupations and gender. *The Career Development Quarterly*, 60(1), 36-46. [doi:10.1002/j.2161-0045.2012.00004.x](https://doi.org/10.1002/j.2161-0045.2012.00004.x)
- Schultz, L. H., Connolly, J. J., Garrison, S. M., Leveille, M. M., & Jackson, J. J. (2017). Vocational interests across 20 years of adulthood : Stability, change, and the role of work experiences. *Journal of Research in Personality*, 71, 46-56. [doi:10.1016/j.jrp.2017.08.010](https://doi.org/10.1016/j.jrp.2017.08.010)
- Sczesny, S., Formanowicz, M., & Moser, F. (2016). Can gender-fair language Reduce gender stereotyping and discrimination? *Frontiers in Psychology*, 7, 121-130. [doi:10.3389/fpsyg.2016.00025](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00025)
- Signorielli, N. (2009). Race and sex in prime time : A look at occupations and occupational prestige. *Mass Communication and Society*, 12(3), 332-352. [doi :10.1080/15205430802478693](https://doi.org/10.1080/15205430802478693)
- Stockard, J. (2007). Sex role socialization. In B.J. Bank (Ed.) *Gender and education. An encyclopedia. Vol. 1.* (pp. 79-85). Westport, CT: Praeger.
- Stern, S., Schultheiss, A., Gschwend, E., von Stokar, T., Guilley, E., Jendoubi, V., Aeschlimann, B., & Herzog, W. (2015). *Evaluation de Futur en tous genres – Nouvelles perspectives pour filles et garçons*. Secrétariat d'Etat à la formation, à la recherche et à l'innovation.



- Stout, J. G., & Dasgupta, N. (2011). When hHe doesn't mean you : Gender-exclusive language as ostracism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(6), 757-769. [doi:10.1177/0146167211406434](https://doi.org/10.1177/0146167211406434)
- Su, R., Rounds, J., & Armstrong, P. I. (2009). Men and things, women and people : A meta-analysis of sex differences in interests. *Psychological Bulletin*, 135(6), 859-884. [doi:10.1037/a0017364](https://doi.org/10.1037/a0017364)
- Super, D. E. (1953). A theory of vocational development. *American Psychologist*, 8(5), 185-190. [doi:10.1037/h0056046](https://doi.org/10.1037/h0056046)
- Swaney, K., & Prediger, D. (1985). The relationship between interest-occupation congruence and job satisfaction. *Journal of Vocational Behavior*, 26(1), 13-24. [doi:10.1016/0001-8791\(85\)90022-3](https://doi.org/10.1016/0001-8791(85)90022-3)
- Télévision Suisse Romande. (2019). *Dans la tête... D'un macho—Vidéo*. <https://www.rts.ch/play/tv/dans-la-tete-de/video/dans-la-tete----dun-macho?id=10209125>
- Trusty, J., Ng, K. M., & Plata, M. (2000). Interaction effects of gender, SES, and race-ethnicity on postsecondary educational choices of US students. *The Career Development Quarterly*, 49(1), 45-59. [doi:10.1002/j.2161-0045.2000.tb00750.x](https://doi.org/10.1002/j.2161-0045.2000.tb00750.x)
- Turner, S. L., Conkel, J. L., Starkey, M., Landgraf, R., Lapan, R. T., Siewert, J. J., ... & Huang, J. P. (2008). Gender differences in Holland vocational personality types: Implications for school counselors. *Professional School Counseling*, 11(5), 317-326. [doi:10.1177/2156759X0801100505](https://doi.org/10.1177/2156759X0801100505)
- Van Iddekinge, C. H., Roth, P. L., Putka, D. J., & Lanivich, S. E. (2011). Are you interested? A meta-analysis of relations between vocational interests and employee performance and turnover. *The Journal of Applied Psychology*, 96(6), 1167-1194. [doi:10.1037/a0024343](https://doi.org/10.1037/a0024343)

- Vervecken, D., Gygax, P., Gabriel, U., Guillod, M., & Hannover, B. (2015). Warm-hearted businessmen, competitive housewives? Effects of gender-fair language on adolescents' perceptions of occupations. *Frontiers in Psychology*, 6. [doi:10.3389/fpsyg.2015.01437](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01437)
- Vervecken, D., & Hannover, B. (2015). Yes I can ! Effects of gender fair job descriptions on children's perceptions of job status, job difficulty, and vocational self-efficacy. *Social Psychology*, 46(2), 76-92. [doi:10.1027/1864-9335/a000229](https://doi.org/10.1027/1864-9335/a000229)
- Vervecken, D., Hannover, B., & Wolter, I. (2013). Changing (S)expectations : How gender fair job descriptions impact children's perceptions and interest regarding traditionally male occupations. *Journal of Vocational Behavior*, 82(3), 208-220. [doi:10.1016/j.jvb.2013.01.008](https://doi.org/10.1016/j.jvb.2013.01.008)
- Viennot, E. (2019). *Rapport de l'Académie française sur « La féminisation des noms de métiers et de fonctions » ~ Décryptage ~*
- Volodina, A., & Nagy, G. (2016). Vocational choices in adolescence : The role of gender, school achievement, self-concepts, and vocational interests. *Journal of Vocational Behavior*, 95, 58-73. [doi:10.1016/j.jvb.2016.07.005](https://doi.org/10.1016/j.jvb.2016.07.005)
- Vouillot, F. (2007). L'orientation aux prises avec le genre. *Travail, genre et sociétés*, 18(2), 87-108. [doi:10.3917/tgs.018.0087](https://doi.org/10.3917/tgs.018.0087)
- Vrignaud, P., & Cuvillier, B. (2011). *IRMR 3, inventaire d'intérêts professionnels de Rothwell-Miller : Manuel*. Paris, France : Éditions du Centre de psychologie appliquée: Pearson.
- White, M. J., & White, G. B. (2006). Implicit and explicit occupational gender stereotypes. *Sex Roles*, 55(3), 259-266. [doi :10.1007/s11199-006-9078-z](https://doi.org/10.1007/s11199-006-9078-z)
- Winawer, J., Witthoft, N., Frank, M. C., Wu, L., Wade, A. R., & Boroditsky, L. (2007). Russian blues reveal effects of language on color discrimination. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 104(19), 7780-7785. [doi:10.1073/pnas.0701644104](https://doi.org/10.1073/pnas.0701644104)

Wittgenstein, L. (1977). *Tractatus logico-philosophicus*. Frankfurt, Germany: Main.

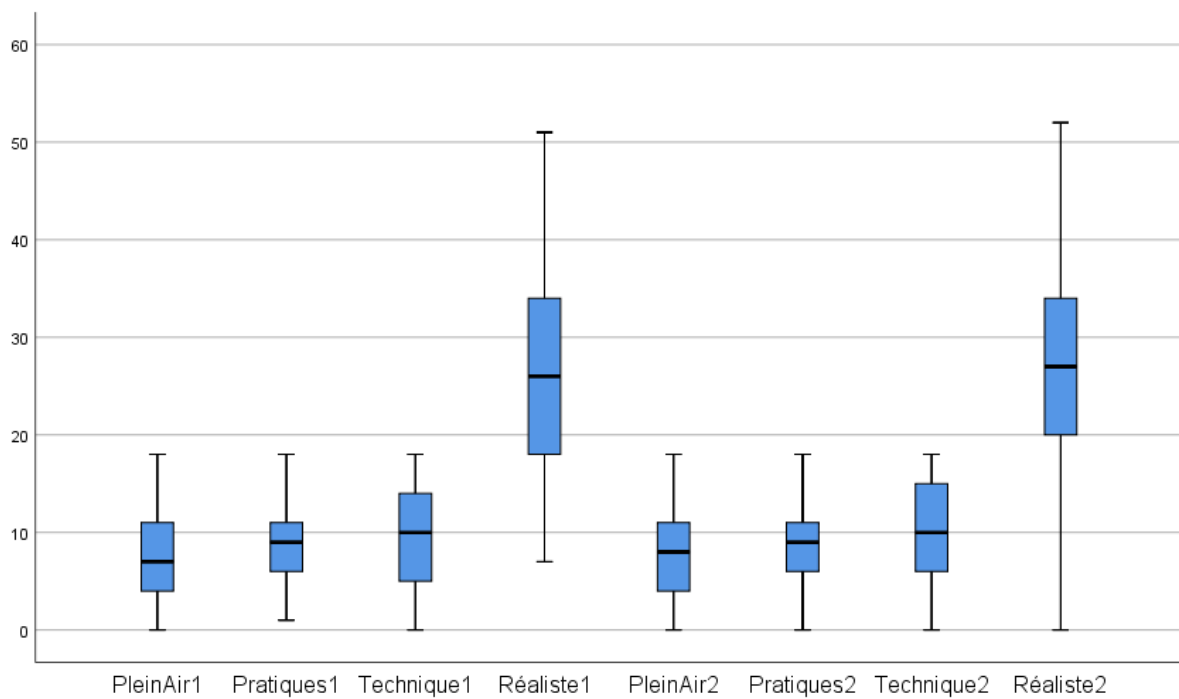
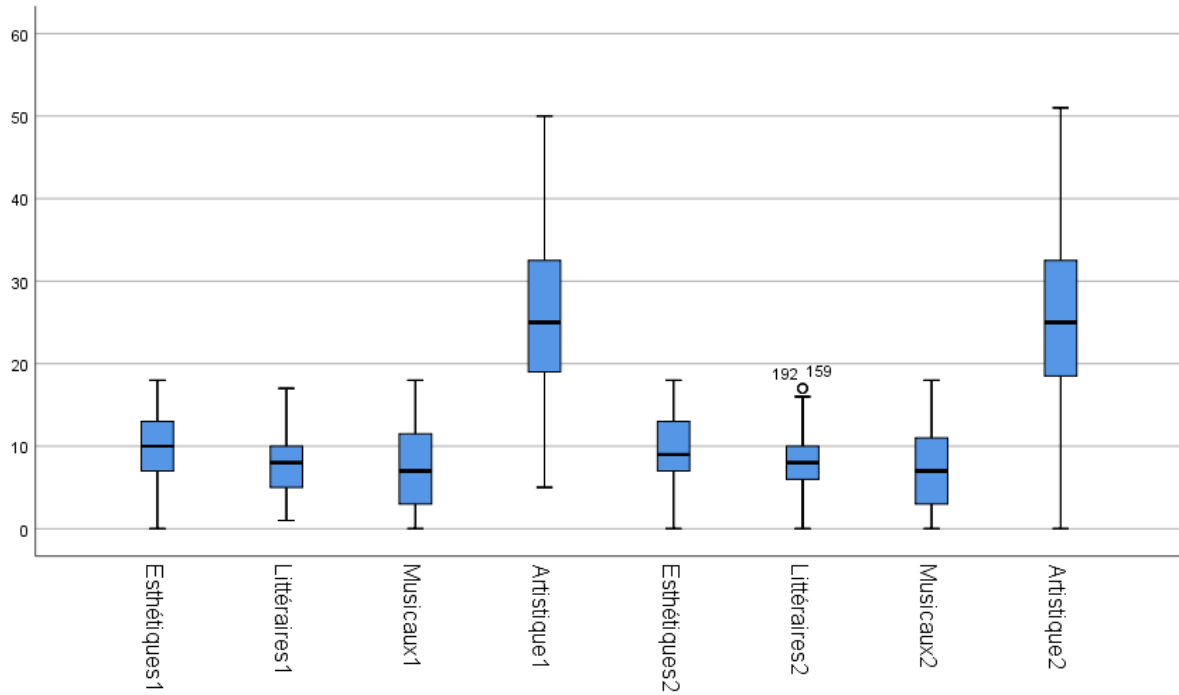
Zytowski, D. G. (1972). Four hundred years before Parsons. *The Personnel and Guidance*

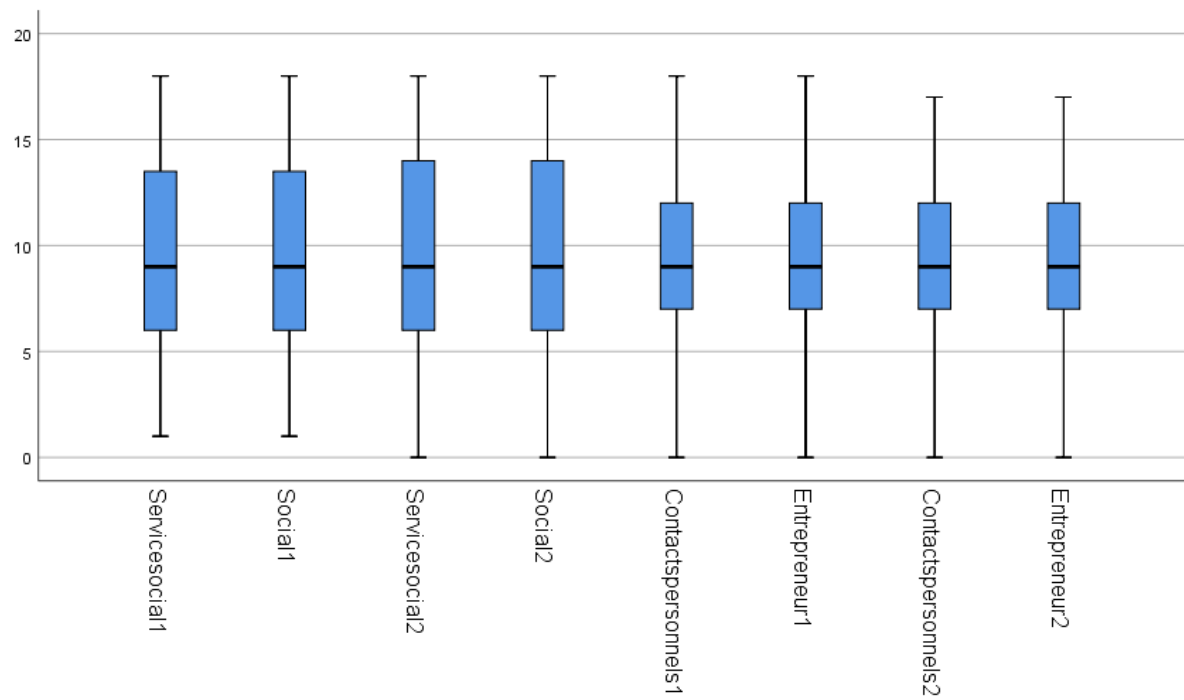
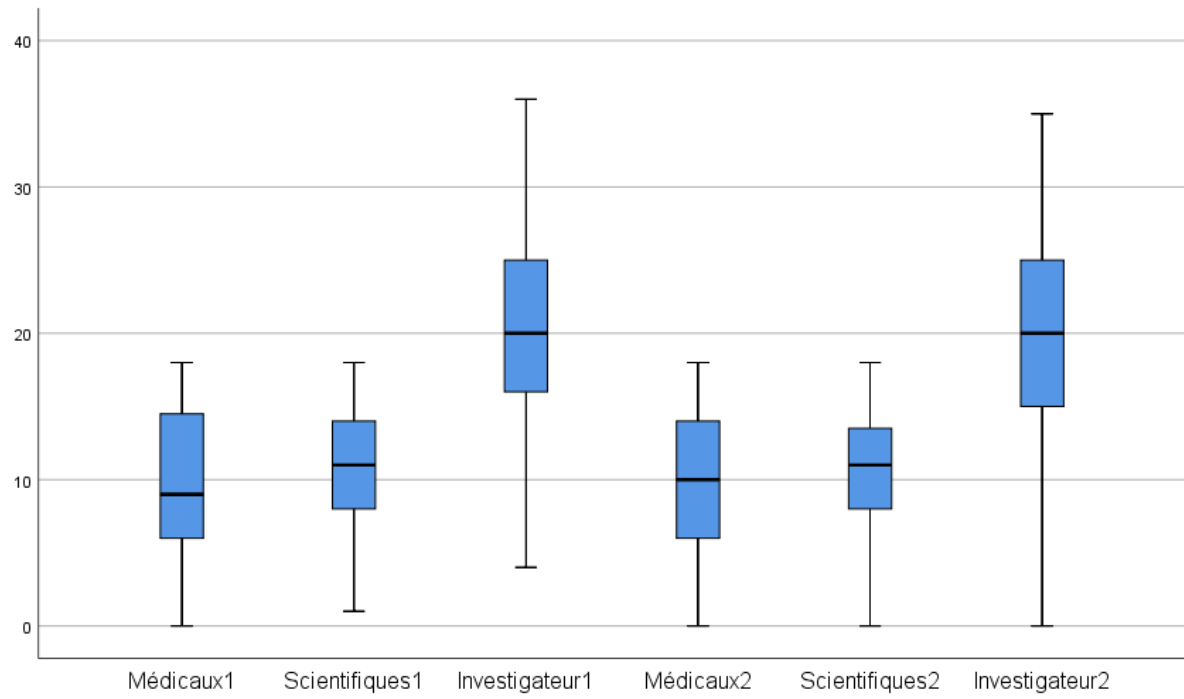
*Journal*, 50(6), 443-450. [doi :10.1002/j.2164-4918.1972.tb03910.x](https://doi.org/10.1002/j.2164-4918.1972.tb03910.x)

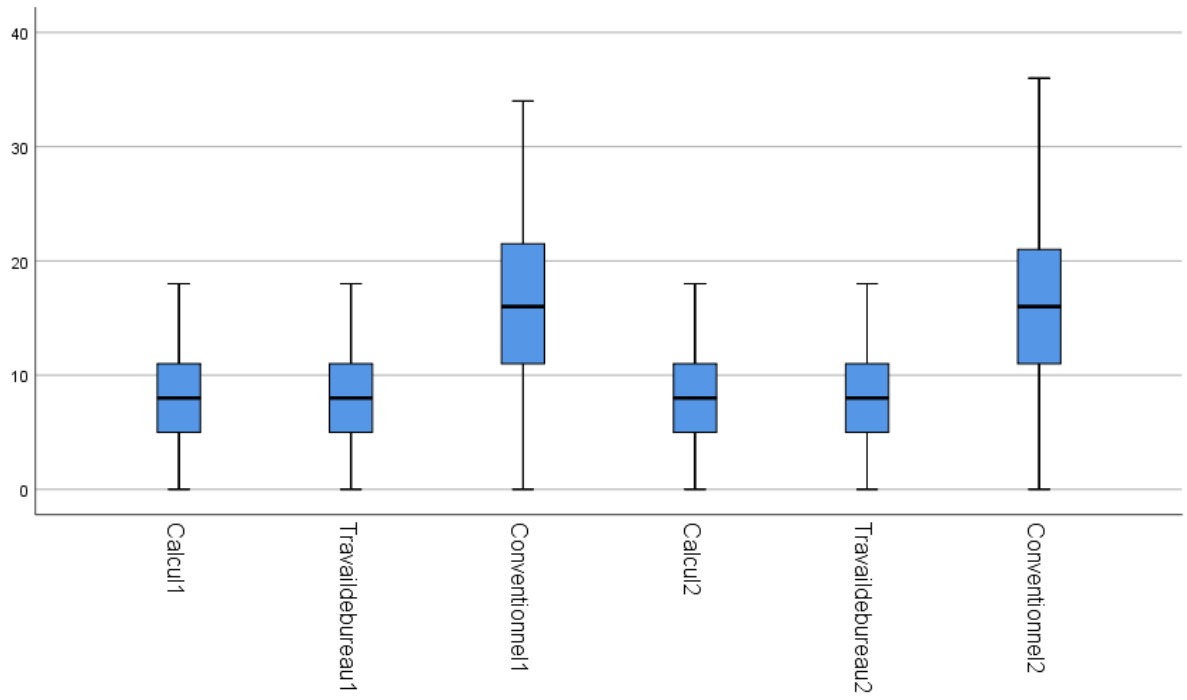
## 9. Annexes

### a. Annexe 1

*Boxplots de l'analyse de la normalité pour les dimensions et les types de l'IRMR3*







## b. Annexe 2

Test d'égalité des variances des erreurs de Levene pour les dimensions et les types de l'IRMR3 de la catégorie « féminine »

	Version masculine		Version Féminine	
	<i>Levene</i>	<i>p</i>	<i>Levene</i>	<i>p</i>
	Médicaux	3.05	.08	.20
Artistique	4.55	.03*	3.64	.06
Musicaux	2.07	.15	2.01	.16
Littéraires	.01	.94	.07	.79
Esthétiques	.28	.60	3.06	.08
Social	5.14	.02*	5.32	.02*
Services	5.14	.02*	5.32	.02*
Sociaux				
Entreprenant	.38	.54	.95	.33
Contacts	.38	.54	.95	.33
Personnels				
Bureautiques	.06	.81	.65	.42

Note. IRMR3 = Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (Vrignaud & Cuvillier, 2011)

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

*Test d'égalité des variances des erreurs de Levene pour les dimensions et les types de l'IRMR3 de la catégorie « masculine »*

	Version masculine		Version féminine	
	Levene	<i>p</i>	Levene	<i>p</i>
	Réaliste	.52	.47	.47
Plein Air	2.30	.13	.13	.71
Pratiques	4.72	.03*	1.37	.24
Techniques	.22	.64	1.07	.30
Investigateur	.48	.49	.14	.71
Scientifiques	1.73	.19	3.70	.06
Conventionnel	.51	.48	3.09	.08
Calculs	3.13	.08	1.36	.24

Note. IRMR3 = Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (Vrignaud & Cuvillier, 2011)  
 \*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$



**c. Annexe 3**

*Moyennes, Écarts-Types et Anovas Mixtes des scores de stéréotypie par rapport au genre et à la version du IRMR3*

Version	Hommes (N= 101)		Femmes (N=97)		Anova Mixte Genre			Anova Mixte (Version*Genre)		
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$
Masculine	43.56	2.20	47.83	2.50						
Féminine	43.35	2.13	47.81	2.50	192.49	.00***	.50	.83	.36	.00
Versions groupées	43.46	2.17	47.82	2.49						

Version	Hommes (N= 101)		Femmes (N=97)		Anova Mixte Version		
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$
Masculine	43.56	2.20	47.83	2.50			
Féminine	43.35	2.13	47.81	2.50	1.135	.29	.01
Versions groupées	43.46	2.17	47.82	2.49			

Note. IRMR3 = Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (Vrignaud & Cuvillier, 2011)  
\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

**d. Annexe 4**

*Moyennes, Écart-types et Anova Mixtes des scores des types et dimensions du RIASEC de la catégorie « féminine » dans l'IRMR3 par rapport au genre*

	Hommes		Femmes		Anova Mixte		
	(N= 101)		(N=97)		Genre		
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$
Médicaux	8.09	4.37	11.58	4.62	29.83	.00***	.13
Artistique	22.67	8.30	28.71	9.45	23.02	.00***	.11
Musicaux	6.75	4.35	8.22	4.80	5.14	.02*	.03
Littéraires	7.35	3.19	8.70	3.25	8.57	.00***	.04
Esthétiques	8.57	3.57	11.55	3.75	32.98	.00***	.14
Social	6.851	3.36	12.33	4.24	102.47	.00***	.34
Services							
Sociaux	6.851	3.36	12.33	4.24	102.47	.00***	.34
Entreprenant	9.00	3.04	9.56	3.14	1.70	.19	.01
Contacts							
Personnels	9.00	3.04	9.56	3.14	1.70	.19	.01
Bureautiques	8.89	3.71	7.32	3.97	8.37	.00***	.04

Note. IRMR3 = Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (Vrignaud & Cuvillier, 2011)

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

*Moyennes, Écarts-Types et Anovsa Mixtes des scores des types et dimensions du RIASEC de la catégorie « masculine » dans l'IRMR3 par rapport au genre*

	Hommes (N= 101)		Femmes (N=97)		Anova Mixte Genre		
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$
Réaliste	32.27	8.34	20.83	7.94	98.23	.00***	.33
Plein Air	9.52	4.30	6.34	4.08	28.50	.00***	.13
Pratiques	9.61	3.57	7.92	2.89	13.35	.00***	.06
Techniques	13.15	3.71	6.56	4.10	141.14	.00***	.42
Investigateur	19.60	6.43	21.39	6.55	3.78	.05	.02
Scientifiques	11.51	3.47	9.82	4.04	10.08	.00***	.05
Conventionnel	17.61	6.80	14.62	7.61	8.54	.00***	.04
Calculs	8.72	3.45	7.31	3.89	7.30	.01**	.04

Note. IRMR3 = Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (Vrignaud & Cuvillier, 2011)  
 \*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

## e. Annexe 5

*Moyennes, Écarts-Types et ANOVAs Mixtes des scores des dimensions du RIASEC de la catégorie « féminine » par rapport à la version genrée du IRMR3*

		Version Masculine		Version Féminine		Anova Mixte Version		
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$
Médicaux	Hommes	8.20	4.52	7.80	4.64	.12	.03	.00
	Femmes	11.53	4.81	11.62	4.63			
Artistique	Hommes	22.63	8.53	22.70	8.65	2.14	.15	.01
	Femmes	29.32	9.85	29.11	10.09			
Musicaux	Hommes	6.67	4.46	6.82	4.60	1.40	.24	.01
	Femmes	8.52	5.00	7.92	5.02			
Littéraires	Hommes	7.18	3.48	8.55	3.57	.01	.91	.00
	Femmes	8.84	3.47	8.02	3.52			
Esthétiques	Hommes	8.78	4.04	8.37	3.59	3.33	.07	.17
	Femmes	11.71	4.00	11.39	4.07			
Social	Hommes	6.81	3.75	6.89	3.59	.38	.54	.00
	Femmes	12.24	4.46	12.42	4.48			
Services Sociaux	Hommes	6.81	3.75	6.89	3.59	.38	.54	.00
	Femmes	12.24	4.46	12.42	4.48			
Entreprenant	Hommes	9.15	3.41	8.83	3.33	1.41	.24	.01
	Femmes	9.64	3.22	9.48	3.64			

Contacts	Hommes	9.15	3.41	8.83	3.33			
	Femmes	9.64	3.22	9.48	3.64	1.41	.24	.01
Personnels	Hommes	8.96	4.03	8.82	3.85			
	Femmes	7.39	4.08	7.14	4.21	.62	.43	.00

Note. IRMR3 = Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (Vrignaud & Cuvillier, 2011)

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .01$

*Moyennes, Écarts-Types et ANOVAs Mixtes des scores des dimensions du RIASEC de la catégorie « masculine » par rapport à la version genrée du IRMR3*

		Version Masculine		Version Féminine		Anova Mixte Version		
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$
Réaliste	Hommes	31.96	8.97	32.58	8.32	2.27	.13	.01
	Femmes	20.63	8.04	26.89	10.22			
Plein Air	Hommes	9.39	4.78	9.64	4.22	.85	.36	.00
	Femmes	6.31	4.27	6.38	4.20			
Pratiques	Hommes	9.66	3.79	9.55	3.75	.79	.37	.00
	Femmes	8.03	3.12	7.82	3.25			
Techniques	Hommes	12.91	4.06	13.39	3.83	7.36	.01**	.04
	Femmes	6.30	4.30	6.83	4.28			
Investigateur	Hommes	19.77	6.67	19.44	6.72	1.81	.18	.01
	Femmes	21.54	6.69	21.24	6.76			
Scientifiques	Hommes	11.57	3.74	11.45	3.67	2.20	.14	.01
	Femmes	10.01	4.17	9.62	4.23			
Conventionnel	Hommes	17.67	7.31	17.54	6.75	.06	.81	.00
	Femmes	14.62	7.75	14.62	7.48			
Calculs	Hommes	8.71	3.76	8.72	3.65	.17	.69	.00
	Femmes	7.23	4.12	7.38	3.92			

Note. IRMR3 = Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (Vrignaud & Cuvillier, 2011)

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

### f. Annexe 6

*Moyennes, Écarts-Types et Anova Mixtes des scores des types et dimensions du RIASEC de la catégorie « féminine » par rapport au genre et à la version générée du IRMR3*

	Version	Hommes (N= 101)		Femmes (N=97)		Anova Mixte Version*Genre		
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$
Médicaux	Masculine	8.20	4.52	11.53	4.81	.80	.37	.00
	Féminine	7.80	4.64	11.62	4.63			
Artistique	Masculine	22.63	8.53	29.32	9.85	2.70	.10	.01
	Féminine	22.70	8.65	29.11	10.09			
Musicaux	Masculine	6.67	4.46	8.52	5.00	3.83	.05	.02
	Féminine	6.82	4.60	7.92	5.02			
Littéraires	Masculine	7.18	3.48	8.84	3.47	2.83	0.94	.01
	Féminine	8.55	3.57	8.02	3.52			
Esthétiques	Masculine	8.78	4.04	11.71	4.00	.05	.82	.00
	Féminine	8.37	3.59	11.39	4.07			
Social	Masculine	6.81	3.75	12.24	4.46	.05	.82	.00
	Féminine	6.89	3.59	12.42	4.48			
Services Sociaux	Masculine	6.81	3.75	12.24	4.46	.05	.82	.00
	Féminine	6.89	3.59	12.42	4.48			
Entreprenant	Masculine	9.15	3.41	9.64	3.22	.14	.71	.00
	Féminine	8.83	3.33	9.48	3.64			
Contacts Personnels	Masculine	9.15	3.41	9.64	3.22	.14	.71	.00
	Féminine	8.83	3.33	9.48	3.64			

Bureautiques	Masculine	8.96	4.03	7.39	4.08	.00	.99	.00
	Féminine	8.82	3.85	7.14	4.21			

Note. IRMR3 = Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (Vrignaud & Cuvillier, 2011)

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$



*Moyennes, Écarts-Types et Anova Mixtes des scores des types et dimensions du RIASEC de la catégorie « masculine » par rapport au genre et à la version genrée du IRMR3*

	Version	Hommes (N= 101)		Femmes (N=97)		Anova Mixte Version*Genre		
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$
Réaliste	Masculine	31.96	8.97	20.63	8.04	.124	.73	.00
	Féminine	32.58	8.32	26.89	10.22			
Plein Air	Masculine	9.39	4.78	6.31	4.27	.27	.60	.00
	Féminine	9.64	4.22	6.38	4.20			
Pratiques	Masculine	9.66	3.79	8.03	3.12	.08	.77	.00
	Féminine	9.55	3.75	7.82	3.25			
Techniques	Masculine	12.91	4.06	6.30	4.30	.02**	.88	.00
	Féminine	13.39	3.83	6.83	4.28			
Investigateur	Masculine	19.77	6.67	21.54	6.69	.01	.93	.00
	Féminine	19.44	6.72	21.24	6.76			
Scientifiques	Masculine	11.57	3.74	10.01	4.17	.55	.46	.00
	Féminine	11.45	3.67	9.62	4.23			
Conventionnel	Masculine	17.67	7.31	14.62	7.75	.06	.81	.00
	Féminine	17.54	6.75	14.62	7.48			
Calculs	Masculine	8.71	3.76	7.23	4.12	.13	.72	.00
	Féminine	8.72	3.65	7.38	3.92			

Note. IRMR3 = Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (Vrignaud & Cuvillier, 2011)  
 \*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

## g. Annexe 7

Normes calculées par Miserky et al. (2014) et appliquées aux professions de l'Inventaire d'Intérêts Professionnels de Rottweil-Miller 3 (Vrignaud & Cuvillier, 2011)

Noms dans IRMR	Equivalences anglais	Equivalences français	Normes
Un exploitant agricole	Farmers	Agriculteurs	0,27
Un ingénieur en bâtiment	Structural engineers	Ingénieurs en génie civil	0,27
Un assistant de gestion	Assistants	Assistants	0,58
Un chercheur scientifique	Research scientists	Chercheurs	0,38
Un directeur commercial	General managers	Directeurs généraux	0,26
Un artiste peintre	Artists	Artistes	0,52
Un journaliste	Reporters	Journalistes	0,46
Un pianiste de concert	Pianists player	Joueurs de piano	0,49
Un professeur des écoles	Primary school teachers	Maîtres d'école primaire	0,72
Un directeur administratif et financier	General managers	Directeurs généraux	0,26
Un imprimeur	Technologists	Technologues	0,33
Un médecin	Physicians	Médecins	0,36
Un ingénieur mécanicien	Engineers	Ingénieur	0,22
Un statisticien	Statisticians	Statisticiens	0,32
Un chimiste	Chemists	Chimistes	0,3
Un animateur radio/télé	Radio announcers	Animateurs radio	0,41
Un dessinateur publicitaire	Graphic designer	Graphistes	0,43
Un romancier	Novelists	Romanciers	0,52
Un chef d'orchestre	Orchestra conductors	Chefs d'orchestre	0,2
Un psychologue scolaire	Clinical psychologists	Psychologues cliniciens	0,58
Un assistant de direction	Administrative workers	Employés d'administration	0,57
Un menuisier	Wood Workers	Ebénistes	0,19
Un chirurgien	Surgeons	Chirurgiens	0,3
Un pépiniériste - arboriculteur	Farmers	Agriculteurs	0,27
Un agent d'assurances	Bankers	Employés de banque	0,34
Un météorologue	Meteorologists	Météorologues	0,4
Un vendeur	Salesperons	Vendeurs	0,65
Un dessinateur de bandes dessinées	Cartoonists	Dessinateurs BD	0,29
Un auteur d'art dramatique	Screenwriters	Scénaristes	0,31
Un compositeur de musique	Composers	Compositeurs	0,35
Un professeur d'économie sociale et familiale	Professors	Professeurs	0,46
Un opérateur de saisie de données	Database administrators	Administrateurs de base de données	0,36
Un cordonnier	Shoemakers	Cordonniers	0,25
Un pédiatre	Pediatriciens	Pédiatres	0,51
Un jardinier paysagiste	Jardiniers	Gardeners	0,36

Un technicien de maintenance en informatique	Computer programmers	Technicien en informatique	0,22
Un biologiste	Biologists	Biologistes	0,48
Un publicitaire	Graphic designer	Graphistes	0,43
Un illustrateur d'ouvrages	Cartoonists	Dessinateurs BD	0,29
Un historien	Historians	Historiens	0,37
Un critique musical	Reporters	Journalistes	0,46
Un assistant social	Social workers	Travailleurs social	0,69
Un technicien administratif de banque	Bankers	Employés de banque	0,34
Un teinturier/blanchisseur	Chamber- Maids	Hommes de chambre	0,82
Un pharmacien	Pharmicists	Pharmaciens	0,58
Un ingénieur des eaux et forêts	Engineers	Ingénieur	0,22
Un ingénieur en automatismes	Engineers	Ingénieur	0,22
Un expert-comptable	Accountants	Comptables	0,39
Un enquêteur études de marché	Economists	Economistes	0,31
Un créateur de bijoux	Goldsmiths	Orfèvres	0,38
Un traducteur	Translators	Traducteurs	0,61
Un professeur de musique	Dance instructors	Professeurs de danse	0,65
Un éducateur	Child Educators	Educateurs de l'enfance	0,68
Un administrateur de bases de données	Database administrators	Administrateurs de base de données	0,36
Un maçon	Bricklayers	Maçons	0,1
Un dentiste	Dentists	Dentistes	0,39
Un garde forestier	Forest rangers	Gardes-forestiers	0,2
Un ingénieur électronicien	Engineers	Ingénieurs	0,22
Un inspecteur des impôts	Tax advisors	Conseillers fiscaux	0,33
Un physicien	Physicists	Physiciens	0,25
Un photographe	Photographers	Photographes	0,45
Un rédacteur dans un périodique	Reporters	Journalistes	0,46
Un violoniste	Violonists	Violonistes	0,56
Un médiateur familiale	Counling psychologists	Psychologues conseillers	0,6
Un technicien de gestion électronique de documents	Archivists	Archivistes	0,46
Un horloger	Goldsmiths	Orfèvres	0,38
Un ophtalmologiste	Physicians	Médecins	0,36
Un horticulteur	Florists	Fleuriste	0,81
Un technicien des télécommunications	Radio technicians	Techniciens radio	0,29
Un professeur de techniques comptables	Professors	Professeurs	0,46
Un océanologue	Oceanographers	Océanographes	0,4
Un représentant de commerce	Salesperons	Vendeurs	0,65
Un critique littéraire	Reporters	Journalistes	0,46
Un chanteur dans un groupe	Singers	Changeurs	0,58
Un animateur de centre aéré	Child educators	Educateurs de l'enfant	0,68
Un employé de bureau	Office workers	Employés de bureau	0,55

Un plombier	Plumbers	Plombiers	0,15
Un radiologue	X-Ray technicians	Radiographes	0,4
Un technicien jardins espaces	Jardiniers	Gardeners	0,36
Un mécanicien auto	Mechanics	Mécaniciens	0,2
Un développeur informatique de gestion	Computers programmers	Programmeurs	0,26
Un astronome	Astronomers	Astronomes	0,28
Un attaché commercial	Salesperons	Vendeurs	0,65
Un créateur de décors de théâtre	Interior decorators	Décorateurs d'intérieur	0,69
Un guitariste	Guitar players	Guitaristes	0,33
Un conseiller d'orientation-psychologue	Counseling pschologists	Psychologues conseillers	0,6
Un attaché d'administration	Administrative workers	Employés d'administration	0,57
Un cuisinier restaurateur	Cooks	Cuisiniers	0,38
Un kinésithérapeute	Chiropractors	Chiropraticiens	0,44
Un guide de haute montagne	Tour guides	Guides touristiques	0,44
Un technicien son/vidéo	Radio technicians	Techniciens radio	0,29
Un contrôleur de gestion	Financial analysts	Analystes financier	0,3
Un géologue	Geologists	Géologues	0,35
Un télé opérateur marketing	Telephone oprators	Opérateurs téléphoniques	0,55
Un décorateur étalagiste	Interior decorators	Décorateurs d'intérieur	0,69
Un scénariste	Screenwriters	Scénaristes	0,31
Un psychothérapeute	Clinical psychologists	Psychologues cliniciens	0,58
Un responsable du suivi des commandes	Office workers	Employés de bureau	0,55
Un boulanger-pâtissier	Bakers	Boulangers	0,41
Un infirmier	Infirmiers	Nurses	0,72
Un producteur de cultures biologiques (fruits/légumes)	Farmers	Agriculteurs	0,27
Un technicien en mécanique de précision	Mechanics	Mécaniciens	0,2
Un chargé de clientèle (banque)	Bank clarks	Employés de banque	0,49
Un technicien de laboratoire	Lab technicians	Techniciens de laboratoire	0,42
Un chef de rayon	Salesperons	Vendeurs	0,65
Un couturier (haute couture)	Dressmakers	Couturiers	0,73
Un assistant d'édition	Publishers	Editeurs	0,37
Un disc-jockey (DJ)	Composers	Compositeurs	0,35

Noms dans IRMR	Normes	Ecart-Type
<b>Total</b>	0,422314815	0,159318681
Plein Air	0,355555556	0,18648801
Pratiques	0,334444444	0,212903212
Techniques	0,236666667	0,036400549
Réaliste	0,308888889	0,166856302
Médicaux	0,451111111	0,188985596
Scientifiques	0,362222222	0,073955692
Investigateur	0,406666667	0,113137085
Esthétiques	0,496666667	0,171537168
Littéraires	0,43	0,099498744
Musicaux	0,441111111	0,14443376
Artistique	0,455925926	0,139291042
Service Social	0,621111111	0,080381037
Social	0,621111111	0,080381037
Contacts personnels	0,506666667	0,157638828
Entreprenant	0,506666667	0,157638828
Calculs	0,385555556	0,104176666
Bureautique	0,446666667	0,118953773
Conventionnel	0,416111111	0,112936155

Note. En jaune = les participant-e-s estiment qu'il y a une majorité de femmes dans le métier dans l'étude de Miserky et al. (2014)  
 En vert = les participant-e-s estiment qu'il y a une majorité d'hommes dans le métier dans l'étude de Miserky et al. (2014)