

Zeitschrift: L'Émilie : magazine socio-culturelles
Herausgeber: Association Femmes en Suisse et le Mouvement féministe
Band: [93] (2005)
Heft: 1498

Rubrik: Dossier
Autor: [s.n.]

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 04.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Jouets : quand commerce et stéréotypes de genre font bon ménage

Voici Noël et ses cortèges de jouets. Les gentilles petites filles et les gentils petits garçons s'apprêtent à recevoir des myriades de cadeaux, tandis que les magasins se frottent les mains à l'idée de réaliser en quelques semaines une partie considérable de leur chiffre d'affaire annuel. Les intérêts les plus réactionnaires se combinent à merveille avec la reproduction, dès le plus jeune âge, d'une différence entre enfants selon leur sexe.

CHRISTIAN SCHIESS

Rien n'est plus innocent en apparence qu'un jouet, surtout lorsqu'il est offert à un enfant. Et pourtant, il se révèle un moyen redoutable de reproduire les stéréotypes de genre. Quand bien même les parents en sont conscients et tentent de limiter les dégâts, les obstacles restent nombreux : contact de plus en plus précoce avec la télévision et autres supports publicitaires, cadeaux offerts par l'entourage, puis pression à la conformité exercée par les pairs. Ce sont finalement les choix mêmes des enfants qui amènent les parents à adopter les signes traditionnels de genre, et ce indépendamment de toute la bonne volonté que l'on peut mettre en œuvre.

Faut-il pour autant abdiquer, à l'image de ce qu'a pu suggérer une ancienne féministe face à la vacuité de l'éducation non-sexiste qu'elle a cherché à donner à ses propres enfants ? L'envie de répondre par la négative se trouve stimulée lorsqu'on sait que l'ancienne féministe en question est l'actionnaire principale du quatrième groupe publicitaire mondial, lequel a par ailleurs vendu un soutien-gorge avec des slogans tels que « Quand on me dit non, j'enlève mon pull », ou « Mon banquier me préfère à découvert »¹ ? On se dit alors qu'il vaut mieux aller chercher des conseils ailleurs pour savoir quelle route suivre. La mise en cause du sexisme véhiculé par les jouets est peut-être moins aujourd'hui une question d'éducation que de lutte contre les intérêts qui sont en jeu dans leur distribution. L'offre commerciale prend appui en effet sur un mode d'organisation économique qui, malgré tous les progrès enregistrés, a toujours besoin de femmes qui effectuent gratuitement le travail domestique, et mieux vaut qu'elles le fassent avec le sourire : « Change la couche et fais risette », scande ironiquement un catalogue contre les jouets sexistes.²

Faut-il donc s'étonner de voir des jouets sexuellement différenciés s'adresser de plus en plus tôt aux enfants, alors même que les rôles traditionnels sont remis en cause ? Avant même d'être en mesure de saisir quoi que ce soit à la différence biologique des sexes³, le garçon doit comprendre qu'il n'est pas une fille et la fille qu'elle n'est pas un garçon. Dernier modèle en date de cette frénésie différenciatrice, le « hochet réversible garçon/fille » proposé par un catalogue de jouets en ligne (juste à côté du hochet réversible chat/souris). Cette logique favorise à la fois une différenciation des rôles sociaux et des produits commerciaux. Pourquoi en effet se gêner de puiser dans les stéréotypes les plus vieux jeu quand on peut, aussi tôt que possible, vendre deux versions différentes du même jouet : par exemple un rose et un bleu, ou alors cette boîte à musique proposée par maman-nature.com : elle est équipée d'une figurine qui « n'a pas d'expression faciale pour laisser à votre enfant le soin de l'imaginer ». Ce qui paraît inimaginable en revanche (et sans doute moins lucratif), c'est que bébé puisse s'identifier à

sa guise à un vêtement, car il existe une version avec pantalon et une autre avec robe. L'imagination des enfants a ses limites et elles sont définies dans la mesure de ce qu'autorise la différence des genres.

Les jeux et les jouets ne sont donc pas neutres. Et s'ils l'étaient vraiment, alors on voit mal pourquoi, par exemple, le Pentagone irait sponsoriser un jeu vidéo où il s'agit de tuer des méchants barbus à robe longue (tiens, les robes ce n'est pas pour les filles ?). On voit mal aussi pourquoi ils susciteraient tant de réactions lorsqu'on intervertit les objets attribués à l'un ou l'autre sexe. Dans le cas des filles qui jouent avec des jouets destinés aux garçons, l'étonnement prendra plus facilement la forme d'un encouragement, signe sans doute d'un certain progrès. Dans l'autre cas, lorsqu'on ne retire pas purement et simplement au garçon un jouet « de fille », on manifesterait une désapprobation qui peut prendre la forme d'un rire ou ne serait-ce que d'un simple rictus, signes en apparence anodins mais dont on peut supposer qu'ils entraînent durablement des mécanismes d'autocensure. Et tout cela se passe sans que papa et maman ne soient homophobes pour un sou (d'ailleurs ils ont voté pour le Pacts). On appréciera alors à leur juste valeur les actions subversives des Yes Men lorsqu'ils trafiquent un jeu vidéo de guerre pour que les soldats s'administrent des baisers plutôt que des balles⁴, ou celles du collectif féministe toulousain des « Cyprinettes Enragées » collant des étiquettes sur des emballages de poupées Barbie dont la panoplie officielle s'est vue enrichie d'une « Barbie lesbienne »⁵.

Reste pour les plus timoré-e-s la possibilité d'aller consulter un pédopsychiatre lorsque petit bout d'chou manifeste des signes de non-allégeance aux codes. On imagine alors la tête des parents en ressortant de la consultation : notre petit-e est dif-fé-rent-e ! Mais différent-e de quoi au fait ? Des catalogues de jouets ? Peut-être bien après tout : ce qu'on ne supporte pas, c'est peut-être d'avoir des enfants différents des jouets qu'on leur offre.

¹Marie Bénilde évoque la position d'Elisabeth Badinter dans le groupe Publicis : « Une agence publicitaire et ses réseaux », *Le Monde Diplomatique*, juin 2004

²<http://publisexisme.samizdat.net/Catalogue.pdf>

³Anne Dafflon-Novelle relève que jusqu'à l'âge de 5-7 ans, les enfants ne saisissent le « sexe » et la différence qu'il est censé signifier qu'à partir des codes qu'on leur impose culturellement : habits, cheveux, etc. (voir interview p. 16)

⁴www.theyesmen.org

⁵A côté d'une « Barbie putain » et d'une « Barbie battue livrée avec ses accessoires indispensables : maquillage pour masquer son œil au beurre noir »



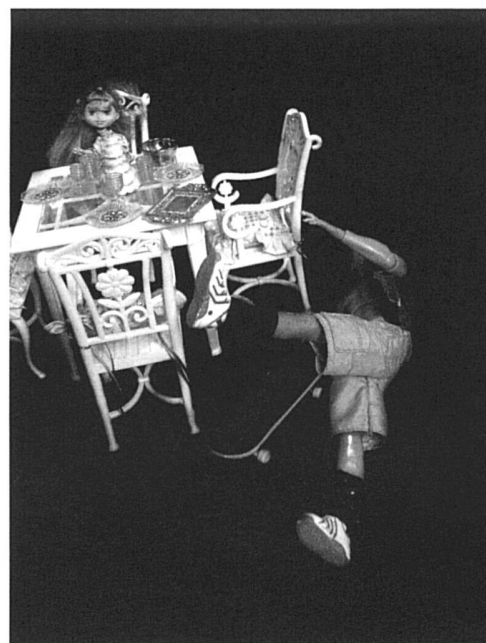
Il était un fois un pater familias
et sa famille dans le vent



Pater familias est très fatigué en rentrant à la maison:
il manifeste son désarroi en mettant les pieds sur la table.
Heureusement sa princesse est totalement disponible...



Dimanche, pater familias se métamorphose
en nouveau père: quelle complicité avec son aînée!



Mais être un nouveau père n'est
pas si facile, n'est-ce pas
pater familias?

Une histoire de jouet

Noël. Que de souvenirs de ces moments magiques où enfants nous ouvrons fébrilement nos cadeaux. Quelles déceptions parfois parce que nous aurions souhaité recevoir le cadeau offert à notre frère ou à notre sœur. Quelle petite fille n'a pas rêvé d'échanger sa dinette avec la voiture télécommandée de son frère ? Ou réciproquement. Bref, qui n'a pas souhaité sortir des limites des jouets réservés à son genre ? Comment se fait-il, que de manière consciente ou non, on assiste à la reproduction de la répartition sexiste et discriminante des jouets ? Est-ce que les jouets en tant que jouets sont réellement sexués ? Ou bien est-ce notre interprétation qui les « genre » ?

CORINNE TADDEO

On pourrait, dans un premier temps, se poser la question de comment s'est constitué ce monde sexiste des jouets. En effet, peut-on vraiment considérer que les jouets ont toujours été l'illustration d'un monde genré ? Bien peu de traces historiques iconographiques ou littéraires demeurent des jouets d'autrefois. Néanmoins, une étude faite sur ce thème tend à démontrer que l'évidence contemporaine s'est, en fait, progressivement installée.

Au Moyen Âge, le monde des garçons et celui des filles semblent nettement séparés. L'univers des premiers est le plus riche, les filles n'étant que rarement représentées et seulement avec une poupée ou un hochet. Néanmoins, la production attestée de figurines de plomb ou d'étain, entre 1300 et 1550, semble démontrer que ces figurines, qui s'attachaient à représenter « le monde en miniature », s'adressaient autant aux garçons qu'aux filles même si leur usage n'a pas laissé de traces iconographiques ou littéraires.

Deux siècles plus tard, une lente évolution, venue des pays du Nord, confirmée par l'iconographie flamande du XVII^e siècle, se manifeste sous deux aspects, d'une part celui du nombre croissant de représentation de fillettes dans les gravures et les peintures et d'autre part l'avènement de tout un panel de jouets communs aux filles et aux garçons ; le seul jouet qui soit spécifique est la poupée pour les filles. En effet, plusieurs peintures montrent des fillettes jouant à la crosse ou avec un tambour. Par exemple, le peintre suisse Conrad Meyer, en 1657, peint une petite fille avec une poupée sur ses genoux et un berceau, mais une balle et des osselets, jeux d'adresse physique, sont aussi représentés.

De plus, la sexuation des jouets ne se fait pas dans la prime enfance, elle apparaît pour les garçons vers l'âge de cinq ou six ans, en même temps que l'éducation à proprement parler. Ceci laisse supposer que durant ce premier âge, les jouets sont utilisés indifféremment par les garçons ou les filles.

Durant le XVIII^e siècle, cette évolution se maintient. Et si les représentations picturales des jouets sont limitées par rapport à la production réelle de ceux-ci – plusieurs centaines de milliers retrouvés dans des inventaires à la fin du siècle – il semble néanmoins que le discours iconographique s'avère bien moins normatif que celui émis par les pédagogues. Une figure emblématique de ce discours est « l'Émile » de Rousseau, où l'attrait des

petites filles pour les poupées et pour la toilette acquiert une naturalité qui balaye définitivement la possibilité d'une éducation commune. L'inscription d'une différence de nature entre fille et garçon permet de justifier philosophiquement une sexualisation des jouets et de l'éducation.

La pédagogie genrée associée aux jouets s'effectue en parallèle à l'émergence de l'enfant comme figure sociale dans notre société. L'importance donnée aux années formatrices est concomitante à l'importance donnée à l'enfant et débute, dans les grandes lignes, durant la seconde moitié du XVIII^e siècle, qui voit un développement significatif de la littérature de jeunesse. Les enjeux sociaux du XIX^e siècle – révolution industrielle et donc besoin d'un grand nombre de main-d'œuvre qualifiée, émergence de la citoyenneté et donc importance de la formation du futur citoyen engagé – renforce cette évolution.

À la fin du XIX^e, l'invention et le développement de la psychanalyse contribuent à figer les rôles des hommes et des femmes – ainsi que leurs rapports – par la création de normes devenues difficiles à dépasser. Cette fixation des rôles, à priori réconfortante, laisse peu de diversité à l'expression individuelle des femmes comme des hommes. Mais au cours des XIX^e et XX^e siècles, un glissement s'opère entre une analyse du jouet comme objet visant un but pédagogique précis et une remise en question du jouet en tant que symbole des représentations sociales à un moment donné. En effet, si dans la première moitié du XX^e siècle, les visées pédagogiques du jouet étaient l'intégration du futur adulte dans la société, volontiers considérée comme immuable, il s'agit, dans la seconde moitié, d'interroger la société dans ce qu'elle propose d'elle-même à travers la littérature pour enfants et les jouets. Ainsi, à l'heure actuelle, deux siècles après les débuts significatifs de la littérature de jeunesse, il existe un nombre conséquent d'études sur les représentations sociales véhiculées tant par les livres scolaires et les livres pour enfants que les jouets.



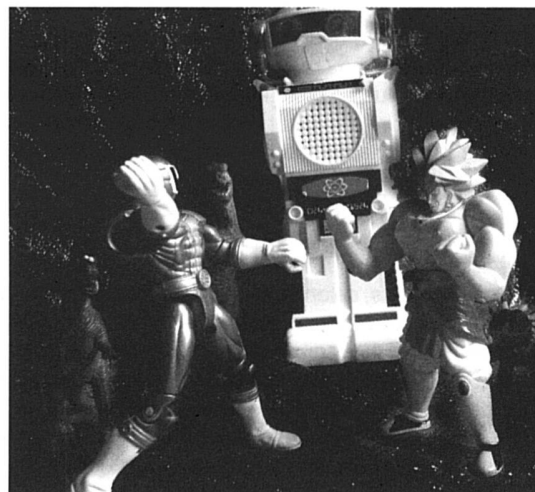
Georges, Nicolas et Christoph sont sur le pied de guerre, Pamela a disparu.



Malgré les moyens mis à disposition et leur redoutable sens de l'orientation, Georges, Nicolas et Christoph sont pris dans les embouteillages...



Les super héros intergalactiques sont appelés en renfort. Arriveront-ils à temps pour sauver Pam?



Pam a été retrouvée. Merci les super héros!

Les jouets : stéréotypes « éducatifs »

Anne Dafflon Novelle est psycho-sociologue. Elle est bien connue pour ses travaux sur la division genrée dans la littérature enfantine, les jeux et les jouets, dont un livre à paraître : *Filles-garçons : regards croisés*¹.

PROPOS RECUEILLIS PAR E.J.-R.

L'émilie: Quelles sont les principales différences que vous observez entre les jouets de filles et les jouets de garçons ?

Anne Dafflon Novelle: D'abord, si on inspecte les catalogues de jouets, la première distinction frappante est l'offre plus importante et plus diversifiée de jouets destinés aux garçons que de jouets destinés aux filles. Ensuite, le type de jouet diffère considérablement suivant qu'il s'adresse aux filles ou aux garçons. Pour les filles, ce sont presque exclusivement des jouets liés aux activités ménagères, maternantes ou esthétiques: dînette, poupées, nécessaires de coiffeuse ou trousse de maquillage. Pour les garçons, les jouets renvoient davantage à la sphère professionnelle: tenues de pompier, de gendarme ou de chantier, microscopes, trousse de médecin etc.

L'émilie: Quelles évolutions avez-vous constaté au cours de ces dernières années dans le marché des jouets ?

A.D.N.: Je dirais que ce qui est le plus frappant est l'extension de la division sexuée des jouets à un âge toujours plus bas. Les jouets premier âge étaient généralement, il y a quelques années encore, neutres du point de vue du sexe, alors que maintenant il y a des versions fille et des versions garçon des jouets d'éveil. Par exemple, même un simple jeu d'emboîtement est désormais connoté sexuellement: il est en forme de voiture pour les garçons et de couleur pastel pour les filles. Le phénomène est le même en ce qui concerne les vêtements, même la layette des bébés se décline au féminin et au masculin. C'est une question de marketing, un jeu qui est connoté sexuellement ne se transmet pas d'une fillette à un garçonnet, il faut donc acheter deux versions du même jouet. Je constate aussi que les jouets imitent de plus en plus fidèlement les objets des adultes, par exemple, l'aspirateur-jouet reproduit exactement les caractéristiques d'un vrai aspirateur. Et les jouets sont toujours plus chers.

L'émilie: Quel impact cette division sexuée des jouets a-t-elle sur les enfants ?

A.D.N.: Les jouets, selon leurs caractéristiques permettent de développer différents types de compétences. Ainsi, les jouets destinés aux filles, les poupées ou la dînette, permettent des activités à plusieurs et n'ont pas de finalité, on peut jouer à la poupée pendant des heures et recommencer à l'infini. Ce style de jeux apprend la coopération et développe avant tout des compétences verbales. Tandis que les jouets destinés aux garçons nécessitent des manipulations dans l'espace, la résolution de problèmes techniques et permettent de jouer seul. Ainsi, les garçons développent des compétences techniques, la faculté de s'orienter dans l'espace, mais n'apprennent pas la coopération.

L'émilie: Les enfants sont-ils vraiment déterminé-e-s dans le choix de leurs jouets, n'ont-elles/ils aucune marge de manœuvre par rapport à ce que les adultes en général, et les marchands en particulier leur proposent ?

A.D.N.: Les études montrent que jusqu'à l'âge de sept ans, les enfants n'ont qu'une représentation sociale du sexe. Ce n'est qu'aux alentours de sept ans que les enfants découvrent le sexe génital. Avant cet âge, ils/elles font de petites statistiques pour se repérer entre féminin et masculin. Par exemple, ils/elles voient un certain nombre de fois la couleur rose associée aux filles donc ils en concluent que le rose est intrinsèquement féminin, idem avec la longueur des cheveux et les jouets. Alors oui, les enfants sont très facilement influençables par le marketing sexué des marchands de jouets. Car pour un garçon, jouer avec des jouets destinés aux filles, c'est presque être une fille. D'ailleurs, c'est encore plus vrai pour les garçons que pour les filles. Car pour les filles, il y a une certaine valorisation à jouer à des jeux destinés aux garçons. L'imaginaire social se satisfait d'une fillette qui joue au camion, par contre, il s'inquiète d'un garçon qui joue à l'esthéticienne.

L'émilie: Si les petits enfants pensent que ce sont les indices socio-culturels qui sont pertinents pour déterminer le sexe, quel est le rôle des parents dans l'idée que se font les enfants du masculin et du féminin ?

A.D.N.: Les parents n'ont à vrai dire que peu d'impact sur ces représentations, car ils ne sont qu'une petite partie de la sphère d'influence de l'enfant face à la masse de messages sociaux convergents. D'ailleurs à la question « qui conduit la voiture ? », les enfants répondent presque systématiquement « papa », même si leur père n'a pas le permis de conduire. Les parents peuvent donc difficilement résister au besoin des enfants de se conformer aux stéréotypes sexuels véhiculés par les jouets. C'est problématique, car jusqu'à l'âge de sept ans, les parents peuvent difficilement contrebalancer l'influence du marketing sexué des jouets, et une fois atteint cet âge, l'enfant a déjà intégré une partie des stéréotypes de genre. L'idéal serait que les jouets soient le plus neutres possible du point de vue du sexe. Mais comme les marchands ont des intérêts économiques à créer des jouets destinés spécifiquement à l'un ou l'autre sexe, je ne vois pas très bien comment renverser cette tendance.

¹Sous la direction d'Anne Dafflon Novelle, à paraître d'ici fin 2005 aux Presses Universitaires de Grenoble

Un peu d'action

CORINNE TADDEO

Le choix difficile du jouet de Noël pour le neveu, la nièce, la fille, le fils, est une expérience toujours renouvelée et rendue plus aiguë par l'offre pléthorique proposée dans les grandes surfaces et les magasins spécialisés. Bien sûr, les acheteurs potentiels et avisés peuvent toujours consulter les catalogues destinés à les mieux diriger dans le labyrinthe du monde de l'hyperconsommation ludique. En les compulsant, ils verront que les concepteurs desdits catalogues leur ont déjà simplifié la tâche en proposant une séparation claire entre les jouets pour filles et ceux pour garçons. Plus besoin, dès lors, de chercher dans tout le catalogue ou tout le magasin : la zone rose pour les filles, la bleue pour les garçons.

Évidemment, les jouets ne sont pas les mêmes. Dans la plupart des cas, cette répartition reconduit les stéréotypes les plus caricaturaux. Passant de la petite mallette de maquillage à l'aspirateur miniature, ou encore au modèle réduit de machine à laver, du côté rose, au mécano, playmobil, ou tenues de combat du héros virtuel préféré du côté bleu. La discrimination genrée du monde merveilleux des jouets semble être, sinon une règle, du moins toujours d'actualité.

Maryelle Budry, psychologue qui déploie son activité militante tant dans le monde politique que social, se retrouvant sur les listes du parti SolidaritéS, au comité ELISA-Asile pour la défense du droit d'asile, et féministe depuis les années septante, membre du Collectif du 14 juin dès sa fondation en 1990, a décidé d'agir concrètement.

Inspirée par les actions directes conduites conjointement par Mix-Cité (www.mix-cite.org), les Panthères roses (www.pantheresroses.org), et Du Côté des Filles (www.ducotedesfilles.org) en France, elle a mobilisé des membres du Collectif du 14 Juin pour conduire une action similaire. Ces organisations ont édité un catalogue établissant un parallèle entre les jouets pour les filles et le travail ménager effectué à 80% par les femmes, ou encore le culte de l'apparence en évoquant l'élection de Miss France – la seule qu'une femme soit certaine de gagner. Pour les garçons, le bricolage, et surtout la violence, avec un mini punching ball remplacé, une fois le garçon adulte, par une femme.

S'associant aussi au Bureau de l'égalité entre la femme et l'homme du canton de Berne, qui a publié un dépliant informatif «Barbies, rollers et héros virtuels», ces militantes ont distribué les tracts «En rose ou vert-de-gris, j'apprends mon rôle», le dépliant ainsi que le catalogue. Cette action a été conduite le 11 décembre 2004 devant et dans le magasin des Jouets Weber, rue de la Croix-d'Or à Genève.

L'accueil du personnel et des cadres des Jouets Weber a été plutôt positif, se souvient-elle. Les responsables ont manifesté leur intérêt pour la question du sexisme des jouets et ont souligné que leur offre excluait déjà tous les jouets à caractère guerrier.

La réaction des acheteur-euse-s frénétiques de décembre à l'extérieur du magasin n'a pas, malheureusement, eu les mêmes résultats. Leur indifférence a poussé les militantes à l'intérieur. Là, au chaud entre les rayons de jouets, ou encore dans la file d'attente pour payer les cadeaux dûment choisis, les clients étaient beaucoup plus ouverts à la discussion.

Bien souvent, il a paru que cette discrimination sexiste dénoncée par les tracts était très largement reconnue, voire anticipée par les clients, et les stéréotypes ainsi véhiculés perdaient un peu leurs couleurs chatoyantes pour prendre cette demi-teinte légèrement poussiéreuse des objets délaissés, à la satisfaction de Maryelle Budry et de ses camarades.

Néanmoins, quelques réactions négatives, comme un jeune couple rappelant les textes religieux, lieu de justification ultime et définitive de cette discrimination, démontrent que de telles actions sont toujours utiles.

Le bilan positif de cette action a encouragé les participantes à la reconduire cette année. On ignore encore quel magasin les militantes du Collectif du 14 juin choisiront.

INDÉPENDANT
PAR NATURE



Deux entrées gratuites

Abonnez-vous...

■ tarif de soutien	CHF	456.-
■ tarif promotionnel 1^{re} année	CHF	295.-
au lieu de	CHF	349.-
■ avs/ai/chômage/moins de 26 ans	CHF	266.-
■ étudiantEs/apprentiEs	CHF	177.-
■ édition du samedi	CHF	102.-
■ un jour en semaine	CHF	86.-
■ essai de 2 mois	CHF	26.-

NOM & PRÉNOM ➤ _____
 RUE & NUMÉRO ➤ _____
 NP & LOCALITÉ ➤ _____
 TÉLÉPHONE ➤ _____ E-MAIL ➤ _____
 PROFESSION ➤ _____ NÉ-E LE ➤ _____

COUPON À RETOURNER À :
Le Courrier • Service des abonnés • Rue de la Truite 3 • CP 238 • 1211 Genève 8
 OU PAR FAX AU 022 809 55 67 OU DIRECTEMENT SUR INTERNET www.lecourrier.ch