

ADIEU AU MODÈLE DU GAGNE-PAIN MASCULIN? LES STRATÉGIES D'EQUAL POUR DÉMONTER LES RÔLES ET LES STÉRÉOTYPES MASCULINS ET FÉMININS TRADITIONNELS

Des écarts entre les hommes et les femmes concernant le travail ménager non rémunéré

Aujourd'hui, environ 62% des ménages ont un "double revenu", ce qui fait de ce mode de vie le modèle dominant parmi les femmes et les hommes dans l'Union européenne^[1]. Pourtant, en dépit de la présence de plus en plus forte des femmes sur le marché du travail, la vie privée de nombreux couples reste inspirée du modèle du gagne-pain masculin. L'homme est perçu comme le fournisseur de la famille et la femme est censée assumer la plus grosse partie des tâches ménagères non rémunérées. Afin de réussir à concilier un emploi rémunéré et des ambitions de carrière, la maternité et le mariage ou la vie commune, le ménage et la vie sociale, les femmes se comportent de plus en plus comme des "super-femmes".

Les enquêtes sur l'utilisation du temps^[2], qui comparent le nombre d'heures passées par les femmes et les hommes à accomplir des activités liées au travail, aux tâches familiales et aux loisirs, révèlent que ce modèle traditionnel est loin d'avoir changé. En moyenne, dans tous les États membres, si l'on considère le temps total consacré à l'emploi rémunéré et aux tâches ménagères, les journées de travail des femmes sont plus longues que celles des hommes^[3]. Les disparités entre les sexes augmentent encore lorsque le ménage compte des enfants en bas âge. Comparativement aux femmes sans enfants, les mères qui vivent en couple passent en moyenne au moins une heure de moins par jour à travailler dans un emploi rémunéré. Ces mêmes mères consacrent quotidiennement entre cinq heures et demie et sept heures et demie aux tâches parentales et ménagères. Pour les hommes vivant en couple, la tendance est la même que pour les femmes: le temps consacré aux tâches ménagères augmente avec la venue d'enfants. Néanmoins, contrairement aux femmes, le temps passé dans un emploi rémunéré augmente ou reste stable lorsque les hommes deviennent pères.

L'on note cependant certaines tendances encourageantes qui pourraient faire pencher la balance en faveur d'une répartition plus équitable des tâches de garde et de ménage entre les femmes et les hommes. Les études qualitatives^[4] montrent un nombre croissant d'hommes désireux d'assumer leurs responsabilités paternelles. Toutefois, ce désir n'est la plupart du temps pas encouragé par les employeurs, les collègues de travail ni par les médias, qui tendent à véhiculer les images traditionnelles des rôles de chaque sexe. De plus, la contribution des hommes au travail de la "seconde équipe", c'est-à-dire le travail à domicile non rémunéré, se limite pour l'essentiel à nourrir les bébés, à les baigner, à changer leurs langes, à conduire les enfants à l'école ou au jardin d'enfants et, surtout, à jouer avec eux. La participation des hommes aux tâches ménagères est beaucoup moins prononcée.

Se battre pour changer les rôles des femmes et des hommes

Depuis les années 1980, les programmes d'action communautaire pour l'égalité des chances des femmes et des hommes répondent au besoin de changer les attitudes vis-à-vis des rôles des uns et des autres, un besoin considéré comme un élément essentiel des politiques d'égalité de genre. L'actuelle stratégie-cadre en matière d'égalité entre les femmes et les hommes (2001-2005) souligne que l'atteinte de l'égalité consiste à "promouvoir des changements durables des rôles parentaux, des structures familiales, des pratiques institutionnelles, de l'organisation du travail et du temps, (...) des changements qui concernent aussi les hommes et l'ensemble de la société (...)".

Apprendre de nouveaux rôles de genre et oublier les anciens

EQUAL contribue à promouvoir l'égalité au niveau des soins non rémunérés et du travail familial au travers de stratégies et de concepts visant à impulser des changements dans les rôles et le partage des tâches entre les femmes et les hommes de l'actuelle génération de parents. Dans certains États membres, cette politique est combinée à des stratégies destinées aux jeunes et même aux enfants afin de remettre en cause les stéréotypes dans ces étapes cruciales de la vie au cours desquelles les rôles de genre se forment. Bien que la plus grande partie de ces approches visaient les hommes au premier chef, un grand nombre d'entre elles avaient aussi

pour but de dépasser les modèles du "gagne-pain" et de la "super-femme". Diverses actions ont été testées et suivies de près, les plus réussies d'entre elles étant présentées ci-dessous.

Des campagnes médiatiques

Pour ce qui est des changements mesurables, la campagne médiatique EQUAL la plus importante a été menée aux Pays-Bas. Elle a été conçue comme une stratégie de marketing ciblant un nouveau produit commercial. En tenant compte du style de vie spécifique et des caractéristiques d'un groupe-cible donné, de telles stratégies visent à constituer une masse critique de personnes susceptibles, après réception du message, d'adopter un nouveau produit en le considérant comme le plus adéquat. Suivant un principe similaire à une réaction nucléaire en chaîne, cette masse critique enclenche un processus continu de multiplication pour finir par susciter des changements durables. Dirigée par le ministère du Travail et des affaires sociales, cette campagne néerlandaise assortie du slogan "Les hommes en tête" a atteint les objectifs précités.

Son message était simple: si plus d'hommes étaient prêts à participer davantage aux tâches ménagères, plus de femmes seraient à même d'accéder au marché du travail et de concilier leurs vies professionnelle et familiale de façon plus satisfaisante. Toutefois, au lieu de demander au ministre responsable ou aux organismes chargés de l'égalité de genre de "prêcher" les attitudes politiquement correctes, comme cela s'est souvent vu par le passé, les partenaires EQUAL ont fait appel à un mélange savant d'activités afin de pousser les "gens à débattre autour de leur table de cuisine", espérant ainsi accomplir un premier pas décisif vers des changements.

Afin de stimuler les débats, on a bombardé le public d'une succession de messages à la télévision et à la radio, associées à d'autres activités telles qu'une conférence de presse, un [site Internet](#), une série de discussions télévisées et d'innombrables événements partout dans le pays. Le premier message communiqué consistait à **confronter les hommes aux excuses qu'ils ont tendance à invoquer afin d'éviter d'assumer plus de responsabilités à la maison**. Après un certain temps, la stratégie a été peaufinée pour se concentrer davantage sur la motivation et l'inspiration plutôt que sur la provocation. Cette seconde vague de messages concernait **la nécessité pour les femmes d'abandonner leur "monopole du ménage et des soins"** et leurs croyances bien enracinées sur la façon dont les choses doivent être faites. Il y était également question du fait que la plupart des employeurs, des collègues et des amis masculins ne réagissent pas avec enthousiasme lorsqu'un homme prend à sa charge davantage de travail ménager. Sur une période de 16 mois, cette campagne a encouragé les hommes à entamer un dialogue sur la répartition égale des tâches familiales avec leur employeur ainsi qu'avec leurs amis et collègues. Avec l'aide du projet, cette campagne a poussé de nombreux **hommes à conclure des "accords de partage des rôles" avec leur partenaire et/ou leur employeur**.

Dans le but de diffuser son message, le partenariat créé au titre d'EQUAL a convaincu d'autres organisations de se joindre à lui. Avec la collaboration de grandes entreprises, d'ONG et de la première équipe de football du pays, ce partenariat a organisé des activités pour permettre aux pères de ressentir l'agrément et la satisfaction que peut procurer le temps de qualité passé avec ses enfants, et la différence que ce changement peut apporter à la vie de leurs enfants et de leur partenaire. Suivi de très près, l'impact de cette campagne médiatique a été impressionnant:

- Trois mois après son lancement, la campagne était connue par 55% de la population néerlandaise.
- Au cours de la même période, un changement d'attitude a été noté concernant l'affirmation: "*S'il y a des enfants en bas âge dans la famille, la mère ne devrait pas avoir un emploi*". Alors qu'en janvier 2003, 40% des personnes peu instruites qui avaient été interrogées étaient d'accord avec cette affirmation, elles n'étaient plus que 25% en avril de la même année. Parmi les personnes à haut niveau d'études, 38% se disaient "tout à fait d'accord" en janvier et plus que 30% en avril 2003.
- Selon l'analyse finale effectuée en mai 2004, **59% des hommes et 52% des femmes parlaient au moins une fois par mois du sujet du partage des tâches familiales**. Des accords sur le partage de ces tâches sont mentionnés comme le résultat le plus fréquent de la campagne. Entre avril 2003 et mai 2004, **le nombre d'hommes ayant négocié des accords de partage des tâches est passé de 67% à 88%** tandis que, chez les femmes, ce pourcentage est resté stable à 72%.

La coopération transnationale et le travail thématique européen ont permis de transférer ces bonnes pratiques néerlandaises vers des partenariats EQUAL établis dans d'autres États

membres. En France, le ministère du Travail a incorporé ce type d'activité dans la gamme de mesures éligibles à un financement dans le cadre du Fonds social européen.

L'apprentissage par la pratique fait toute la différence

La formation pratique aux nouveaux rôles et nouvelles tâches s'est avérée particulièrement efficace lorsque l'on **tient compte du contexte culturel spécifique**. En France, où les maternelles et les écoles sont rarement des points de rencontre pour les parents, les nouveaux centres de quartier ont été bien accueillis tant par les femmes que par les hommes. Leurs utilisateurs ont apprécié l'idée de transférer le débat sur le partage des tâches de la maison vers un terrain neutre. Dans plusieurs régions, EQUAL a donné aux hommes et aux femmes la possibilité de se réunir et de parler, avec ou sans l'aide de professionnels.

- À Paris, l'**École des parents** a organisé des ateliers dans lesquels les parents apprennent des solutions pratiques pour le partage des tâches entre mère et père. Au début, on y voyait surtout des mères mais, au fil du temps, le nombre de pères participant à ces ateliers a augmenté considérablement. Ceux-ci prétendent que le fait d'**apprendre auprès de ses semblables** qui sont plus avancés dans le dépassement des rôles de genre traditionnels les aide à envisager de faire de même plus sérieusement, par exemple, en prenant un congé parental.
- Dans d'autres villes, les "cafés de parents" ont invité les hommes et les femmes à exprimer ce qu'ils ressentent et pensent concernant les anciens et les nouveaux rôles de genre. Là aussi, les parents étaient encouragés à se rencontrer, avec ou sans leurs enfants, et à entreprendre des **activités pratiques impliquant des changements de ces rôles**. Les hommes et les femmes y découvraient qu'ils possédaient des compétences souvent jugées typiques de l'autre genre, par exemple cuisiner, construire des jouets techniques, jouer au football, raconter des histoires, jouer de la musique ou chanter des berceuses, et qu'eux aussi y prenaient plaisir.

En Italie, les stratégies EQUAL visant à changer les attitudes se fondaient sur l'hypothèse que les hommes aimaient planifier et mettre en œuvre des projets d'une certaine durée, mais pas être "condamnés" en permanence à des tâches ménagères ou à la garde des enfants. Le "travail par projet" a été employé pour préparer le terrain à une implication meilleure et durable des hommes dans les tâches familiales.

- Les projets EQUAL ont emmené les hommes en "**voyage de changement**" à partir de leur situation effective, et les ont aidés à **atteindre un objectif** concret, par exemple suivre un [cours](#) de soins néonataux, consacrer le samedi matin à passer du temps de qualité avec leurs enfants ou préparer un repas pour la famille une fois par semaine, y compris faire les achats nécessaires et nettoyer la cuisine une fois le repas terminé.
- Au travers de [cours "réservés aux hommes"](#), d'autres partenariats EQUAL ont aidé les hommes à évaluer et **améliorer leurs compétences de gestion ménagère**. Ces programmes ont assuré des formations aux travaux ménagers tels que repassage, cuisine, lavage ou nettoyage de maison. En même temps, selon les participants, ceux-ci prenaient davantage conscience de la valeur et du fardeau que représentent les tâches ménagères non rémunérées.

Promouvoir l'égalité depuis l'école maternelle jusqu'à l'université

En travaillant avec les enfants et les jeunes, EQUAL s'est occupé non seulement des problèmes du partage des tâches et des choix professionnels des futures générations, mais aussi des modèles d'attitudes suivis par la génération actuelle de parents.

Les formations et cours pour adultes développés par les partenaires EQUAL dans nombre de pays ont permis aux **enseignants de maternelles et d'écoles primaires** de laisser les garçonnets et les fillettes découvrir les différences de genre existantes et de rompre avec les perceptions stéréotypées des hommes et des femmes. Par exemple, les modèles de rôles découverts dans les groupes de maternelles ont été liés à l'analyse des différentes tâches accomplies par les mères et les pères à la maison. Des jeux de rôles et des débats ont amené des questions sur les causes de l'inégalité et les façons dont les enfants envisageaient leur propre vie d'adulte. Presque inévitablement, ce processus a encouragé la poursuite des débats au sein des familles. Appuyés par des événements de sensibilisation et de formation, les parents sont devenus plus ouverts à un réexamen de leur propre façon d'agir en tant que modèles de

rôles, et donc à envisager des changements sur ce plan. Le matériel et les outils didactiques élaborés par les projets contribuent à accroître encore la diffusion de cette approche.

Un [partenariat espagnol](#) a mis au point et testé des **programmes de cours novateurs pour écoles primaires et secondaires**, qui ont remis en cause les rôles de genre traditionnels ainsi que l'intégration subtile des stéréotypes correspondants dans la science et la technologie. Plutôt que de proposer de nouveaux cours généraux sur l'égalité des chances, ces programmes tirent profit de processus ménagers tels que la cuisson ou le repassage pour expliquer certains phénomènes chimiques et physiques. Ce modèle a été couronné de succès: les jeunes, en particulier les garçons, ont commencé à se rendre compte de la valeur du travail non rémunéré presté par les femmes et à accepter davantage de responsabilités à la maison. Le programme a beaucoup attiré l'attention des médias et suscité nombre de débats parmi les enseignants et les parents, ce qui a incité les autorités compétentes à envisager d'adopter l'approche d'EQUAL.

Aux Pays-Bas, EQUAL s'est également appuyé sur les études indiquant que les jeunes hommes en début de carrière ont une vision plus égalitaire que la génération précédente en ce qui concerne le partage des responsabilités des soins avec leur épouse ou partenaire. Par exemple, afin d'être des pères plus proactifs, 40% des ingénieurs néerlandais aimeraient travailler moins d'heures mais, à cause de diverses barrières, ils n'agissent pas en ce sens. Au moyen d'un [outil Internet](#), un partenariat a encouragé les hommes à rendre visibles ces barrières et leur a aussi proposé des solutions pratiques pour les supprimer. De plus, EQUAL a testé des moyens de mettre à l'ordre du jour les questions de la parenté et des rôles de genre dans l'enseignement secondaire et supérieur, c'est-à-dire à un âge où les parcours professionnels sont en formation. Les membres d'un groupe d'ingénieurs qui combinent effectivement travail et soins ont reçu une formation d'"**ambassadeurs**" d'un nouveau modèle de rôle masculin. Ces hommes ont donné des conférences aux étudiants et leur ont transmis leur expérience. Toutes ces expériences positives ont été synthétisées et intégrées dans du matériel et des outils d'enseignement, notamment un module de formation faisant partie de programmes d'enseignement technique des universités. Ce matériel et ces outils font l'objet d'une demande de la part d'un nombre croissant d'établissements d'enseignement.

Recommandations

Changer les attitudes et les perceptions liées aux rôles et au partage des tâches entre les femmes et les hommes demande des stratégies à long terme et une grande opiniâtreté. Les bonnes pratiques EQUAL et une masse énorme de matériels et d'outils développés par les partenariats sont mis à la disposition des diverses catégories de décideurs afin de les aider à susciter des changements.

Les **autorités de gestion d'EQUAL** des États membres devraient être conscientes que les partenariats de développement ne peuvent, dans la plupart des cas, qu'accomplir les premiers pas cruciaux pour faire pencher la balance en faveur d'une répartition plus équitable des soins et des autres responsabilités familiales. Pour permettre la poursuite de l'action, elles devraient coopérer avec les autorités compétentes afin d'assurer:

- **le financement de campagnes médiatiques d'une durée plus longue et pas seulement d'événements publicitaires de courte durée;**
- **le financement de telles campagnes en tant que partie intégrante de programmes à subventions publiques visant l'égalité de genre sur le marché du travail.**

Les décideurs politiques et les autorités chargées de l'éducation et de la formation devraient:

- réexaminer les **programmes de cours** à tous les niveaux et veiller non seulement à l'intégration transversale des aspects d'égalité de genre mais aussi à introduire **divers modules centrés sur une répartition plus équitable des soins et des autres services non rémunérés à la maison;**
- inclure cette question spécifique **dans la formation et l'enseignement continus des enseignants.**

Les décideurs politiques locaux devraient:

- **inscrire l'avenir de la condition de parent dans leur agenda** et envisager de transformer les centres de collectivité, maternelles et écoles en des lieux où femmes et hommes peuvent se rencontrer pour apprendre de nouveaux rôles de genre et "désapprendre" les stéréotypes et attitudes qui entravent la progression vers une société qui valorise et nécessite le plein potentiel tant des femmes que des hommes.

Notes

[1] Eurostat: Statistiques en bref, Thème 3 -9/2002

[2] Eurostat: Statistiques en bref: *Comment les femmes et les hommes passent leur temps*, résultats issus de 13 pays européens, 2004

[3] À l'exception du Danemark, de la Finlande, de la Suède et du Royaume-Uni, où ce temps est presque équivalent.

[4] Par exemple: Margret Fine-Davis et al.: *Fathers and mothers - Dilemmas of the Work-Life-Balance (Pères et mères - les dilemmes de l'équilibre travail-vie familiale)*, Dublin, 2002