

L'existence d'un clivage entre les jouets adressés aux garçons et ceux adressés aux filles apparaît rapidement au promeneur amené à déambuler dans les rayons des magasins de même qu'au lecteur feuilletant des catalogues : la plupart des distributeurs propose en effet des espaces catégoriels dans lesquels la différence, peu équivoque, se matérialise par des jouets attribués spécifiquement à chaque sexe par le biais notamment d'un étiquetage des rayons et rubriques en « garçons » et « filles » et une sur-représentation des couleurs bleu et rose. Si ces objets de l'enfance permettent de rendre lisibles les catégories de genre en mettant au jour une partie de leur contenu, ils participent dans le même temps à leur construction, leur cohérence interne et leur maintien dans le temps en diffusant des représentations sexuées de l'ordre social. Nous nous attacherons donc à mettre en évidence ce que les jouets nous apprennent de la construction du genre tout en analysant leur contribution propre à l'existence et à la pérennité des catégories 'garçons' et 'filles'. Pour ce faire, l'entrée par le discours linguistique et iconique sera privilégiée, l'enquête s'appuyant sur un corpus constitué de catalogues de jouets édités à Noël par des enseignes de grande distribution (Auchan, Carrefour, Leclerc) et spécialisées dans le jouet (Fnac Éveil & Jeux, Joué Club, La Grande Récré, Toys'R'Us)¹. Nous utiliserons notamment des techniques d'analyse statistique de données textuelles afin de faire apparaître les récurrences et oppositions lexicales entre les argumentaires de vente présentant les jouets adressés aux garçons et aux filles (voir encadré méthodologique). Nous mettrons tout d'abord en évidence ce qui oppose les mondes ludiques des premiers et des secondes avant de les comparer au monde réel afin de déterminer si les inégalités inscrites dans les jouets sont le reflet des inégalités sociales. Puis nous examinerons plusieurs dichotomies qui apparaissent comme étant au fondement des catégories de genre telles qu'extérieur/intérieur, danger/sécurité et compétition/coopération.

¹ Les sigles utilisés dans cet article afin de préciser l'origine des argumentaires de vente cités seront les suivants : CAR (Carrefour), LGR (La Grande Récré), TRU (Toys'R'Us) et JC (Joué Club). Les deux chiffres accolés au sigle préciseront l'année de publication. Exemple : CAR09 correspond au catalogue Carrefour de Noël 2009.

Enfin, nous porterons notre regard sur les spécificités sexuées de deux catégories de jouets : les voitures et les déguisements.

L'objet et ses mises en discours : des mondes qui s'opposent

L'inscription de la différence sexuée dans les jouets a été mise en évidence par plusieurs chercheurs (Belotti 1973 ; Tap 1985 ; Vincent 2001 ; Brougère 2003 ; Chaumier 2003 ; Baerlocher 2004). Celle-ci se matérialise parfaitement dans l'opposition statistiquement significative entre le lexique contenu dans les argumentaires de vente de jouets adressés aux garçons et celui associé aux jouets destinés aux filles, le clivage entre les signifiants étant révélateur de celui qui sépare les signifiés. La mise en discours des jouets apparaît ainsi fortement ségréguée : la grande majorité des termes contenus dans les pages « garçons » des catalogues de jouets n'apparaît *que* dans les pages « garçons », et réciproquement pour les pages « filles ». Les mondes lexicaux masculins gravitent autour des véhicules (*voiture, avion, hélicoptère*) et de leur description technique (*turbo, vitesse, infrarouge*). Ils sont également constitués de figurines articulées qui représentent fréquemment des super-héros, sont armées et prêtes au combat dans des décors qui sont couramment des châteaux. De nombreux univers de combat sont reproduits en miniature et peuplés de chevaliers, dragons ou dinosaures. Les mondes lexicaux féminins concernent, quant à eux, majoritairement les poupons et de nombreux accessoires permettant aux petites mamans de s'occuper de leur bébé (*poussette, biberon*), du ménage et de la cuisine. Les poupées, le plus souvent des poupées mannequins, sont également fortement représentées et liées au rêve (*magie, fée*) ainsi qu'à l'apparence physique et à la mode (*coiffure, maquillage*). Cette distinction entre jouets de garçon et jouets de fille mise au jour par le discours linguistique est amplifiée par un discours iconique spécialisé omniprésent dans les espaces de commercialisation de ces objets de l'enfance. Si les argumentaires de vente ne sont pas toujours lus, les nombreux codes visuels transmettent quant à eux un *message* immédiatement lisible sur l'ordre sexué dont la multiplicité des médias (couleurs et teintes des jouets, boîtes de

jouets, allées des magasins et pages des catalogues) renforcent le poids. Les espaces majoritairement bleus possèdent des formes anguleuses (qui représentent des flammes par exemple) et sont peuplés de petits garçons, tandis que les espaces roses possèdent des formes arrondies (cœurs, nuages) et sont investis de petites filles.

Le message linguistique sert de fonction d'ancrage au message iconique en ce sens qu'il permet bien souvent de lever toute ambiguïté quant au sexe des enfants à qui s'adresse chaque jouet. S'il nous renseigne sur le contenu des catégories de genre, il nous permet également de remarquer qu'il existe au sein de ces espaces des interstices qui semblent au premier abord se caractériser par une indifférenciation sexuée. Le terme 'eau' apparaît ainsi globalement dans les mêmes proportions chez les garçons et chez les filles, qui sont tout autant amenés à en utiliser dans leurs jeux. Ils ne mobilisent toutefois pas cet élément de la même manière, puisque l'eau permet l'aventure et le combat chez les premiers (elle est une arme ou un milieu à maîtriser : un « lance-eau », un véhicule qui « roule sur terre, sur l'eau et sous l'eau », un « crabe qui s'attaque à tous les milieux » dont l'eau – TRU05) lorsqu'elle est essentiellement utilisée pour gérer le quotidien chez les secondes (elle est un élément utilitaire ou magique, qui permet aux mamans de baigner leur bébé et d'utiliser leur lave-linge et aux apprenties cavalières de changer la couleur de la crinière de leur cheval). De la même manière, les roues et poignées 'masculines' sont des pièces de véhicules techniques miniaturisés tels que des voitures, des avions et leurs *joysticks*, alors que chez les filles elles appartiennent à des 'véhicules' domestiques de taille réelle tels des poussettes et landaus. En outre, certains mots généralement associés à un sexe dans les catalogues de jouets peuvent parfois apparaître dans les pages dédiées à l'autre sexe ; mais une lecture plus fine laisse apparaître que ce phénomène engage davantage la polysémie des mots qu'une éventuelle absence de marquage sexué. Les 'ordinateur' et 'console' des pages adressées aux filles correspondent ainsi à une « *caisse enregistreuse avec un véritable ordinateur* » (LGR06) et à une « *console électronique pour scanner les codes-barres* » (LGR07). De plus, le mot 'batterie' est très présent dans les pages adres-

sées aux garçons pour indiquer la présence dans la boîte de jouet de cet élément essentiel au fonctionnement d'un matériel technique qui demande beaucoup de puissance ; pour leurs jouets électriques peu puissants, les filles se contenteront de piles et la seule batterie qu'elles seront amenées à utiliser correspond à leur « *batterie de cuisine en métal* » (TRU05, TRU06, CAR06).

L'exacerbation des inégalités de sexe et l'injonction à leur reproduction

On peut dès lors se demander si les jouets, qui misent beaucoup sur la différence de sexe, sont un reflet du monde réel ou s'ils exacerbent la division des sexes. Les discours mettent plutôt l'accent sur la fidélité de la reproduction ; « *vrai**² » apparaît ainsi très fréquemment dans le corpus et ce, cinq fois plus chez les filles (76 fois contre 16 fois). Le poupon « *pleure de vraies larmes* », l'aspirateur « *aspire vraiment* », on peut « *faire ses courses comme dans un vrai supermarché* » et même utiliser « *une pelleuse plus vraie que nature* ». Les jouets forment un microcosme dans lequel les protagonistes exercent des activités professionnelles et de loisirs empruntées au monde adulte. Les métiers exercés par les personnages représentés dans les espaces dédiés aux garçons sont souvent très physiques, nécessitent un véhicule, parfois une arme et très souvent du courage pour faire face aux dangers : soldats, ouvriers de chantier, pompiers, garagistes, policiers, chauffeurs routiers, fermiers ou encore pilotes de ligne et de rallye. De leur côté, les filles sont marchandes de quatre saisons et caissières³, mais exercent surtout de nombreuses activités traditionnellement féminines qui peuvent se décliner sous la forme de métiers :

² Vrai* c'est-à-dire : vrai, vraie, vrais, vraies, vraiment.

³ Il est d'ailleurs intéressant de noter que l'activité de caissière est très représentée avec tous les accessoires appropriés à la tâche : caisse, tapis, micro, scanner pour les codes-barres, balance, appareil à carte bleue, panier. « Tout pour jouer à la marchande » sans pourtant que le terme de « caissière » (ni d'« hôtesse de caisse ») n'apparaisse une seule fois. Le terme, et l'imaginaire industriel et d'exécution auquel il renvoie, serait-il dépréciatif par rapport à l'activité traditionnelle de la marchande ?

s'occuper d'enfants (puéricultrices, baby-sitters, institutrices), effectuer le travail domestique (cuisinières, femmes de ménage, aides à domicile), (se) faire belles (mannequins, coiffeuses, esthéticiennes)⁴. Si la frontière entre travail productif et travail reproductif est incertaine chez les filles, les activités sont toutes présentées comme relevant du domaine domestique plus que du domaine économique ; les petites filles sont avant tout présentées comme des petites mères : le poupon « *reconnaît sa maman* » et « *t'appelle maman* » (TRU05). Le message sur l'ordre sexué est ainsi le même que dans les albums illustrés proposés aux enfants ; ici aussi, « *la fonction maternelle [...] apparaît comme le modèle dominant de l'adulte féminin* » (Brugilles *et al.* 2002).

Si les jouets semblent représenter la réalité avec son lot d'inégalités, ils n'en représentent en fait qu'une partie, la plus sexuellement différenciée, celle qui correspond aux représentations stéréotypées des adultes (Vincent 2001). Tout d'abord, ce ne sont que les métiers ultra-masculinisés ou ultra-féminisés qui sont proposés comme modèles aux enfants ; entre ces deux extrêmes, la réalité est totalement ignorée. Par ailleurs, la part, aussi réduite soit-elle, du travail domestique et du soin aux enfants effectuée par les hommes est quasiment niée. Les hommes ne s'occupent jamais des enfants, et les seules tâches qui leur sont autorisées dans le cadre du foyer sont le bricolage, qui apparaît dans les espaces dits 'masculins' des catalogues, et plus ponctuellement les courses et la cuisine⁵, qui font partie des espaces dits 'féminins'. De la même manière, alors même que les femmes représentent près d'un actif sur deux en France en 2008⁶, leur participation à la vie économique est mise de

⁴ Notons qu'il s'agit plus souvent pour les garçons de jouer avec une figurine évoluant dans un univers lui-même miniaturisé et pour les filles de devenir leur propre personnage en jouant avec des objets grandeur nature (poupon, cuisine, tête à coiffer).

⁵ L'apparition de garçons dans les pages « filles » et plus spécifiquement dans la cuisine ne signifie pas toujours mixité des tâches domestiques, car comme on peut le voir sur l'une des images du catalogue Toys'R'Us 2009, le petit garçon attend son repas, couverts dans les mains, en observant son assiette vide qui se trouve devant lui, pendant que la petite fille est en train de cuisiner.

⁶ 47,5 % selon l'INSEE, Enquête Emploi.

côté dans les jouets, puisque les activités féminines renvoient presque exclusivement à la sphère domestique. Le fait que les seuls métiers que les femmes soient susceptibles d'exercer dans le monde des jouets se situent dans le prolongement de leurs activités esthétiques et domestiques semble les déposséder de la possibilité d'avoir des qualifications professionnelles distinctes des 'qualités féminines', souvent considérées comme 'naturelles', et utilisées gratuitement dans la sphère privée (Kergoat 1978). Dans cette perspective, les jouets contribuent à leur niveau à l'idée selon laquelle « *les femmes ont un emploi alors que les hommes ont un métier* » (Maruani, Nicole 1989) ainsi qu'aux discriminations qui peuvent en résulter, notamment en termes de dévalorisation du travail et de différences salariales.

Mais les jouets ne font pas qu'exacerber les rôles traditionnels de genre, ils encouragent activement leur reproduction. La petite fille est ainsi exhortée à reproduire une situation inégalitaire en prenant comme modèle la situation inégalitaire qu'elle est censée pouvoir observer dans sa famille. Pour ce faire, elle possède une « *poussette 3 roues 'Maxi-Cosi', la même que maman !* » (TRU07), un « *chariot de supermarché garni pour faire ses courses comme maman* » (CAR06) ainsi qu'un chariot de ménage :

Aide maman à chasser la poussière avec ce chariot de ménage et son aspirateur à effets sonores et fonctions réalistes. (TRU05)

Ce procédé peut avoir de multiples effets. Tout d'abord, comme il prend place dans un univers ludique dans lequel les apprentissages se font en douceur, les activités domestiques apparaissent comme un jeu et sont par conséquent investies de sentiments positifs : s'occuper des enfants et faire le ménage est amusant et attractif et peut ainsi devenir désirable. En outre, le monde des jouets est présenté comme reproduction miniaturisée fidèle au monde des adultes et fortement connectée à celui-ci : la petite fille peut faire « *comme maman* » grâce à tous les accessoires du monde réel mis à sa disposition, et même mieux, « *avec maman* », puisque cette dernière est censée effectuer régulièrement le même type d'activités que celles présentées dans les jouets. Ces jouets d'imitation peuvent ainsi alimenter une certaine 'complicité féminine' s'articulant autour d'objets communs (aspirateur par exemple), tâches (ménage), lieux

(cuisine) et personnes (bébés). De cette manière, les enfants intègrent des informations sur la division sexuée des pratiques sociales dans le monde réel, développent des goûts et des aspirations qu'ils pourront bientôt mettre en pratique dans le monde ludique *et* dans le monde réel. Par un effet de prophétie auto-réalisatrice, les parents, observant que leurs enfants manifestent dès le plus jeune âge⁷ des intérêts divergents en fonction de leur sexe, pourront avoir tendance à naturaliser ces différences du fait de leur apparition précoce, « [oubliant] *que ce comportement n'est que le résultat de leurs instructions*, [ils crieront] au 'miracle biologique' : *si petite, elle a déjà l'instinct maternel* » (Belotti 1973).



Zegai Mona (2010). La mise en scène de la différence des sexes dans les jouets et leurs espaces de commercialisation. In Cromer Sylvie, Dauphin Sandrine et Naudier Delphine (dir). *Les objets de l'enfance*. Cahiers du Genre n° 49. Paris : L'Harmattan.

⁷ Les poupons peuvent 'officiellement' (c'est-à-dire selon la prescription du catalogue sous la forme du type « Dès ... mois / ans ») être « câlinés » dès 18 mois, voire plus tôt.