



LES ENFANTS QUI PRÉSENTENT LES JOUETS

JEUX DE FILLES, JEUX DE GARÇONS : ACTIVITÉ 4

Les photos d'enfants qui accompagnent les jouets sont aussi d'excellents indicateurs des stéréotypes de genre ; ils indiquent de façon très lisible le destinataire du jouet. Les postures prises par les enfants sont aussi très stéréotypées, la petite fille sera souvent penchée, voire agenouillée, le garçon se tient bien droit.

PHOTOS D'UN CATALOGUE

Regardez et commentez ces quelques images (vous pouvez utiliser des images découpées dans un catalogue et regroupez les commentaires dans un grand tableau mural)



Les petites filles passent l'aspirateur, font la cuisine, s'occupent des bébés et nettoient le sol... Afin de se préparer à leur futur rôle de mère et de ménagère. Le petit garçon bricole, construit ; il soigne aussi (chariot médical).

Demander aux élèves à quel jeu il joue avec son chariot.

La plupart répondent : « *Au docteur* » alors qu'une petite fille avec le même chariot sera « *infirmière* ».

Si vous avez utilisé des images de catalogues, **notez le nombre de fois où un petit garçon est associé à un jouet ménager** (chariot ménage, balais, aspirateur, fer à repasser, etc.) et à la puériculture (baigner, langer, changer le poupon).

Dans la très grande majorité des cas ce chiffre sera nul. Les cuisines sont plus souvent associées à des photos de petits garçons (il y a de grands chefs cuisiniers et la cuisine est devenue populaire grâce à certaines émissions de télévision).

Interrogez les élèves sur la répartition des tâches ménagères dans leur famille, autour d'eux.

Il s'agit ici de leur montrer qu'il n'existe aucune contre-indication, qu'aucun savoir préalable n'est nécessaire pour l'exercice d'activités telles que passer l'aspirateur, faire la vaisselle, repasser du linge, donner le bain ou un biberon à un bébé ; les jouets renforcent des clichés qui sont présentés comme « naturels » (les femmes s'occupent mieux des enfants parce qu'elles les portent, les femmes sont plus propres, elles savent mieux faire le ménage, le bricolage est un savoir masculin, etc.) alors que ce sont des constructions sociales.

Vous pouvez évoquer le congés de paternité, les hommes qui choisissent de travailler en crèche ou d'être sage-femme, les femmes qui conduisent des poids lourds ou sont pilotes de chasse ou travaillent sur un chantier... (Voir la [fiche métier/orientation](#)) mettre le lien.

Les stéréotypes sont des croyances sources d'inégalités.

CATALOGUE SUPER U NOËL 2013



Laissez les enfants s'exprimer autour des exemples en notant les commentaires qui reviennent le plus.

Décrivez les images de gauche à droite et de haut en bas

Une petite fille joue avec un circuit voiture ; un petit garçon tient un baigneur dans ses bras ; un petit garçon joue à donner à manger à son bébé poupée dans sa chaise haute ; un petit garçon promène son bébé poupée dans un maxi cosy ; une petite fille joue avec des camions et des tracteurs.

Si, comme nous l'avons vu, les jouets mettent en scène des rôles à incarner dans la vie adulte (soin des enfants, ménage, bricolage, etc.), que nous apportent de nouveau ces images ?

Le soin des enfants n'est pas uniquement une fonction réservée aux filles : par cette image, le rôle du père s'étoffe un peu (il est peu présent dans les catalogues, sauf pour accompagner les boîtes à outils et appareils de bricolage), le père peut nourrir, promener, bercer son enfant au même titre qu'une mère.

PUBLICITÉ CARREFOUR 1988



Décrivez

Un petit garçon conduit une moto, il est penché en avant, concentré ; une petite fille est derrière lui sur la moto, elle sourit, elle a un foulard sur les cheveux.

Commentez

Le petit garçon : il a l'air sûr de lui, il est bien coiffé, avec une mèche comme si il avait mis du gel.

La petite fille : elle ne veut pas être décoiffée (foulard), elle a l'air contente.

Pourquoi parler de « piège à filles » ?

La moto est un piège à filles car avec elle on attire et capte (attrape) les filles (*ce qui est un cliché*).

La puissance de la moto symbolise souvent la puissance masculine, ou plus clairement sa puissance sexuelle. Dans l'imaginaire collectif, le motard est souvent un « mauvais garçon », un « loubard » qui rejette les conventions et pour lequel les filles craquent au risque d'être malmenées.

Ici la publicité s'adresse plus aux parents qu'aux enfants pour qui la moto est avant tout un jouet (qui pourra être envié par les filles comme par les garçons).

Qu'est-ce que ça nous dit des filles ? des garçons ? (stéréotypes)

Les filles craquent pour les motos et pour les garçons qui conduisent les motos. Elles sont coquettes.

Avec une belle moto, un garçon drague facilement, il « tombe » les filles.

Le garçon conduit (**actif**), la fille est conduite (**passive**) ; il est du côté de la **puissance**, de la **vitesse**, elle est séduite par la puissance.

Elle s'accroche au conducteur dont elle **dépend** entièrement. Il a la **maîtrise** de l'engin.

On le voit, cette publicité utilise un concept très sexiste pour vendre ce jouet.

Montrer aux élèves [la publicité sur la banque HSBC](#) (avec une femme qui conduit un homme sur sa moto) et comparez les deux messages.

Autre proposition : vous pouvez aussi travailler sur les polices de caractère utilisées dans les catalogues. [Comme le note Mona Zegai](#), « *celles utilisées pour les jeux de garçons évoquent la vitesse et la technique (italiques, typographie type machine à écrire), celles pour les jeux de filles évoquent amour et douceur (polices arrondies, cœurs à la place des points sur les i...)* ».