

# DONNER AUX CANADIENNES LES MEMES CHANCES PROFESSIONNELLES QU'AUX CANADIENS

Suite de la page 1

femmes, quels que soient leur âge et leur condition, sont automatiquement vouées à certaines tâches déterminées (tenir une maison, élever des enfants, etc.), même si elles travaillent au-dehors. On ne s'aperçoit plus qu'on érige en vérité ce qui n'est qu'habituellement pratiqué. La femme canadienne, comme beaucoup de ses sœurs européennes, est prise dans ce préjugé séculaire comme dans un étau.

Bien des Canadiennes, d'ailleurs, contribuent au maintien de ce préjugé : ou bien elles craignent d'entrer en conflit avec la société qui a forgé d'elles cette image traditionnelle, ou bien elles ont simplement accepté cette image dévalorisante.



Les moyens de communication de masse renforcent encore ces stéréotypes. La publicité répète à satiété que, pour être une « vraie »

femme ou l'homme « idéal », il faut employer tel ou tel produit. Elle évoque souvent la femme sous la forme d'un être préoccupé au premier chef de son apparence, objet sexuel, créature superficielle qui se juge en fonction de son attrait sur les hommes. Les femmes sont invariablement représentées comme jeunes, élégantes et belles, mais l'intelligence, la culture, la sincérité, l'originalité, le talent leur sont-ils jamais attribués ? S'il arrive, ce qui est rare, que la publicité montre une femme exerçant une activité, elle la représente en train de « faire le parquet » ou de préparer un repas. Nombre de magazines féminins élèvent au Canada le travail domestique au niveau des beaux-arts et cherchent à imposer l'idéal de la parfaite ménagère. Les définitions spontanées du père et de la mère, données par les enfants d'une école maternelle de Montréal, révèlent l'efficacité de cette transmission des stéréotypes. Aussi la commission d'enquête invite-t-elle les « mass media » à changer de ton au sujet des femmes.

On dit parfois, en Amérique du Nord, que la puissance économique des femmes est dominante. L'étude de la commission d'enquête révèle au contraire que la puissance écono-

mique des Canadiennes est bien inférieure à celle des Canadiens :



elles reçoivent moins de 20 p. 100 du revenu du travail et possèdent un peu moins de la moitié des valeurs et des propriétés ; elles ne dépensent pas plus que les hommes en achats et le crédit qu'elles peuvent obtenir est réduit dans une certaine mesure par la loi et plus encore par les usages et les coutumes. Elles ne sont pour ainsi dire pas représentées dans les conseils d'administration et dans les bourses de valeurs. D'une étude portant sur cinquante-cinq sociétés parmi les plus importantes du pays, il ressort que sur 5 889 postes d'administrateurs et 1 469 postes de cadres dirigeants, on compte respectivement quarante et un et huit femmes. C'est dire que les femmes occupent moins de 1 p. 100 des postes de direction dans les grandes entreprises.



Les femmes n'ont donc que peu d'influence sur les destinées de l'économie canadienne. Pourtant, deux millions et demi de Canadiennes travaillent à plein temps, ce qui représente approximativement le tiers de la population active (et le tiers de la population féminine en âge de travailler). Au cours des dernières années, ce sont surtout les femmes mariées qui ont contribué à augmenter la proportion des femmes au sein de la population active. Le pourcentage d'activité des femmes mariées est en effet passé de moins de 4 p. 100 en 1941 à plus de 22 p. 100 en 1961 et à 30 p. 100 environ aujourd'hui.



La présence des femmes sur le marché du travail est donc maintenant un fait établi au Canada. Les statistiques montrent que c'est dans le groupe d'âge de vingt à vingt-quatre ans que l'on trouve le plus de Canadiennes travaillant au-

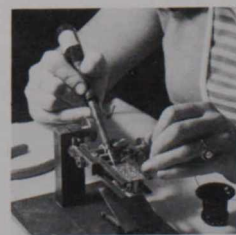
dehors ; un second sommet, un peu moins élevé, est atteint avec le groupe d'âge de quarante-cinq à quarante-neuf ans. Les femmes travaillent surtout dans le secteur tertiaire et dans les bureaux ; elles représentent moins de la moitié des membres des professions libérales et techniques. Leur niveau d'instruction n'est pas exactement le même que celui des hommes : plus de filles que de garçons terminent leurs études secondaires, mais moins de filles que de garçons possèdent un diplôme universitaire.

LES FEMMES DANS LA POPULATION ACTIVE (EN %)

	1959	1964	1969
Canada	26,7	30,5	35,2
Atlantique (1)	20,2	23,9	29,3
Québec	25,9	28,1	33,2
Ontario	29,6	34,0	37,8
Prairies (2)	26,5	30,7	36,0
Colombie-Britannique	25,8	31,2	36,4

(1) Terre-Neuve, Ile-du-Prince-Edouard, Nouvelle-Ecosse, Nouveau-Brunswick.  
(2) Manitoba, Saskatchewan, Alberta.

Le rapport de la commission d'enquête appelle les Canadiens à la lucidité : les lois peuvent bien accorder les mêmes chances, sur le plan professionnel, aux femmes qu'aux hommes, seul un changement radical dans les attitudes de la société pourra modifier la discrimination qui existe actuellement. Une femme très compétente peut avoir du mal à trouver une situation dans un emploi dit « non féminin » ; la plupart des employeurs qui veulent engager des cadres supérieurs s'adressent à des hommes ; peu de femmes dépassent le niveau des cadres moyens et cela, semble-t-il, du fait que beaucoup d'employeurs s'imaginent que les postes importants sont faits pour les hommes, attribuant consciemment ou non aux femmes les stéréotypes traditionnels.



Une expérience intéressante en a apporté la preuve aux membres de la commission. Pour savoir dans quelle mesure les employeurs sont influencés par la nature du sexe, on

Suite page 9