Jeux/Jouets Masculinités

LA POUPEE QUI VEUT CONDUIRE (ANIMATION)

Intentions pédagogiques

Questionner la répartition jouets pour filles/jouets pour garçons en réfléchissant aux valeurs qui leur sont liées ; questionner les aptitudes soi-disant naturelles des deux sexes ; prolonger ces réflexions dans le champ des tâches ménagères, des métiers, des pratiques sportives, etc.

Pistes d'exploitation

Montrer le film une première fois et engager une discussion générale en vous aidant des questions ci-dessous ; le montrer ensuite par séquences et avec les arrêts sur images proposés dans l'annotation pour revenir sur les détails.
La réflexion peut se faire en petits groupes avec des questions écrites et une transmission orale quand les élèves sont un peu plus grands.

Introduction

Les jeux et les jouets sont des domaines privilégiés pour étudier les stéréotypes sexués et les assignations faites par la société aux filles comme aux garçons : aux filles les poupées, les robes de princesse, les jeux de ménage ou de maquillage, aux garçons les armes, les voitures, les jeux technologiques… Cette répartition est accentuée par des rubriques distinctes « filles » et « garçons » dans les catalogues et les magasins de jouets, une

répartition évidente même aux yeux des enfants qui ne lisent pas encore grâce à l'emploi systématique des couleurs : le rose, le violet pour les filles, le bleu, le noir, pour les garçons.
Ainsi les petites filles sont-elles dirigées vers des activités domestiques qui s'exercent dans le domaine privé alors que les garçons sont incités à être actifs et à investir le monde extérieur.
Ce clivage se retrouve dans les jeux en ligne qui reprennent la même catégorisation, les mêmes rubriques et les couleurs rose et bleu.
On verra plus bas que ce clivage s'est accentué ces dernières années avec en écho les dictionnaires et revues pour filles, les vêtements et cartables roses pour petites filles, bleus pour les garçons, que l'on ne retrouve pas dans les catalogues de jouets des années 80 par exemple.
Enfin, la sexualisation précoce des modèles (poupées, images dans les jeux en ligne, dans les mangas, petites filles, mannequins posant comme des tops modèles) irrigue largement le champ des jeux et des jouets, risquant d'influencer autant les représentations que les comportements.
Dans l'ouvrage collectif *Contre les jouets sexistes* publié en 2007, on cite les quatre grandes catégories de jouets destinés aux filles : la maternité, les tâches domestiques, la beauté, les sentiments.
Les jouets de garçons, eux, toujours selon cet ouvrage, appartiennent essentiellement aux catégories suivantes : la technique, la conquête, la puissance, la guerre.
On devine aisément à quel rôle et à quelle position ces jouets préparent les petites filles et les petits garçons.
Il ne s'agit donc pas ici de forcer les petits garçons à jouer à la poupée et les petites filles aux robots télécommandés, mais d**'**autoriser des choix, des goûts personnels non dictés et imposés par une société donnée.
Les activités proposées ont pour objectif d'attirer l'attention et de déconstruire ces modèles dont on verra à quel point ils sont réducteurs pour l'un et l'autre sexe.

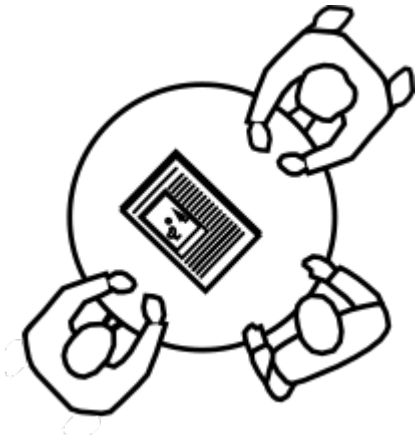
> "*Chez les jeunes enfants, une phase de développement consiste à vouloir imiter les adultes. Les jouets ont une fonction ludique mais sont également des supports d'apprentissage**.** Alors que 86% des femmes exercent une profession, pourquoi les filles devraient-elles se projeter dans les activités domestiques et apprendre la séduction dès l'âge de 3 ans ? Est-il juste d'exclure les filles de ce qui renvoie à l'aventure, l'ambition et la science ? Pourquoi encourager les garçons à la compétition et à la violence physique, et les exclure de tout ce qui touche*

à la maison, aux soins des enfants, à la relation et au dialogue?"
http://marredurose.olf.site/interpellez-industrie-du-jouet/

À regarder, une histoire du bleu et du rose

Pourquoi le rose c'est pour les filles ?

ANALYSE



Ce film est un spot publicitaire diffusé par Audi Espagne.
Son titre original est : *La muñeca que eligió conducir*

Questions sur le film (voir dans les annotations des éléments de réponse)

Où se passe le film ?
Quels sont les jouets présentés côté rose ? côté bleu ?
Pourquoi ces couleurs ?
Pourquoi cette séparation ?
Que font les poupées sur l'étagère (activités) ? Regarder aussi les coffrets.
Que fait la poupée dans son carrosse ? Que pensez-vous de son caractère ?
Pourquoi veut-elle passer de l'autre côté ?
Pourquoi les voitures, camions, tractopelle, etc. klaxonnent quand elle passe ?
Que se passe-t-il pour les autres jouets à partir du moment où elle conduit ? Détailler.
Quels sont les défis et les dangers qu'elle affronte ?
Vous semble-t-elle à l'aise au volant ?
Pourquoi doit-elle rentrer ?
Pourquoi la maman repose la poupée sur l'étagère ?
Comment réagit le petit garçon ? Qu'en pensez-vous ?
Que veut nous montrer ce film ?
Quand il n'y a plus de catégorisation, tout est possible selon les goûts : on peut jouer indifféremment avec une voiture et une poupée, un soldat et une dinette, un train, des indiens, des poneys... Les codes couleurs nous font croire à une différence qui n'existe pas : tous les jouets (comme tous les métiers) sont mixtes, ça dépend de l'âge que l'on a, des goûts, des camarades avec qui on joue. Dans ce film, les deux univers sont très séparés comme s'il n'y avait pas possibilité de jouer ensemble.

On n'est pas un garçon parce qu'on joue avec un tracteur, on n'est pas une fille parce qu'on joue à la poupée ; je reste garçon en jouant à la poupée (et je m'entraîne pour quand je serai grand et m'occuperai de mes enfants) ou à la dinette ou encore à la corde à sauter ; je reste fille en jouant avec un robot, un action-man, un camion de police et en faisant partie d'une équipe de rugby ; quel que soit mon sexe, je peux aimer les barbies et les super héros, les coloriages et le football, les voitures télécommandées et les princesses, etc.

Quels sont les jeux que vous jouez/partagez avec les garçons (pour les filles), avec les filles (pour les garçons) ?
L'espace de la cour de récréation est-il mixte ? Les filles et les garçons ont-ils autant de place ? Qui occupe le centre ?
Pourquoi un garçon ne jouerait pas à la dinette, à la poupée alors qu'un homme doit savoir préparer à manger pour ses enfants, sa famille, ses amis ? Ou savoir s'occuper de son bébé (lui donner le biberon, le changer, lui donner son bain, le câliner, etc.) ?
Il y a autant de conductrices que de conducteurs adultes, pourquoi les jouets voiture seraient-ils réservés aux garçons ?
Pourquoi les filles seraient-elles "naturellement" sages, jolies, propres et les garçons remuants, bagarreurs et leurs habits déchirés ou sales ? Cela vous parait-il juste ?
Il n'y a pas de nature de filles ou de nature de garçon, de caractère fille ou de caractère garçon, toutes les filles sont différentes, tous les garçons sont différents ; la société dans laquelle on vit nous impose des modèles (des normes) que nous ne sommes pas obligés d'adopter.
Notes :

Bleu pour les garçons, rose pour les filles ? Et bien, non, avant, c'était l'inverse !
https://matilda.education/app/course/view.php?id=81

Les femmes mauvaises conductrices ? Bien au contraire !
https://www.marieclaire.fr/,femmes-moins-dangereuses-au-volant,20123,460262.asp

Compléments

La campagne du Ministère de la consommation espagnol (2021)

La grève des jouets. Et si les jouets n'avaient pas de genre ?
https://fb.watch/9Zw1HzhMxk/

(en espagnol, sous-titres anglais)

et son initiative pour interdire les publicités pour jouets genrés

Finies les pubs pour jouets genrés : et si on s'inspirait de l'Espagne ? (2022)

> *Éviter les préjugés sexistes". Tel est l'objectif formulé par le ministère de la Consommation espagnol dans l'optique d'une nouvelle initiative : mettre fin aux stéréotypes sexistes qui perdurent dans les publicités pour jouets. Et ce, dès le 1er décembre 2022. Un accord conclu en Espagne entre le gouvernement, une agence de contrôle de la publicité et l'Association des fabricants de jouets.*
> *Et établissant 64 normes différentes, des "normes éthiques". Parmi elles ? Interdire "l'assignation des jouets qui reproduisent les rôles du soin, du travail domestique et de la beauté aux filles, et celle de l'action, de l'activité physique et de la technologie aux petits garçons", mais aussi "ne plus associer systématiquement les couleurs bleu et rose aux petits garçons et aux petites filles", comme le relève le magazine Néon.*

« DIS MOI À QUOI TU JOUES JE TE DIRAI QUI TU ES » : UNE CHARTE POUR LUTTER CONTRE LES STÉRÉOTYPES GENRÉS DANS LES JOUETS (2021)

Une charte qui porte ses fruits, puisqu'en 2023 on note que les sites et les catalogues de jouets sont moins genrés ; ce qui n'est pas le cas des publicités télévisées.

PROLONGEMENTS

AUTRES PROPOSITIONS SUR GENRIMAGES

JOUET
Dessins animés : une super-héroïne ?
ESPACE (extrait) (sur l'occupation de la cour de récréation)

Des images à annoter (après création de votre espace personnel)

A ANNOTER: LEGO (1981)

A ANNOTER : PUBLICITÉ POUR UNE VOITURE TELECOMMANDÉE

A ANNOTER : ORDINATEURS POUR FILLE ET POUR GARÇON

D'autres fiches pédagogiques

Évolution de la publicité LEGO, fiche pédagogique
Jeux/jouets : jeux en ligne, fiche pédagogique
Jeux/jouets : présentation des rubriques, fiche pédagogique
Jeux/jouets pour filles et/ou pour garçons? Fiche pédagogique
Jeux/jouets: les enfants qui présentent les jouets dans les catalogues

Pour étendre la discussion

au sport (sport de fille/sport de garçon)

LE SPORT N'A PAS DE GENRE

à la répartition des tâches domestiques

ENTRETIEN DOMESTIQUE N°2: COUPLE

aux métiers

Métiers de femmes ? Métiers d'hommes ? Fiche pédagogique

Vidéo

Une analyse en deux parties sur l'évolution des Legos et le monde stéréotypé des Lego friends ainsi que ceux destinés aux garçons (en anglais sous-titré en français).
Lego friends : LEGO et le genre (1ère partie)

Lego Friends : LEGO et le genre (2ème partie)

Autres propositions pédagogiques

Mettre en rapport les jouets et les cadeaux proposés lors de la fête des mères et la fête des pères (découpages) : quels liens ?

Imaginer un rubriquage pour les magasins de jouets et les catalogues de jouets qui ne fonctionnent pas sous le mode "jeux de filles/jeux de garçons".

À partir des jouets proposés dans les catalogues, quels sont les métiers/activités réservés aux filles, aux garçons ? Faire un collage à partir de découpages.

Femmes pilotes : faire un panneau mural, une page internet, un powerpoint ... sur des femmes pilotes (de chasse, d'avion, de voiture...). Pour vous aider :
http://www.laberezina.com/pilotes/femmes_pilotes.htm
http://www.aerobigorre.org/bia/download/histoire_les_femmes_et_l_aviation.pdf

Commenter ces images :

- Un papa qui s'occupe de son bébé et un papa qui fait le ménage avec son fils

CAMPAÑA DE PATERNIDAD

Cuida la salud de tu hijo/a y acompáñalo a sus controles de salud

ENE CULTURASALUD MenCare unicef

- Une maman et sa fille et une panoplie de parfaite ménagère

- Des jouets : poupon et kapla

- Capitaine Carole Mérouze, pilote de chasse (pilote le Rafale)

- Maillots roses : Zidane, des rugbymen à l'entraînement, K.Benzema et G.Bale du Real Madrid

Documentation

Un ouvrage

Contre les jouets sexistes, Collectif, Éditions L'Echappée, Paris 2007

La brochure de la campagne contre les jouets sexistes

http://marredurose.olf.site/mener-la-campagne-avec-nous/guide-de-noel-contre-le-sexisme-2018/

Des rapports

Stéréotypes et jouets pour enfants : la situation dans les catalogues de Noël

Une étude du cabinet TREZEGO,
2013 https://www.reseau-canope.fr/fileadmin/user_upload/Projets/Plan_egalite_filles-garcons/000_b104_t01_analyse_catalogues_jouets_trezego.pdf.pdf

Jouets : la première initiation à l'égalité
Sénat, Rapport d'information n° 183 (2014-2015) de Mme Chantal JOUANNO et M. Roland COURTEAU, au nom de la délégation aux droits des femmes, déposé le 11 décembre 2014
https://www.senat.fr/rap/r14-183/r14-183.html

Des études

Trente ans de catalogues de jouets : Mouvances et permanences des catégories de genre, Mona Zegaï, Université Paris 8, CRESPPA CSU Actes du Colloque International, Ministère de la Culture et de la Communication –Association internationale des sociologues de langue française – Université Paris Descartes- 9es Journées de sociologie de l'enfance, Paris, 2010
https://www.academia.edu/1946734/Trente_ans_de_catalogues_de_jouets_mouvances_et_permanences_des_cat%C3%A9gories_de_genre

Extraits :

> … Si cette distinction (filles/garçons) semble aujourd'hui être la règle, cela n'a pourtant pas toujours été le cas. Si les catégories linguistiques « garçons » et « filles » pouvaient ponctuellement apparaître dans certains catalogues de la première moitié du vingtième siècle (Galeries Lafayette de 1935 par exemple), leur généralisation n'est attestée dans les catalogues de jouets du corpus que depuis 1992. Avant cette date, soit les enseignes ne proposaient pas de sommaire ou plus précisément de catégorisation linguistique (les catalogues étaient souvent moins travaillés), soit, la plupart du temps, d'autres catégories étaient mobilisées sans qu'aucune n'implique une distinction explicite du sexe de l'enfant.…
> …Outre l'âge, les catégorisations utilisées dans les années 1980 se basaient essentiellement sur une simple distinction entre les « types » de jouets, c'est-à-dire ce qu'ils représentent (une poupée, une voiture), l'activité qu'ils permettent de réaliser (le ménage, la construction, la lecture) ainsi que la qualité technologique des objets (véhicules radiocommandés, orgues électroniques).
> … Si les catégories lexicales « garçons » et filles » émergent au début des années 1990, l'association entre un type de jouet et un sexe était déjà sous-jacente. Auparavant, l'attribution se faisait alors de différentes manières, la plus rapidement visible correspondant aux photographies d'enfants que l'on retrouve encore aujourd'hui, filles ou garçons, présentés près des jouets ou manipulant les jouets…
> …C'est entre 1992 et 1997 que le rose et le bleu, devenus aujourd'hui les emblèmes de la distinction sexuée, deviennent omniprésents au sein des pages désormais étiquetées « garçons » et « filles », de manière à marquer cette nouvelle différence posée comme fondamentale. En effet, on ne remarque pas ou l'on remarque moins (selon les enseignes) cette distinction dans les catalogues

des années 1980 ou du début des années 1990, qu'il s'agisse de considérer la couleur de fond des pages ou bien la couleur des jouets…
… La diffusion des catégories sexuées comme rubriques du catalogue au début des années 1990 donne une visibilité à la différence des sexes jamais atteinte jusqu'alors. Tout se passe comme si ces catégories « garçons » et « filles » avaient offert une nouvelle grille de lecture et de composition des catalogues aux concepteurs. Ils devront désormais adapter leur travail à ces deux rubriques qui, comme elles sont distinctes et néanmoins deux modalités d'une même variable, doivent être présentées comme fortement différenciées sinon opposées. Cette opposition passera d'une part par l'amplification des codes couleurs existants (le bleu et le rose essentiellement), d'autre part par l'insistance, dans les écrits, sur la différenciation sexuée, cristallisant ainsi les représentations sociales stéréotypiques de sexe.…
…Les enseignes se présentent comme étant de véritables spécialistes de l'enfant et alignent ainsi un certain nombre de clichés concernant la différence des sexes. Les valeurs dans lesquelles les uns et les autres doivent se reconnaître ne sont ainsi pas les mêmes : les garçons sont présentés comme étant du côté de la compétition, de la force, de l'imagination, de l'invention, de la création, de la construction, du réel et de l'imaginaire. Les filles sont du côté de la tendresse, de l'ingéniosité, de l'esthétique et de la coquetterie, du care, de la communication et du conseil, elles sont en charge de la gestion des tâches quotidiennes et doivent être de bonnes « maîtresses de maison »…

La socialisation au genre par les jouets. Entre discours d'égalité et pratiques différenciées.
Sophie Pinçon, sous la direction de Sylvie Chaperon
Mémoire de Master 2. Institut d'Études Politiques de Toulouse, 2014/2015
http://doczz.fr/doc/799177/la-socialisation-au-genre-par-les-jouets

Extraits :

... En effet, les jeux dits de garçons encouragent le développement d'habiletés visu- spatiales, de mécaniques et d'exploration de l'environnement : toute leur enfance, les garçons évoluent à l'extérieur, courent, jouent à la balle, développant ainsi une aisance physique et une capacité à s'orienter. Les filles elles, de par leurs jeux de faire semblant, développent davantage les habiletés sociales, la communication et les relations interpersonnelles... Se déroulant en intérieur, ils stimulent davantage la parole que les déplacements. Même lorsqu'elles jouent dehors les filles se cantonnent à un espace réduit : la marelle, la corde à sauter restreignent dès le plus jeune âge leur évolution dans l'espace, car « une femme prend toujours trop de place »36. Psychologiquement, la socialisation différenciée impacte le processus d'apprentissage en lui-même, comme l'explique Anne Dafflon-Novelle... (P.14)
... Outre qu'ils limitent les contours de la féminité à la beauté, les jouets stéréotypés creusent davantage l'écart entre les filles et les garçons. En effet l'hypersexualisation est systématiquement appréhendée au féminin sans que son miroir masculin ne soit interrogé, ce qui contribue à renforcer la hiérarchie des

sexes. De manière générale, l'empire des sentiments est la chasse gardée du monde édulcoré et esthétique des filles. Comme l'écrit le Collectif, « le sentimentalisme est institutionnalisé comme forme de relation aux autres et au monde : la gentillesse est la valeur numéro 1 chez les filles ». De leur côté, les garçons sont eux aussi soumis à des stéréotypes dans la définition de leur genre : il s'agit dans leur cas de codes et d'attitudes qui vantent une sexualité active, machiste, sexiste et violente fondée sur des codes pornographiques (p.25)
... En termes d'apparence, la figure stéréotypée masculine est celle du héros, qui prône les valeurs masculines : force, courage, don de soi, puissance. Matérialisé par les figures du pompier, du policier ou le célèbre action man et leurs véhicules et accessoires, le héros accomplit des exploits pour avoir un statut social valorisant. En outre, il apprend aux garçons que le corps masculin ne fait qu'un avec la machine pour transformer et conquérir le monde grâce à la puissance, la guerre, la technique, le savoir, ce qui tranche avec la gentillesse et l'apparence réservées aux filles. Le véhicule ou l'arme qui servent de jouet sont analysés par Serge Chaumier comme un prolongement symbolique du corps masculin dans un espace infini qui lui appartient, et donc qu'il occupe de manière visuelle, sonore, géographique sans besoin de limiter son désir. Même lorsqu'ils sont présents dans les deux univers, les jouets n'ont pas la même symbolique : Mona Zegai prend l'exemple des voitures, qui ont une fonction utilitaire chez les filles (promener un bébé ou faire du shopping) alors qu'elles sont « constitutives de l'identité des garçons, puisqu'elles condensent en un petit objet les principales caractéristiques de la masculinité : vitesse, puissance, technique, danger et dépassement de soi.» Pour les filles, l'intérêt est la finalité à laquelle conduit la voiture ; pour les garçon, c'est la voiture en elle-même.(p.28)
... L'une des dernières caractéristiques de la socialisation au genre des garçons est tabou et invisible, mais pourtant bien présente : c'est celle de la norme hétérosexuelle. Elle est d'ailleurs abordée dans très peu d'ouvrages, et les réflexions suivantes sont principalement le fruit du livre «Contre les jouets sexistes». Ladite norme est omniprésente dans l'univers des jeux dits de fille, sous la figure du Prince Charmant, des poupons, des jeux d'imitations de ménagère, qui leur fait intégrer l'image d'un modèle de couple et de famille dont la clé est l'amour de l'Homme : « l'amour permet de justifier le sacrifice de soi, le dévouement et le temps passé à s'occuper des autres. Il permet de rendre acceptable ce qui ne l'est pas : la domination, le mépris, l'absence d'estime de soi" (CHAUMIER Serge, « La production du petit homme». Chez les garçons en revanche, l'amour est totalement absent et les seules filles présentes dans leur univers sont des guerrières sexys ou des princesses à sauver. La norme hétérosexuelle des garçons ne passe pas par la valorisation d'un modèle familial mais par un rappel à l'ordre en termes de sexualité : un homme doit se tourner vers les filles, pas vers les garçons, et dans ses relations avec ces dernières, rester fier, hors d'atteinte et distant pour affirmer sa virilité et son indépendance. Ces injonctions sont difficiles à dévoiler d'autant plus qu'elles s'effacent progressivement avec les avancées du féminisme : un exemple concret est celui des garçons jouant à la poupée sur lequel nous reviendrons dans la sous-partie consacrée à la transgression dans le jeu. (P.30)
... (citation de Sylvie Ayral dans son ouvrage "La Fabrique des garçons") *: « Le*

problème n’est pas de «sauver» les garçons, ni de lutter pour l’égalité entre les filles et les garçons, ni même de combattre une homophobie qui structure leur construction identitaire. Le problème est d’en finir avec la fabrique des garçons. D’explorer la manière dont familles, école et société projettent sur les «petits mâles» des rêves, des désirs ou des fantasmes qui influent sur leurs identités et leurs carrières. De décrypter les situations qui permettent à ces enfants d’intégrer et d’expérimenter les mille et une ficelles du métier d’homme. Et de contrer, enfin, les mécanismes de séparation et de hiérarchisation des sexes à l’œuvre à l’école et dans les activités périscolaires. Tout ce qui encourage les enfants de sexe masculin à réprimer, peu à peu, leurs goûts personnels, leurs émotions, leurs affects, à rompre la relation à soi-même et à autrui.»
... Ainsi à 3 ans, les filles ont davantage tendance que les garçons à préférer un jouet contre-stéréotypé à un jouet mixte. Ceci s'explique en partie par une dévalorisation des activités dites féminines. Si les garçons ne sont pas incités à aller vers des jeux dits de filles, c'est parce que ces derniers sont d'autant plus dévalorisés que les jeux masculins sont valorisés pour les valeurs qu'ils portent. « Les filles savent qu'elles rêvent pas seulement de valeurs de garçon mais de valeurs dominantes dans la société (agressivité, aventure, action, compétition) plus que les garçons ne rêvent de dînettes, de poupées73 ». Par ailleurs, comme nous l'avons vu plus haut, les jouets et activités féminins sont perçus comme davantage stéréotypés que les jouets masculins.
Étant plus limités en nombre et en possibilité, ils justifieraient aux yeux des adultes que les filles se tournent vers des jeux dits de garçons, un argument qui rejoint le premier dans la dévalorisation du féminin.
Le revers de la médaille, c'est-à-dire le peu de garçons allant vers les jouets de filles, s'explique non seulement par le peu de crédit accordé à ces derniers mais surtout par le coût que cela représente pour lui. Si la masculinisation de la panoplie de jouets des filles ne pose aucun problème voire fait l'objet d'un encouragement, la féminisation de celle des garçons est associée à une manifestation d'homosexualité. Force est de constater que les garçons qui choisissent des attributs féminins (poupée, déguisement de princesse) se voient qualifier de trop fusionnels à leur mère ou d'homosexuel, des conclusions qui ne concernent pas une seconde les filles. On assiste ainsi à une véritable prévention à l'égard des fils, qui risquent de devenir homosexuels s'ils jouent à la poupée, alors que l'adulte n'envisage pas une seconde que cette attitude puissent simplement consister à « faire comme papa ». Un garçon utilisant un jouet de fille pose un doute sur son identité masculine. Cette constatation est très intéressante car elle révèle une autre angoisse de l'égalité des sexes : le pendant de la « féminité perdue » que nous avons évoqué, c'est la « masculinité entachée » Nous retrouvons là les éléments de la fabrique du petit mâle, où « adopter des comportements masculins pour une fille est une simple transgression ; adopter des comportements féminins pour un garçon est une dévalorisation ». Or, qui dit dévalorisation chez l'homme dit homosexualité, qui est considérée dans le cadre de la virilité masculine comme une défaillance, un manque de force : on n'est pas un « vrai mec » quand on se comporte « comme une fille » ou comme une « tapette ». (p.39)

Jeux Iphone pour enfants : des pixels et des stéréotypes Comparaison entre les 100 premiers jeux proposés par Apple en tant que « Jeux de filles » et « Jeux de garçons » et disponibles sur Iphone. Par Sophie Gourion
http://www.toutalego.com/2015/09/etude-jeux-iphone-pour-enfants-des.html

J'ai testé pour vous ... le sexisme des jeux pour filles en ligne
http://je-suis-une-publication-sexiste.tumblr.com/post/142572046514/jai-test%C3%A9-pour-vousle-sexisme-des-jeux-pour

Des articles

Val-d'Oise : quand les enfants disent stop aux clichés dans les jouets(2018)
www.leparisien.fr/val-d-oise-95/val-d-oise-quand-les-enfants-disent-stop-aux-cliches-dans-les-jouets-19-12-2018-7972764.php

Un Noël en « rose » et « bleu » : la lente évolution des jouets sur les questions de genre. La sectorisation « genrée » est récente et répond à un impératif commercial évident : celui de vendre davantage de jouets (Décembre 2018). C.Chabas
https://www.lemonde.fr/societe/article/2018/12/24/sur-les-questions-de-genre-les-jouets-evoluent-au-meme-rythme-que-la-societe-lentement_5401797_3224.html

La Production du petit homme in "La Science et la guerre". Alliage : Culture - Science - Technique, Alliage, 2003, pp.49-59.
L'article explore la manière dont les petits garçons sont socialisés au travers de jouets violents et guerriers et la construction des imaginaires sexués formatant des genres masculins.
https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00483715/document

Un TPE

La sexualisation du jouet
https://tpesexualisationjouet.wordpress.com/

Des vidéos

Une conférence de Mona Zegai (2015)

Tristan Lopin feat. Le Noël(sexiste) des enfants
Un youtubeur humoriste contre les jouets sexistes

https://www.youtube.com/watch?v=Kr-8j_i4k6Q

Un extrait concernant les jouets du film « *La domination masculine* » de Patrick Jean, 2009
https://www.youtube.com/watch?v=itoAcTKPLG0

Un court métrage

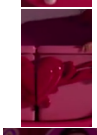
Il était UNE fois de Thibault Castan

Une petite fille joue avec son père dans sa chambre. Elle met en scène le jeu de la princesse prisonnière-dans-un-donjon-gardé-par-un-monstre et du chevalier. Le père se prête au jeu et déroule les scénarios qu'il connait, mais la petite fille lui fait comprendre que les règles ont changé.

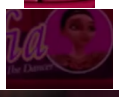
ANNOTATIONS ET QUESTIONNAIRES

Arrêts sur image

Côté rose = jouets pour les filles

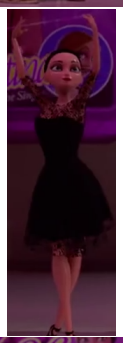


Côté bleu= jouets pour les garçons



Coffret poupée : la danseuse.

Maquillage : se faire belle, plaire, donner de l'importance à l'apparence.



Danseuse : grâce, beauté, finesse

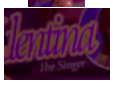
Landau : maternité, soin

Talons

Talons

Cheveux longs et lisses

Cheveux longs et lisses



Valentina, la chanteuse.

"Princesse" toute rose dans son carrosse rose; même modèle physique que les autres poupées (talons, cheveux longs et lisses) mais ici le geste surprend : elle donne des coups des pieds au carrosse qui n'avance pas.

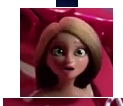
La poupée rose n'a pas une attente passive, elle cherche à se débrouiller toute seule.

Pas contente, en colère, cette poupée là ne se comporte pas comme une petite fille modèle.

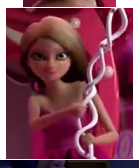
Zoé, enseignante. Encore un métier où on s'occupe des autres et particulièrement des enfants.

Nicole, la princesse.

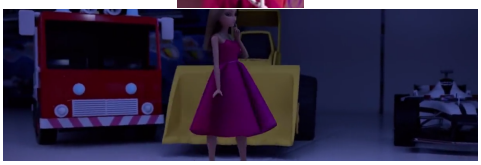
La poupée découvre les jouets pour garçons (bleus) : voitures (de course, de police), tracteurs, camions de pompiers, jeu de minéralogie, etc...



"Tout ça !" La poupée est surprise par ce qu'elle découvre (des jouets très différents de ceux du rayon filles).

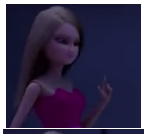


La poupée rose ne contente pas d'admirer les jouets d'en face, elle passe à l'action.

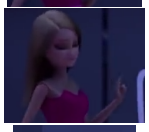


Au passage de la poupée rose, les véhicules s'agitent et frétillent, prêts à l'embarquer ; ils se comportent comme souvent des hommes quand ils voient passer une femme et la siffle (sans se demander ce que ça lui fait d'être regarder comme un objet de convoitise).

Non !



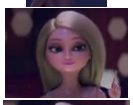
Non !



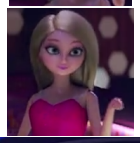
Et non pour la balade en voiture de police !

Marque de la voiture dont le film fait la publicité.

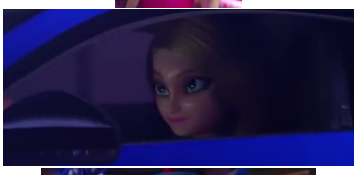
Cette fois, elle reste bouche bée.



Non pour être passagère.

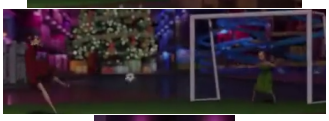


"Je veux être là!"

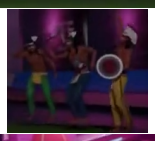


La poupée veut conduire.

La poupée rose a libéré les autres jouets : ici des poupées en chiffon s'engouffrent dans un fort.



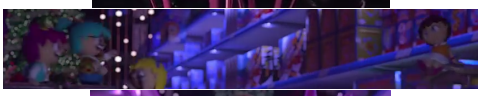
Ces deux poupées jouent au foot.



Les indiens encouragent les joueuses.

Des figurines (hommes) sont passées du côté rose et oraganisent un barbecue.

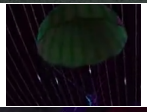
Celui là a l'apparence d'un gros dur (cicatrice, cuir, musculature) et pourtant il boit un thé bien tranquillement.



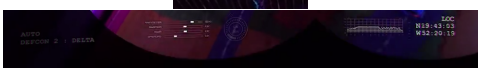
Les poupées peuvent se balader en train.

Même le poney s'amuse sur un skate (il vient du côté rose des filles et se dirige vers le côté bleu).

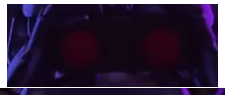
En faisant rugir son moteur, le conducteur veut montrer sa puissance : il défit la conductrice.



Ce parachutiste est important, nous allons voir pourquoi...

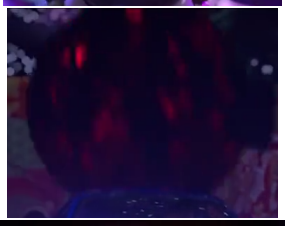


La pourquite est vue de haut par le parachutisme (les voitures nous paraissent loin), sans doute à travers des jumelles.

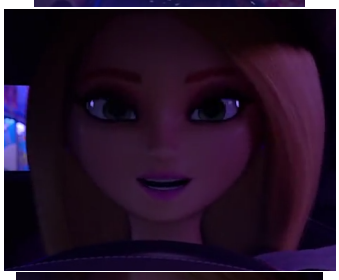


Il regarde bien dans ses jumelles, sans doute à infra-rouge pour voir dans la nuit.

Mieux vaut regarder devant soi...

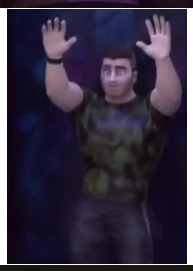


Scène de cinéma d'action (renforcée par la musique): un danger menace l'héroïne.

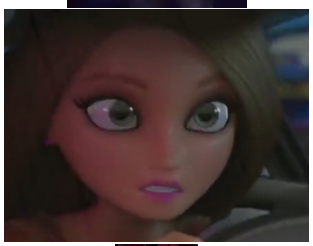


Elle s'en est bien sortie.

Les lumières sont rallumées, le magasin va ouvrir.



Le soldat regagne vite sa boite.



Elle se dépêche pour retourner à son rayon. La musique, les lumières qui claquent marquent l'urgence de la situation.

Poupée de chiffon et poney rose ont retrouvé leur place.

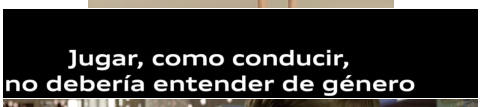
La voiture s'arrête entre les deux univers, pas le temps pour elle de regagner son carrosse et pour la voiture de retourner dans sa boite.

Le magasin a ouvert ses portes, les gens entrent pour faire leurs achats.

La voiture est maintenant vue en grandeur réelle (proportions par rapport au petit garçon) alors qu'avant elle était vue par rapport au monde des jouets. Le petit garçon dit : "maman, je veux ça !"

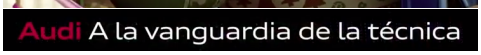
La maman dit : mon chéri, tu vois bien que ça ne va pas ensemble!

Elle remet la poupée rose dans son univers de princesse.



Jouer, comme conduire, ne devrait pas dépendre du genre.

Ce que le petit garçon voulait, c'est la voiture ET la poupée qui conduit la voiture.



C'était une publicité pour la marque Audi, "à l'avant-garde de la technique".
Ici la marque veut nous montrer qu'elle est aussi à l'avant-garde sur la question du genre, c'est à dire en avance par rapport à ses concurrents.

Séquences

00:00:00 - 00:00:40	Les lumières se ferment les unes après les autres dans un magasin de jouets. Une allée centrale sépare deux rayons : à gauche, des boites et des jouets de couleur rose, à gauche, des boîtes et des jouets de couleur bleue. Ces couleurs ainsi que le type de jouets brièvement aperçus nous indiquent leur destination : rose pour les filles et bleu pour les garçons (il n'y a pas si longtemps les jouets étaient rangés par catégories de jouets, il n'y avait pas cette distinction très tranchée). Par ailleurs, le rose était associé au masculin et le bleu au féminin) ; poupées, carrosses pour les filles, voitures, tracteurs pour les garçons. Puis la caméra longe une étagère du rayon rose : on y découvre 3 figurines (petites poupées) sorties de leur coffret qu'on voit en arrière-plan : Une poupée assise à sa coiffeuse (rose) se maquille. Elle porte une robe longue fendue et des chaussures à talons. Elle a les cheveux longs, lisses et châtains. La 2° est une danseuse, debout sur les pointes, elle porte une robe noire et des chaussons de danse noirs, ses cheveux noirs sont attachés. La 3° pousse un landau rose, elle porte une robe violette et des chaussures à talons. Elle a les cheveux longs, lisses et blonds, nattés. Derrière elles, les coffrets : une chanteuse (Sofia ?), une danseuse, Valentina, une enseignante, Zoé, une princesse, Nicole. La 4° figurine, toute vêtue de rose dans son carrosse rose, semble s'impatienter : son carrosse ne bouge pas. Elle donne des coups de pieds, essaie de le pousser, mais rien n'y fait. De rage elle donne un coup dans la roue qui s'échappe et va rouler jusqu'à l'autre côté. La poupée rose est estomaquée par ce qu'elle aperçoit côté bleu et décide de passer de l'autre côté (transgression) à l'aide d'une chaîne qu'elle utilise comme une liane. Les poupées présentées sont destinées au spectacle, à la maternité ou la vie de princesse ; les valeurs associées sont la représentation, la séduction, la beauté, la grâce, le soin, l'amour (la princesse attend son prince), des valeurs socialement valorisées pour les filles et les femmes comme si elles n'avaient pas d'autres désirs et d'autres compétences... La poupée rose n'est manifestement pas satisfaite de son sort : contrairement aux petites filles modèles, aux belles princesses qui attendent sagement (parfois très longtemps) leur prince, celle-là s'emporte vite, donne des coups de pieds, manifeste sa mauvaise humeur : elle veut bouger !

00:00:40 - 00:01:08	Arrivée côté bleu : camion de pompier, tractopelle, voiture de course, de police, les engins réagissent à l'arrivée de la poupée en klaxonnant et s'agitant : ils essaient d'attirer son attention, font "le beau" "le kéké" chacun faisant rugir son moteur plus fort que l'autre. La poupée ne semble pas intéressée et leur fait savoir. Elle paraît par contre subjuguée par la voiture bleue qui sort de sa boite en rugissant, mais refuse d'être passagère, elle veut conduire. Aussitôt au volant, elle s'échappe. Du côté des jouets bleus, beaucoup d'engins de toutes sortes : des véhicules qui permettent le mouvement, la vitesse, le travail, les responsabilités... on voit ici comment à travers les jouets, on attribue certaines caractéristiques (vitesse) certaines missions comme sauver (pompier) ou la responsabilité du travail. L'univers bleu est bien différent du rose ! La femme rose quand elle travaille, enseigne (en classe donc à l'intérieur), s'occupe de ses enfants (à la maison même si elle fait quelques promenades avec eux) cherche à plaire ou est en représentation. Pas de vitesse, de déplacement, de technique, de métiers glorieux ! Les véhicules cherchent à attirer l'attention de la poupée par tous les moyens en leur possession, comme les font les hommes qui sifflent, interpellent les filles et les femmes qui passent. C'est aussi une vision réductrice et presque ridicule du garçon qui doit faire son beau, son "malin" pour se faire remarquer par une fille. La voiture bleue jaillit de sa boite, elle séduit la poupée parce que c'est une AUDI (le film est une publicité pour cette marque).
00:01:08 - 00:02:10	L'acte transgressif ouvre la porte à d'autres transgressions que nous découvrirons tout au long de cette séquence : - poupées qui vont jouer dans un fort - poupées qui jouent au foot sous le regard de supporters indiens - figurines masculines installées dans le rose qui préparent un repas-barbecue - "motard" balafré qui boit une tasse de thé - poupées dans le train emmenées à la découverte de l'univers bleu - petit poney sur un skate Ensuite, la poupée est défiée par un conducteur de bolide pourtant beaucoup plus petit. La musique (brève intro de James Bond) annonce une course-poursuite trépidante dans le style film d'action (plan filmé d'en haut par un parachutiste). Mais quand les jouets sortent du rang, le danger guette ! la voiture disparait dans un circuit en forme de roue, le parachutiste chute. Le danger vient ensuite d'une boule de Noël énorme et menaçante dans le style film catastrophe qu'elle réussit à éloigner. La poupée s'avère être une très bonne conductrice.

00:02:13 - 00:03:05	Le retour La conductrice roule à toute vitesse pour retourner à sa place, les soldats regagnent leurs boites, les poneys, les poupées sont de retour dans leur côté rose, mais elle arrive trop tard : les clients sont déjà dans le magasin et elle doit rester au volant en plein milieu de l'allée. Un petit garçon se saisit de la voiture et dit : "maman, je veux ça ! " Et la maman de répondre : "mais ça ne va pas ensemble !" Et elle replace la poupée rose sur son étagère. Mais le petit garçon a choisi cette conductrice pour sa voiture, et il la prend. Ce qui compte, c'est de jouer avec les jouets qui correspondent aux goûts de celles/ceux qui jouent, pas de les choisir en fonction de leur destinataire supposé, fille ou garçon. Ici la maman considère que la poupée n'est pas à sa place au volant d'une voiture, le petit garçon lui n'est pas d'accord, il veut la voiture avec la poupée. On voit à la fin le sigle de la marque AUDI (le film est un film publicitaire pour la marque) : ici AUDI cherche à marquer les esprits en allant contre les stéréotypes habituels concernant les jouets et les femmes au volant, en mettant en avant son avant-gardisme idéologique et technique.