



**HAL**  
open science

**“ Fête des Enfants ! Ou comment l’imaginaire social construit l’identité sexuée : une lecture critique des catalogues de jouets ”**

Serge Chaumier

► **To cite this version:**

Serge Chaumier. “ Fête des Enfants ! Ou comment l’imaginaire social construit l’identité sexuée : une lecture critique des catalogues de jouets ”. , in Au Palais de Dame Tartine, ouvrage collectif, sous la direction de Nicoletta Diasio, L’Harmattan, pp.163-180, 2004. hal-00479798

**HAL Id: hal-00479798**

**<https://hal.science/hal-00479798>**

Submitted on 2 May 2010

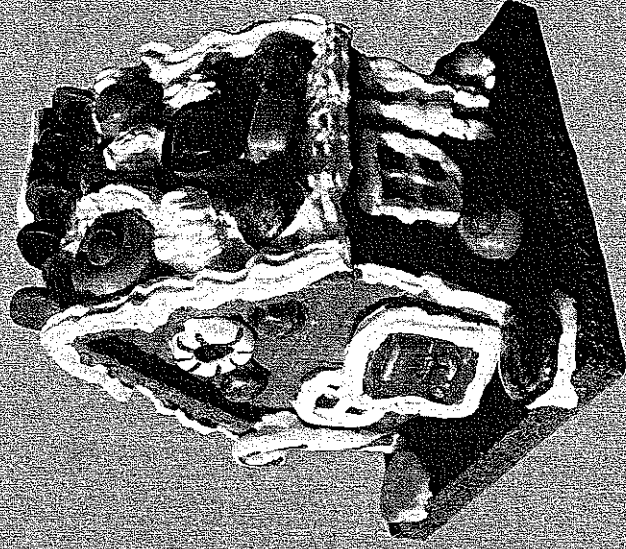
**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

DOSSIERS

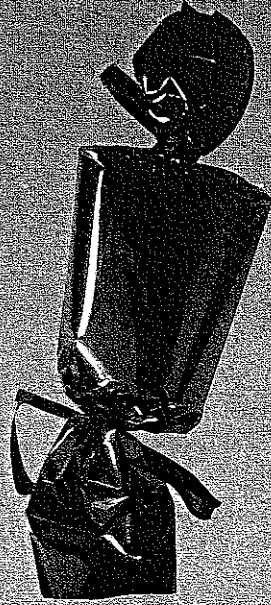
Sous la direction de  
**Nicoletta DIASIO**

AU PALAIS DE  
 DAME TARTINE



L'Harmattan

« Donner, non seulement, « l'habitude aux enfants », cette habitude de donner, mais aussi, au moment par la société contemporaine. Mais, ces sont les études qui mettent en valeur la possibilité de voir des enfants. Ce, dont nous pensent les modes de faire, c'est de penser que sont en dupes, qui cherchent à la promotion d'objets dans laquelle ils évoluent. Avec l'usage et dont ils manipulent les codes. Quelles sont leurs stratégies de communication et d'interaction? Comment se approprient-ils les objets ou les objets? Que se passe-t-il face à une console de jeu, dans une cour de école, un supermarché? Comment, à travers le prisme de la consommation, la société se donne-t-elle à elle-même? Elle des modes d'être enfant ou de ne l'être plus? La convergence de plusieurs disciplines (ethnologie, sociologie, sciences de gestion, de la communication, de l'édition) et de plusieurs terrains européens permet de poser autrement certaines questions. Des objets techniques et sont mis en scène. Ils construisent un être remarquable, un langage, des compétences, tout un monde savoureux et coloré. Le Palais de Dame Tartine.



**Nicoletta DIASIO**, sociologue, maître de conférences à l'Université Marc Bloch Strasbourg et membre du Laboratoire Culturas et Societas en Europe (UMR 7043 CNRS)

Directeur de la collection : **Serge CHAUMIER**,  
 Directeur de la collection : **DRAGICH, Agnese FRANCESCHINI**,  
 Catherine PLANEY, Simona DE TULLO, Anne LOYCHÉ-POITTEVIN,  
 Franck LE ROUX, Aude de la Ville DE LA VILLE



ISBN 2-7475-5922-X  
 19,50 €

AU PALAIS DE DAME TARTINE

Nicoletta DIASIO



La série « *Consommations et sociétés* » souhaite développer les approches pluridisciplinaires sur la consommation et l'interculturel. Elle fonctionne sous forme de cahier, avec un comité de lecture qui sélectionne les articles, autour d'un thème construit par un (ou des) coordinateur(s).

**Responsable :** Dominique Desjeux

### **Comité de lecture et d'aide à la rédaction**

Olivier Badot (Paris), Anne-Sophie Boisard (Guangzhou, Paris), Sophie Bouly de Lesdain (Paris), Mathilde Bourrier (Paris), Sophie Chevalier (Besançon, Paris), Laure Ciosi-Houcke (Marseille), Fabrice Clochard (Paris), Frank Cochoy (Toulouse), Séverine Dessajan (Paris), Nicoletta Diasio (Strasbourg, Rome), Judith Ferrando y Puig (Paris), Gerald Gaglio (Paris), Isabelle Garabua-Moussaoui (Paris), Stéphanie Giamporcaro-Sauinière (Paris), Isabelle Hanifi (Montréal, Paris), Ray Horn (Paris, Tampa), Nicolas Hossard (Paris), Pascal Hug (Paris), Magdalena Jarvin (Paris, Stockholm), Sylvène Kitabgi (Paris), Jean-François Lemoine (Nantes), Jean-Sébastien Marcoux (Montréal), Olivier Marty (Paris), Joël Meissonier (Istanbul, Paris), Anne Monjaret (Paris), Elise Palomares (Paris), Magali Pierre (Paris), Eric Remy (Rouen), Mélanie Roustan (Paris), Christine Sitchet (New-York), Nina Testut (Paris), Karen Twiddle (Paris, Londres), Yang Xiao-Min (Paris-Guangzhou).

### **Réseau international, scientifique et professionnel**

Isabel Andreen (Grande Bretagne), Eric Arnould (Etats-Unis), Soren Askegaard (Danemark), Gary Bamossy (Etats-Unis), Russel Belk (Etats-Unis), Ampelio Buccì (Italie), Jean-Pierre Corbeau (France), Bernard Cova (France), Sophie Dubuisson-Quellier (France), Mary Douglas (Grande-Bretagne), Guliz Ger (Turquie), Georges Hénault (Canada), Isabelle Favre (Australie), Marc Filser (France), Tine Vinje François (Danemark), Karim Kacem (France), Brigitte Grandjean (France), Benoit Heilbrunn (France), Patrick Heitzel (France), David Howes (Montréal), Alexandre Mallard (France), Eric Marchandot (France), Mohamed Mebtoul (Algérie), Daniel Miller (Grande-Bretagne), Jean-Philippe Neuville (France), Mark Neumann (Etats-Unis), Emmanuel Ndioune (Sénégal), Isabelle Orhant (France), Lionel Panafit (France), Bruno Péquignot (Paris), Jean-Pierre Poulain (France), Georges Ritzer (Etats-Unis), Agnès Rocamora (Grande Bretagne), Jean-Claude Ruano-Borbalan (France), Annick Sjögren (Suède), Don Slater (Grande Bretagne), Anne Valendru (Grande-Bretagne), Jean-Pierre Warner (France), Zheng Lihua (Chine).

Pour toute proposition de publication écrire à :

Dominique Desjeux : 01.42.23.56.25 - d.desjeux@argonautes.fr  
ou Isabelle Garabua-Moussaoui : isabelle.moussaoui@noos.fr

*Cette série est publiée avec le concours du Magistère de Sciences Sociales de Paris 5.*

## **SOMMAIRE**

- Présentation des auteurs 9
- Introduction*  
Par Nicoletta Diasio 13
- L'activité de consommation enfantine : les prémices d'un dialogue transdisciplinaire ?*  
Par Valérie-Inès de la Ville 27
- Gouters « pique-niques » et maisons pour peluches : les modes enfantines face à la consommation*  
Par Julie Delalande 43
- Autonomy and Control. Children and the negotiation of new technology into the home*  
Par Catherine Harvey 67
- L'enfant gourmand entre dextérité et infortune*  
Par Nicoletta Diasio 81
- Le rôle de la série Buffy contre les vampires dans la socialisation des 10-12 ans*  
Par Elodie Le Roux 113

© L'Harmattan, 2004

ISBN : 2-7475-5922-X

EAN : 9782747559225

## PRÉSENTATION DES AUTEURS

<i>L'Allemagne accouche d'une souris. Die Sendung mit der Maus : émission pour enfants et emblème national</i> Par Agnese Franceschini	135
<i>Publicité transnationale et culture enfantine</i> Par Simona de Iulio	151
<i>Fête des enfants ! Ou comment l'imaginaire social construit l'identité sexuée : lecture critique des catalogues de jouets</i> Par Serge Chaumier	163
<i>Les fratries recomposées dans la littérature pour la jeunesse</i> Par Aude Lovighi-Poittevin	181
<i>Les centres d'éducation à la consommation responsable. L'expérience des COOP en Italie</i> Par Sabrina Drasigh	197
Bibliographie générale	205

**Serge CHAUMIER** est maître de conférences au CRCMD (Centre de Recherche sur la Culture, les Musées et la Diffusion des savoirs) à l'Université de Bourgogne et l'auteur de *La Déliaison amoureuse. De la fusion romantique au désir d'indépendance*, Armand Colin, 1999.  
Mél : s.chaumier@wanadoo.fr

**Julie DELALANDE** est ethnologue et travaille sur l'enfance depuis 1990. Maître de conférence en sciences de l'éducation à l'Université de Caen et chercheuse au CERSE à Caen (Centre d'études et de recherche en sciences de l'éducation), elle contribue à fonder une anthropologie de l'enfance en participant également au groupe de travail Sociologie de l'enfance (groupe de l'AISLF, Association Internationale des Sociologues de Langue Française).  
Mél : jdelalande@atol.fr

**Nicoletta DIASIO** est anthropologue. Elle est maître de conférences à la faculté des sciences sociales à l'Université Marc Bloch (Strasbourg) et membre de l'UMR 7043, CNRS « Cultures et sociétés en Europe ». Elle mène ses recherches en Italie, France et Pologne autour du corps, de la notion de frontière, de la construction de la subjectivité enfantine.  
Mél : diasio@umb.u-strasbg.fr

- HASSAN T. R., KAYNAK J. R. (eds), 1994, *Globalization of Consumer Markets Structures and Strategies*, New York, Haworth Press.
- KLEIN N., 2001, *No Logo. La Tyrannie des marques*, Arles, Actes-Sud.
- KLINE S., 1993, *Out of the Garden : Toys, TV and Children Culture in the Age of TV Marketing*, New York, Verso.
- KLINE S., 1995, « The Play of the Market : On the Internationalization of Children's Culture », *Theory, Culture and Society*, vol. 12, pp. 103-129.
- LOMBARDI-SATRIANI L., 1973, *Folklore e profitto. Tecnica di distruzione di una cultura*, Rimini, Guaraldi.
- MACKLIN C. M., 1999, *Advertising to Children : Concepts and Controversies*, London, Sage.
- MATTELART A., 1990, *L'internationale publicitaire*, Paris, La Découverte.
- MCNEAL J. U., 1992, *Kids as Customers. A Handbook of Marketing to Children*, New York, Lexington Books.
- MINOT F., 1992, « Publicité et contes de fée : hier et aujourd'hui », in *Actes du séminaire européen Audiovisuel et petite enfance*, Arles, Actes-Sud et Centre Européen de l'Image et du Son.
- MINOT F., 2002, *Les enfants et la publicité télévisée. Approche synthétique et perspectives critiques*, Paris, La Documentation Française.
- MOUJ M. de, 1998, *Global Marketing and Advertising : Understanding Cultural Paradoxes*, London, Sage.
- RAY N. M., RYDER M. E., SCOTT V. S., 1994, « Toward an Understanding of the Use of Foreign Words in Print Advertising » in T. R. Hassan, J. R. Kaynak (eds), 1994, *Globalization of Consumer Markets Structures and Strategies*, New York, Haworth Press.
- YOUNG B. M., 1991, *Television Advertising and Children*, Oxford, Clarendon Press.

## FÊTE DES ENFANTS ! OU COMMENT L'IMAGINAIRE SOCIAL CONSTRUIT L'IDENTITÉ SEXUÉE : LECTURE CRITIQUE DES CATALOGUES DE JOUETS

Serge CHAUMIER

### Introduction

« Certes, il faut que chaque période sociale fasse la jeunesse à révérer les ridicules dominants ; et s'il faut dans l'Ordre barbare abrutir les femmes ; leur persuader qu'elles n'ont point d'âme pour les disposer à se laisser vendre au marché et enfermer dans un sérail, il faut de même dans l'Ordre civilisé hébéter les femmes dès leur enfance pour les rendre convenables aux dogmes philosophiques, à la servitude du mariage, et à l'aviilissement de tomber sous la puissance d'un époux dont le caractère sera peut-être l'opposé du leur » [Fourier, 1967, p. 149].

Le discours médiatique tend souvent à faire croire que l'égalité homme-femme étant quasi-atteinte, l'analyse féministe relèverait de l'archaïsme et que son combat serait à reléguer aux oubliettes de l'histoire [Faludi, 1993]. Choissant d'illustrer, dans des cours à l'université, les processus de socialisation au travers de l'exemple de la construction sociale des genres, de la féminité et de la masculinité, les étudiants et surtout les étudiantes (en université de sciences humaines) me font souvent remarquer que tout ceci est dépassé, que l'on n'éduque plus les petites filles et les petits garçons de façon spécifique selon leur sexe anatomique [Duru-Bellat, 1990]. La dénégation d'un ordre sexué demeure la meilleure façon de se penser comme non déterminé socialement par son sexe<sup>1</sup>. C'est ce qui m'a conduit à procéder à une lecture des catalogues de jouets distribués pour

<sup>1</sup> Nous avons pu constater les discours étonnés, perplexes ou d'indignations lors de la publication d'un article sur le sujet : « Le Père Noël, ce vieux sexiste », 2001.

Noël depuis 1993, afin de vérifier si ce que d'autres avaient constaté ailleurs par le passé était totalement de l'ordre du dépassé et du trépassé [Gianini Belotti, 1974; Bühr, Pfeifferkorn, 1996a et 1996b]. Nous proposons ici une lecture axée sur trois catalogues de jouets, choisis de façon aléatoire parmi un corpus de quarante-cinq. La lecture vise à attirer l'attention sur des thématiques que chacun et chacune pourra retrouver aisément à l'œuvre dans d'autres catalogues, mais aussi dans d'autres supports (manuels scolaires, publicités...).<sup>2</sup> L'étude des imaginaires, qui s'expriment au travers des représentations sociales, est un des aspects non négligeables de l'étude des rapports de sexe.<sup>3</sup> Ces représentations étant à la fois des résultantes de rapports sociaux et des modèles orientant l'action [Jodelet, 1989].

### Le reflet d'une organisation sociale

Il y a plusieurs façons d'opérer une lecture critique des catalogues de jouets proposés aux enfants et aux parents. Il est possible d'opérer une analyse quantitative du contenu : par exemple par l'évaluation statistique du nombre de personnages masculins ou féminins représentés. Il est également heuristique de procéder à une analyse qualitative au travers des caractéristiques et des rôles tenus par les personnages. Enfin, une analyse du sexisme dans le vocabulaire, les propositions et du point de vue de la langue, s'avère pertinente. Les catalogues peuvent être appréhendés à deux niveaux, et d'abord comme le reflet d'une organisation sociale et de rapports sociaux particuliers existants. Ainsi les rôles traditionnels de chacun des sexes s'y reflètent, et ce que des enquêtes sociologiques démontrent par ailleurs, comme la répartition inégalitaire des travaux dans l'espace domestique, mais aussi des revenus, des positions sociales dans la sphère publique, etc. En cela, les catalogues sont des reflets de la société sexiste [Decroux-Masson, 1970]. Ainsi « l'établi de construction » est

<sup>2</sup> Trois catalogues distribués à échelle nationale en 1994 : *Les Jouets de Carrefour*, *Jouets Jouets de Super U* et *Starjouet*.

<sup>3</sup> À ce titre, il est étonnant de constater l'impasse faite sur ces questions dans le remarquable ouvrage de synthèse, *La Place des femmes*, 1995.

accompagné du commentaire : « Pour visser, scier et bricoler comme papa, à partir de deux ans »<sup>4</sup>. Dans le même sens, le récit d'une société de consommation s'y développe, avec ce qui est jugé indispensable à un ménage actuellement : l'intérieur de la maison est équipé d'un petit robot, d'un ordinateur, d'un téléphone cellulaire, etc. Il y a un deuxième niveau de lecture : celui d'une organisation sociale imaginaire. Il ne s'agit plus du reflet d'une organisation sociale réelle, mais d'une vision irréaliste, d'une organisation fantasmée, désirée. Un monde par exemple où aucune femme ne se risquerait à l'extérieur de l'espace privé, représentations bien évidemment imaginaires, à l'heure où la majorité des femmes ont une activité professionnelle. Les femmes sont, dans ces catalogues, sans profession, ou au mieux dans un métier qui entretient l'ambiguïté avec l'espace familial (femme de ménage, ou femme-médecin mais s'occupant de bébés...).

Tous les catalogues sont organisés selon un récit, au sens de Paul Ricoeur. Ils racontent une histoire, composée de chapitres. Il convient d'indiquer la structure des catalogues, avec les espaces sociaux sexués, espace réservé aux filles et, davantage qu'un espace réservé aux garçons, le reste du catalogue qui leur est consacré. Par exemple, ce catalogue donne d'emblée des intitulés : « *Petite maman*, *Baigneurs-poupées*, *Mannequins* » d'un côté et « *Circuits*, *Voitures-Trains*, *Tracteurs-Vélos*, *Chantier-VTT* » de l'autre, avec respectivement des photos de petites filles et de petits garçons. A chaque rubrique correspondent des couleurs différentes, couleurs vives et éclatantes réservées aux pages garçons et des tons pastels et feutrés à celles des filles. Les jeux proposés diffèrent, comme le nombre de personnages, leur façon de se tenir, d'être habillé. Des idées sur les hommes et sur les femmes et sur leurs rôles respectifs, une vision du monde, au sens de Lukacs, s'y exprime. Des subtilités que certains pourront juger anodines et inoffensives, elles sont pourtant révélatrices d'un imaginaire social plus large, qui est opératoire et archétypal. Marcel Mauss disait que l'éducation de l'enfant est pleine de ce que l'on

<sup>4</sup> Nous indiquons en italique les phrases extraites des catalogues et entre guillemets les titres des jeux et des rubriques des catalogues.

appelle des détails mais qui sont essentiels [Mauss, 1950, p. 375].

### Des récits récurrents

Les catalogues offrent dans l'ensemble peu de différenciation sexuelle pour les bébés. Certes, il conviendrait de savoir si on achète indifféremment tous les jouets proposés, mais ceci déborde notre propos [cf. Vincent, 2001]. Les photos de petites filles sont moins nombreuses dans les catalogues, mais surtout elles occupent des rôles stéréotypés ou dévalorisés. Le contexte est significatif, si les petites filles sont sous-représentées, elles le sont à chaque fois dans des situations amoindrissantes. Même les saynètes, apparemment anodines, des *Playmobil* sont connotées. Parmi les trente petits personnages des six situations proposées : une scène de sauvetage en hélicoptère, un camion de pompier, des voitures tout terrain, un manège de poneys, un poste de guet, une tribu indienne, il y a seulement trois femmes. L'une est à proximité de trois enfants ; les deux autres sont dans la tribu indienne, l'une fait du tissage, et l'autre, affublée d'un enfant accroché dans le dos, est en train de faire à manger. Tous les autres personnages sont des hommes occupés à des activités sociales liées au monde du travail. Nous retrouvons les mêmes caractéristiques dans les personnages *Lego*.

La première séquence du récit proposé aux petites filles par les catalogues est dévolue à la séduction. « *Pour toutes les petites filles qui veulent imiter maman ! Avec fard à joues, fard à paupières, vernis à ongles, rouge à lèvres, lime à ongles, parfum pinceau et applicateurs, à partir de 5 ans* ». Citons les jeux proposés dans la séquence intitulée « Les Coquettes ! », présentés en pleine page sur fond rose : « mes bijoux magiques » ; « bijoux de luxe » (« les petites filles peuvent se confectionner de beaux bijoux ») ; « Mademoiselle parfum » ; « belle avec mes perles » ; « mes jolies fleurs » ; « secret girls », et enfin une machine à coudre. Huit petites filles sont en photos, une série de cinq photos présentée en roman-photo met en scène une petite fille maquillée faisant l'apprentissage de la séduction. « *Cindy dit des milliers de phrases* », est-il écrit. Et que dit-elle dans les bulles de l'illustration ? « *Aimerais-tu venir à ma*

*soirée ?* », et la petite fille de répondre : « *Oh oui, est-ce que Paul sera là ?* ». Que peuvent avoir à se dire des femmes si ce n'est de s'inquiéter des hommes ? L'espace *Barbie* est, bien évidemment, fortement connoté des critères esthétiques de la femme mannequin. Y résident plusieurs mises en situation : *Barbie* au lit, *Barbie* dans sa cuisine, *Barbie* en vacances. Ici, accompagnée d'un homme : il est assis sous un parasol au balcon en train de prendre l'apéritif ! Maison de rêve prévient le commentateur. Mais la toile de fond est la référence à l'univers romantique, et au mariage enchanté. « *Barbie lumière de mille feux* est en robe de princesse-mariée. « *Barbie étincelle de mille feux avec sa robe recouverte de paillettes scintillantes et phosphorescentes. En appuyant sur le bouton placé dans son dos, son bustier s'illumine...* ». Après le mariage, morale oblige, est présenté le « *lit enchanté* », « *ce superbe lit à baldaquin en dentelle s'illumine de mille surprises lorsqu'on ouvre les rideaux - en effet, une lumière s'allume et projette des formes de lune, d'étoiles...* », métaphore sans doute de l'orgasme ! C'est la fin du récit et du conte : le prince et la princesse vécutrent heureux...

Suite logique des choses, après la séduction, la seconde séquence est dévolue à la maternité. Les « baigneurs » rivalisent avec « bébé pipi », « avec son pot et son biberon », avec « Jean qui pleure », « de vraies larmes quand on lui enlève le biberon et son visage change » ou avec « Poupée Lorène », qui, très élégante, possède « des yeux qui se ferment... ». De pleines pages présentent landaus et poussettes et petit lit pour bébé (« avec tiroir de rangement ou lit d'appoint », précise le commentateur). Toutes les indications vantent les caractères pratiques des articles, il s'agit d'apprendre à avoir le sens pratique, à être ordonné, soigné, organisé. De petites filles en photos avec des poupons dans les bras simulent de vraies mères. L'une d'elles dit à l'autre : « *chère madame, quel charmant poupon vous avez là !* ». L'équipement utile va avec l'apprentissage des gestes. Dans la page suivante, « les petites

mamans », quatre petites filles en photos s'occupent de bébés. L'une d'elles déclare dans une bulle : « *Allons... sois sage maintenant... tu vas faire un gros dodo...* », et pense en même temps : « *Mais que fait la baby sitter ?* ». Paroles qui indiquent ce à quoi pensent les femmes, et le sens de leurs préoccupations. Se trouve du reste juxtaposée la panoplie dînette, service à thé, etc., pour qu'elles puissent se retrouver « entre elles », afin d'aborder ces problèmes tout féminins. Un espace consacré aux bébés : « *un vrai bébé à aimer tendrement* » propose tous les ustensiles pour apprendre à s'occuper de bébé, avec dans « *le coffret couffin* » : layette, cagoule, brosse, biberon, lait de toilette, couche, etc. Ici une petite fille pousse un landau, là elle est en train de changer un bébé. La table à langer est proposée avec tous les accessoires pour l'apprentissage : petit pot, serviette, matelas, etc. Si bébé prend froid, il faut le soigner, occasion là encore de socialiser les jeunes filles très tôt aux gestes essentiels. « Baby Lou », le bébé modèle affirme le lien fusionnel idéal : « *Je reconnais maman. C'est simple ! Mon cœur ne bat que pour elle. Je crie lorsqu'elle s'en va, je me réjouis lorsqu'elle revient. Je fais des rois après avoir mangé, avant de m'endormir dans les bras de ma maman* ».

Des représentations présentent clairement une adéquation petite fille égale poupée. Une photographie montre une petite fille qui ressemble étonnamment à sa poupée. Elles ont chacune un micro, et le commentaire annonce que lorsque la petite fille chante, « *Starla accompagne de sa propre voix et ses lèvres bougent !* ». Un autre catalogue présente une poupée qui parle. Deux photos associent une petite fille et une poupée, avec un mimétisme assez frappant. Aussi grande que la petite fille (hauteur 93 cm), il est précisé : « *elle marche quand on la prend par la main et tu peux lui mettre tes habits* ». La poupée et la petite fille sont comme deux sœurs, elles semblent interchangeable. On peut, à ce titre, citer J.-J. Rousseau : « Elle est tout entière dans sa poupée, elle y met toute sa coquetterie.

<sup>5</sup> Mais ce n'est plus le fait des poupées Barbie. Du reste la maternité si présente offre pourtant jamais de référence de poupée enceinte... La maternité n'est même pas valorisée comme création.

Elle ne l'y laissera pas toujours, elle attend d'être sa poupée elle-même » [cité par de Fontenay, 1976, p. 1785]. Victor Hugo, de son côté dans *Les Misérables*, explique le passage progressif d'un état à un ordre, tout en le naturalisant comme étant de l'ordre de la nature des femmes : « La poupée est un des plus impérieux besoins et en même temps des plus charmants instincts de l'enfance féminine. Tout en rêvant et tout en jasant, tout en faisant des petits trousseaux et des petites layettes, tout en cousant des petites robes, de petits corsages et de petites brassières, l'enfant devient jeune fille, la jeune fille devient grande fille, la grande fille devient femme. Le premier enfant continue la dernière poupée. Une petite fille sans poupée est à peu près aussi malheureuse et tout à fait aussi impossible qu'une femme sans enfants ». Pour la mentalité misogyne du XIX<sup>e</sup> siècle, une femme sans enfant n'est pas une vraie femme, ce ne peut être qu'un monstre. Or ce discours n'est pas aussi caduc, et il ne faut pas pousser bien loin l'analyse de discours pour le retrouver aujourd'hui. Ce qui importe ici, c'est de noter le passage progressif de l'enfance à l'âge adulte, où la réalité se substitue au jeu sans même que l'on n'y prenne garde. La petite fille passe l'aspirateur pour faire comme maman, puis pour aider maman, enfin pour la remplacer. La même analyse peut être faite pour le maquillage ou les soins à l'enfance.

Des poupées plus traditionnelles sont également présentées dans ces catalogues : « *Les poupées Corolle : L'expérience d'une maman* ». Une page de renseignements éclaire les parents sur le choix d'une poupée : « *Choisir une poupée, est-ce un choix d'éducation ?* » et une créatrice explique dans un langage pseudo-psychologique que le choix d'un jouet n'est pas anodin. La science est convoquée ainsi que l'expérience d'une maman. « *Sa valeur vient essentiellement de sa capacité à susciter une réelle inter-affectivité. Les jeux sont alors ceux que crée la petite fille et non pas ceux qu'un monde d'adultes impose* » (sic !). Tour de force qui vise à faire croire aux parents et aux enfants que le jouet exprime la nature profonde de l'enfant, sa vraie personnalité : « *C'est avec des poupées plus proches de son image que la petite fille s'identifie* ». Et le commentaire souligne en gras : « *Un vrai choix d'éducation* ». L'auteur a même écrit un livre sur la question, véritable caution de son



discours [Réfabert, 1994]. Le conseil est donné de ne pas se laisser envahir par les médias et leurs visions tronquées : « *Ne laissons pas l'éducation de nos enfants exclusivement entre les mains des médias* ». Il s'agit de défendre de vraies valeurs, contre les représentations des poupées spectacles, celle de Barbie par exemple, jugé trop sexiste. Il est intéressant de remarquer que, parmi toutes les poupées présentées dans les catalogues, seules les poupées Cindy ou Barbie sont en pantalon...

La troisième séquence du récit proposé aux petites filles réside dans les soins domestiques. Citons cette transition, avec la photo présentant une petite fille une poupée dans une main, un sac dans l'autre, et poussant un caddie ! L'espace domestique détaille les accessoires avec un réalisme étonnant : « *Jeu snack-bar : Rôtissoire, panier à frites, plaque de cuisson et accessoires, cafetière* » ; le caddie : « *Petit chariot vraiment très pratique pour faire des courses* » ; « *ma marchande* », et « *le coffret dinette* » : « *Comme maman, je peux recevoir grâce à mon super service 47 pièces et offrir le café, le thé, le chocolat... et les gâteaux...* ». D'autres thèmes, nécessaires à la vie d'une bonne ménagère, accompagnent le récit qui insiste sur la possession ayant valeur de richesse personnelle : l'espace « *ma marchande (un minimum d'encombrement pour un maximum d'imagination)* » ; « *ma cuisine à moi* » ; puis une table à repasser avec une petite fille qui repasse et... un petit garçon derrière (le seul présent dans toutes ces pages) qui lui apporte du linge à repasser ! Enfin un aspirateur disponible « *à partir de trois ans* ».

### Des espaces sexués

Signalons également les panoplies pour se costumer : trois petites filles, l'une en fée, l'autre en princesse et la dernière en mariée, accompagnent un petit garçon déguisé en cow-boy brandissant un revolver. Inutile d'insister sur les stéréotypes proposés comme support d'identification à ces enfants. Une lecture rapide de l'espace dévolu aux garçons confirme ce qui précède. Sur cinq personnages, cinq petits garçons font de la musique. Une autre page montre un petit garçon en moto, l'autre en voiture électrique, puis en bas de la page un couple à

côté d'une moto. La situation est explicite : la petite fille regarde amoureuxment le propriétaire de la moto. L'espace des sports et surtout celui mobilisant l'imaginaire (*Ninja, Combattant de l'espace*, pilote de chasse, homme-grenouille, *Docteur X*, robot de combat, *général Vaillant, Batman, Superman, Dragonzord*, etc.), sont entièrement masculins. Aucune figure féminine n'est présente dans le monde de la science-fiction, comme dans les références à l'univers professionnel, aux transports (voitures, trains...) ou encore de la science (microscope, laboratoire de chimie, anatomie, etc.) Toutes ces rubriques sont dans les pages garçons (19 pages) s'opposant à celles des filles (19 pages). Les thématiques des activités respectives proposées aux filles et aux garçons signifient clairement que l'espace public, mais aussi celui de l'imaginaire, de la création, demeurent réservés aux hommes. Les femmes conservent l'espace privé, le domestique. Les valeurs liées au souci de soi, au travers des soins au corps (séduction, maternité) mais également par les prescriptions à être propre et organisé sont maîtresses. L'identité de l'homme est fabriquée autour de valeurs de compétition, de rivalité, de domination, de violence, d'exclusion, de machisme [Falconnet, Lefaucheur, 1975, p. 145]. Il est étonnant de remarquer que les petites filles sont invitées à demeurer en deçà des rôles maternels (avec par exemple très peu de figures féminines professionnelles), alors que les petits garçons peuvent se projeter au-delà de la figure paternelle avec un nombre invraisemblable de situations héroïques.

### Une histoire connue

Dans tous les catalogues étudiés se retrouve un récit composé des mêmes séquences. Dans un catalogue « Avec Carrefour, je positive ! », il y a des rubriques introductives pour chaque chapitre, elles sont riches de stéréotypes. Indiquons-en deux : « *Les garçons... J'invente. L'imagination, ils en ont merci. Endosser des rôles, se mettre dans la peau de personnages aussi différents qu'Indiana Jones, le roi Lion ou Robocop, ils adorent. Alors n'hésitez pas à stimuler ce goût de l'invention et de l'imagination avec des jouets dont ils sont tour à tour les conducteurs, les créateurs, ou les metteurs en scène.*

*Il n'y a pas d'âge pour se faire son cinéma* ». Texte suivi d'une photo d'un garçon dégourdi et ravi qui téléguide une voiture. Citons à présent le texte introduisant son pendant : « *Les filles... Je pouponne. Elles aiment jouer aux dames ou aux mannequins vedettes, sont folles de vêtements et très au courant des biberons pour nourrissons. Les petites filles sont magiques et rien n'est plus merveilleux que de les laisser prendre leur baguette de fées pour jouer à la poupée. Elles se racontent alors des histoires beaucoup plus intéressantes que celles qu'on voit à la télé* ». Texte accompagné d'une photo d'une petite fille un peu sage et éteinte, qui tient une poupée habillée en mariée, ceci sur des tons rose pastel.

Il est troublant de constater que sur l'ensemble des catalogues, il n'y a qu'une seule figure de femme qui échappe aux stéréotypes énoncés ou à la dévaluation, à savoir *Cindy* qui fait du VTT (sans doute pour garder la ligne ?), ou encore, *Barbie* qui fait du camping ou du cheval. Celle-ci est toutefois légèrement dévalorisée puisque accompagnée d'un homme, Ken, qui conduit une voiture. Mais *Barbie* est aussi gymnaste, il est vrai que l'image la présente en train de faire de la gymnastique dans sa cuisine, à côté du réfrigérateur ! C'est toutefois mieux que rien ! Les poupées *Barbie*, souvent exécutées des féministes, car renforçant les stéréotypes de la femme-poupée séductrice, sont cependant les seules à promettre un début d'émancipation...

Dans l'espace « Jeux de société », les jeux ne s'adressent pas davantage aux deux sexes. Un jeu est spécialement destiné aux filles. « Téléphone secret », « *Jeu électronique parlant - les petites filles téléphonent et notent les indices qui leur permettent de découvrir leur admirateur secret* ». Préoccupation essentielle des filles alors que les garçons peuvent jouer, eux, à la bataille navale... Ne faut-il pas convoquer les analyses sur les fonctions idéologiques de l'amour comme élément de mystification [Dayan-Herzbrun, 1982 ; Firestone, 1970] ?

Sous la rubrique « Les jeux éducatifs », le masculin est évidemment employé pour désigner le neutre, mais il n'est pas inintéressant de voir qu'il y a quatre petits garçons pour une petite fille. *Idem* dans « Les jeux de société », où quatre jeux sur

soixante et un proposés sont réservés exclusivement aux filles. Aucun n'est exclusivement désigné pour les garçons, est-ce à dire que ce sont tous les autres ? Quels sont les quatre jeux ? « Mes jolies fleurs », « Belles avec mes perles », « Téléphone secret », « C.D. Girls », « *Secrets de vacances, pour les filles et rien que pour les filles ! des réponses sur ton avenir* ». Enfin reste la rubrique « Le sport ». Les sept enfants en photo sont des garçons.

### Des jeux offensifs

Une fillette appelle : « *Allô père Noël ?* ». Effectivement, la mère Noëlle est évincée ! Les jouets contribuent à une société patriarcale. D'anodins catalogues de jouets mettent en scène les composantes idéologiques de la construction des genres. Ils traduisent l'inculcation d'un modèle normatif, constitutif d'une construction de l'évidence et d'une naturalité des rapports de sexe. Imposition d'une idéologie incorporée, au sens où Bourdieu parle de corporéisation des identités sexuées [Bourdieu, 1991, p. 147 ; et 1990, 1998]. L'idéologie de la nature, de l'essence des sexes (et il s'agit en l'occurrence de nature des femmes et d'essence de la féminité comme l'a bien montré Colette Guillaumin) apparaîtra ensuite comme allant de soi [Guillaumin, 1978 et 1992].

Il ne s'agit aucunement d'appliquer un raisonnement mécaniste qui conduirait à penser le jouet comme un simple conditionnement ou une préparation à un rôle futur standardisé. L'enfant personnalise le jeu et le jouet et reconstruit son identité par un travail d'appropriation et d'interaction avec son environnement : aussi un même jouet peut-il déclencher des effets différents. La façon de se servir du jouet est à explorer, de même que les façons de le partager avec les autres. Stéphane Clerget cite des études qui ont constaté qu'avec un même jouet, l'adulte ne joue pas de la même façon lorsqu'il s'adresse à un petit garçon ou à une petite fille [Clerget, 2001]. Ce qu'il nomme « l'identification projective » conduit à être plus doux, plus mesuré, avec des gestes moins brusques et plus attentionnés dès lors que l'on joue avec une fille. Les gestes violents et agressifs sont non seulement mieux tolérés chez les petits garçons, lorsqu'ils ne sont pas suscités ou stimulés.

Combien de pères apprennent-ils à leur fille à se bagarrer ? La fabrique de la différence commence très tôt, dès que l'on connaît le sexe du bébé, et souvent du fœtus. Par la projection fantasmatique d'un devenir, mais aussi par les représentations inconscientes que l'on se fait de l'enfant, l'interaction diffère dès le départ. Il est par conséquent particulièrement douteux de croire en une différence de nature ou en un caractère spécifique d'un bébé qui est modelé avant même que de voir le jour. Le jouet n'est qu'un élément, certes essentiel, d'un processus beaucoup plus complexe.

Chacun est conduit à élaborer son identité en fonction des activités que l'on voit faire par les hommes et par les femmes dans son entourage. Comme le fait remarquer Pierre Tap, dans *Masculin et féminin chez l'enfant* [1985], « L'enfant en vient donc à aimer ce qu'il a le droit ou la possibilité de posséder, à apprécier les jouets qui peuvent être siens, et à rejeter les jouets qui ne font pas partie de son champ d'appropriation ». Il y a identification, mais aussi créativité en fonction de la pluralité des propositions. L'enfant est capable de duplicité et de distanciation, voire d'extrapolation, qui lui permettent d'attribuer de nouvelles fonctions à un objet. La construction de soi est un phénomène complexe qui dément toute approche réductionniste. Toutefois, l'argument de la réappropriation et du détournement a ses limites, il n'est pas facile pour une petite fille de jouer à la guerre intersidérale armée d'un aspirateur et de biberons pour nourrissons.

### La récurrence des messages

Ce qui compte, c'est l'effet de répétition qui mène à retrouver dans des supports, des environnements et des contextes différents, les mêmes valeurs. La récurrence ne peut qu'imprégner inconsciemment et mettre en corps des imaginaires impensés. Ce qui est problématique pour une société qui veut dépasser les divisions sexistes, c'est l'unicité des messages.

Car le jouet n'est pas le seul support de transmission et de reproduction, et bien d'autres facteurs sont influents. Le milieu familial, notamment les modèles parentaux, les productions culturelles, cinématographiques, la littérature, les dessins

animés, les émissions de télévision, les publicités ou les manuels scolaires [Crabbé, Delfosse, Gaiardo, Verlaeck, Wilwert, 1985 ; Michel, 1986], les jeux vidéo, les relations sociales, amicales et scolaires, l'espace des loisirs sportifs, sont autant de modes opérants de socialisation. Chacun de ces domaines constitue un terrain d'étude. Les jeux font partie d'un ensemble plus vaste dans lequel on retrouve toujours les mêmes stéréotypes à l'œuvre. C'est précisément la répétition des mêmes connotations qui a force d'imposition. Ceci a pour effet de construire le corps, les imaginaires, « de les formater ». Des banalités deviennent des arguments pesants dès lors qu'elles œuvrent dans le même sens, avec une répétition qui les rend évidentes, naturelles et attendues. L'imposition d'un modèle normatif est naturalisée, et devient évidence cachant ainsi une identité socialement construite [Mathieu, 1991].

Les jeux eux-mêmes ont pour effet de développer un rapport à l'espace, une appropriation et un développement musculaire, imaginaire, différant selon les appartenances sexuelles [Guillaumin, 1992, pp. 117 et 126]. Jeux plus réservés, qui s'opposent aux jeux de prouesse, de force et d'endurance. Escalader, grimper, se mettre en situation périlleuse et faire l'expérience de l'échec, de la chute est plus accepté pour les petits mâles. Simone de Beauvoir notait déjà l'importance de l'idée d'élévation spatiale qui a symboliquement une valeur d'élévation spirituelle. La petite fille, détournée de ces jeux, s'éprouve corps et âme comme inférieure [de Beauvoir, 1949]. Les pleurs seront moins fréquents ou plus refoulés. Ce qui importe, c'est d'acquiescer la maîtrise du corps et de ses émotions. Le mépris de la douleur, la dureté aux coups, la volonté de gagner et d'écraser les autres sont des valeurs qui serviront autant ensuite pour les sports que dans le milieu professionnel. Apprendre à devenir un petit dur commence très tôt. Davantage invités à prendre des risques, et à manifester leurs caractères, les petits garçons sont plus bruyants et prennent plus de place que leurs petites sœurs. Les gestes sont plus physiques, participant d'une construction du corps extérieurement plus expansif, mais aussi plus refoulé sur le plan des affects, des sentiments et des émotions.

L'imaginaire des petites filles est centré sur leurs corps et sur la nécessité d'être pratique, de savoir s'organiser, d'être de petites femmes séductrices, puis des petites mamans et des bonnes ménagères. L'imaginaire des garçons lui est suscité pour conquérir l'espace, celui du monde public, du travail, mais également de l'intergalactique, de la fiction... [Chaumier, à paraître]. Quels sont les équivalents féminins, les modèles d'identifications, des héros proposés aux petits garçons ? Femme passive / homme actif, les normes ont peu changé, malgré ce que prétend faire croire le discours de sens commun. A l'heure où sont évoquées de soi-disant « valeurs féminines », à défendre ou à retrouver, il est intéressant de se pencher sur leurs constructions sociales. Ces stéréotypes sexistes constatés font-ils un retour en force dans les années 90, comme le laisse penser Susan Faludi [1993] ou bien ont-ils toujours été là avec autant d'insistance ? Qu'en était-il il y a quinze ans ? Une étude approfondie serait nécessaire pour tenter de répondre à cette question.

### Ne pas toucher à « la valence différentielle des sexes » !

Plus fondamentalement, la résistance au changement égalitaire semble résider dans l'attachement à la différence des sexes. Éduquer les petits garçons et les petites filles de la même façon, c'est prendre le risque d'une indifférenciation généralisée et d'une mise à mal de l'ordre sexuel, donc de l'ordre social. Comme l'exprime une journaliste des *Dernières nouvelles d'Alsace*, après des actions de l'association *Mix-Cité* pour faire évoluer les propositions faites aux enfants vers moins de discriminations sexistes. Faisant semblant d'adopter la cause pour mieux la ridiculiser, elle prétend qu'élever les enfants pareils, c'est préparer une société où l'on ne pourrait plus reconnaître la différence entre les sexes et produire l'homme-femme du troisième millénaire, un être indifférencié, neutre, un troisième type qui fait horreur car il neutraliserait le désir. « Le niveau universel et unisexé à qui il faudra dire bonjour m'sieu-dame », et qui confondra le papa et la maman. « On aura cessé de croire que la famille sert à transmettre des repères », écrit la chroniqueuse [Sledziewski, 2001]. S'exprime la vieille phobie antiféministe déjà présente au XIX<sup>e</sup> siècle et que Christine Bard

a rapporté : le risque d'indistinction avec une femme qui porte le pantalon et qui soit pleinement égale... [Bard, 1999]. Dans la peur de l'égalité, surgit la peur masculine d'être inutile, mais aussi le discours réactionnaire de sauvegarde de la famille traditionnelle, porté par les milieux conservateurs et souvent catholiques, qui sait bien, consciemment ou non, que le schéma idéal de la famille traditionnelle repose sur la domination et l'aliénation des femmes.

Prétendre à un modèle unisexé, c'est faire le pari d'une nouvelle répartition, de l'émergence d'une nouvelle société, qui engage les distinctions sur d'autres altérités que les divisions sexuées. Qui ne superpose plus le sexe biologique et le genre social. Ceci ne veut pas dire que le désir soit mort (comme le prétend cette journaliste selon une idée purement homophobe), cela signifie que celui-ci ne se structure pas nécessairement à partir de la valence différentielle des sexes... C'est la société qui s'ouvre à un dépassement des catégories de sexe, de genre et inévitablement aux orientations sexuelles... Bref qui dépasse l'hétérosexisme, l'hétérosexualité comme norme obligatoire et fondatrice du social.

### Références bibliographiques

- BARD C. (dir.), 1999, *Un Siècle d'antiféminisme*, Paris, Fayard.
- BEAUVOIR S. de, 1949, *Le Deuxième sexe*, Paris, Gallimard.
- BIHR A., PFEFFERKORN R., 1996a, *Hommes / Femmes. L'Introuvable Égalité*, Paris, Ed. de l'Atelier.
- BIHR A., PFEFFERKORN R., 1996b « Jouets : toujours aussi sexistes ! », *Le Monde*, décembre 1996.
- BOURDIEU P., 1990, « La Domination masculine », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 84, pp. 3-31.
- BOURDIEU P., 1991, *Réponses*, Paris, Seuil.
- BOURDIEU P., 1998, *La Domination masculine*, Paris, Seuil.
- CHAUMIER S., 2001, « Le Père Noël, ce vieux sexiste », *Libération*, 10 décembre 2001.
- CHAUMIER S., à paraître, « La Production du petit homme : des modes de socialisation à la violence par les jouets », *Alliage*.

- CLERGET S., 2001, *Les Enfants aussi ont un sexe*, Paris, Odile Jacob.
- CRABBÉ B., DELFOSSE M. L., GAIARDO L., VERLAECKT G., WILWERTH E., 1985, *Les Femmes dans les livres scolaires*, Paris, Mardaga.
- DAYAN-HERZBRUN S., 1982, « Production du sentiment amoureux et travail des femmes », *Cahiers Internationaux de Sociologie*, vol. LXXII.
- DECROUX-MASSON A., 1970, *Papa lit et maman coud*, Paris, Denoël.
- DURU-BELLAT M., 1990, *L'Ecole des filles. Quelle formation pour quels rôles sociaux ?*, Paris, L'Harmattan.
- FALCONNET G., LEFAUCHEUR N., 1975, *La Fabrication des mâles*, Paris, Seuil.
- FALUDI S., 1993, *Backlash. La Guerre froide contre les femmes*, Paris, Des femmes.
- FIRESTONE S., 1970, *La Dialectique du sexe*, Paris, Stock.
- FONTENAY E. de, 1976, « Pour Emile et par Emile, Sophie ou l'invention du ménage », in *Petites filles en éducation*, Paris, Les Temps Modernes, Mai 1976.
- FOURIER Ch., 1967, *Œuvres Complètes*, Tome 1, Introduction de Simone Debout, Paris, Anthropos.
- GIANINI BELOTTI E., 1974, *Du côté des petites filles*, Paris, Des femmes.
- GUILLAUMIN C., 1978, « Pratique du pouvoir et idée de nature », *Questions féministes*, n°2 et 3.
- GUILLAUMIN C., 1992, *Sexe, Race et pratiques de pouvoirs*, Paris, Côté-femmes.
- JODELET D., 1989, *Les Représentations sociales*, Paris, PUF.
- JODELET D., 1995, *La Place des femmes*, Paris, Recherches, La Découverte.
- MATHIEU N.-C., 1991, *L'Anatomie politique. Catégorisations et idéologies du sexe*, Paris, Côté-femmes.
- MAUSS M., 1950, *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF.
- MICHEL A., 1986, *Non aux stéréotypes! Vaincre le sexisme dans les livres pour enfants et les manuels scolaires*, Paris, Unesco.
- REFABERT C., 1994, *Un Amour de poupée*, Paris, Albin Michel.

- SLEDZIEWSKI E. -G., 2001, « Des Cadeaux très mauvais genre... », *Dernières nouvelles d'Alsace*, 19 décembre 2001.
- TAP P., 1985, *Masculin et féminin chez l'enfant*, Paris, PUF.
- VINCENT S., 2002, *Le jouet et ses usages sociaux*, Paris, La Dispute.

Mix-Cité :

www.mix-cite.org.contact@mix-cite.org

Collectif contre le publisexisme :

contrepublisexisme@samizdat.net