

**« MA FILLE JOUE AUX VOITURES ET MON FILS A LA POUPEE » : LES PARENTS ET  
LE GENRE FACE AUX JOUETS ET JEUX DE LEURS ENFANTS**

**Cécile PLAUD**  
Enseignante-chercheure  
ENSTA Bretagne  
2 rue François Verny  
29 200 BREST  
Laboratoire CRF (EA1810)  
[cecile.plaud@ensta-bretagne.fr](mailto:cecile.plaud@ensta-bretagne.fr)

**Béatrice SOMMIER**  
Professeure Associée  
Brest Business School  
2 avenue de Provence CS23812  
29238 BREST CEDEX 2  
Laboratoire ICI (EA2652), Université de  
Bretagne Occidentale  
[beatrice.sommier@brest-bs.com](mailto:beatrice.sommier@brest-bs.com)

---

**« MA FILLE JOUE AUX VOITURES ET MON FILS A LA POUPEE » : LES PARENTS ET LE  
GENRE FACE AUX JOUETS ET JEUX DE LEURS ENFANTS**

**RESUME:** Cette recherche s'intéresse aux représentations et comportements que les parents ont des jeux et jouets de leurs enfants afin de déterminer si le genre est une catégorie qu'ils prennent en compte dans leurs achats. Un exposé de la littérature sur la socialisation des rôles féminin et masculin et le rôle qu'y tiennent le jeu et le jouet est tout d'abord présenté. Puis, une étude qualitative menée auprès de 27 consommateurs est exposée. Elle a permis d'identifier quatre profils de parents : (1) les traditionnels, (2) les partagés, (3) les neutres et (4) les féministes qui sont ensuite discutés.

**MOTS-CLÉS :** genre - jeux et jouets - socialisation parents-enfants

**“MY DAUGHTER PLAYS WITH CARS AND MY SON WITH DOLLS”: PARENTS AND  
GENDER FACE TO THEIR CHILDREN’S TOYS AND GAMES**

**ABSTRACT:** This research deals with the representations and behaviors parents have concerning the games and toys of their children. It aims to determine if gender is a category that parents take into account in their purchases. We present firstly the socialization theories about masculine and feminine roles and the importance of games and toys in that process of socialization. Then, this research describes a qualitative survey on 27 consumers which allowed to identify and analyze four parent's profiles: (1) Traditional, (2) Divided (3) Neutral and (4) Feminist parents

**KEYWORDS:** gender - games and toys - socialization parents-children

---

## INTRODUCTION

« Le site internet *Outils pour l'égalité entre les filles et les garçons* à l'école a pour objectif de rappeler les grands enjeux de la transmission, à l'école et par l'école, d'une culture de l'égalité entre les filles et les garçons, entre les femmes et les hommes »<sup>1</sup>. C'est en ces termes que le réseau de création et d'accompagnement pédagogiques présente son centre de ressources en ligne à destination des enseignants, éducateurs et parents. Ce site apparaît comme le vestige d'un programme plus ambitieux, *l'ABCD de l'égalité*, programme largement remanié face à la polémique qu'il a soulevé dans la société française. Quand d'aucuns prônent que les études de genre sont cruciales à enseigner dès la maternelle pour permettre l'instauration progressive d'une plus grande égalité entre les femmes et les hommes, d'autres fustigent l'enseignement d'une « Théorie du genre » à l'école car il viendrait remettre en question les bases de notre société. Si cette polémique s'est aujourd'hui atténuée, ses fondements demeurent.

L'univers de la consommation est aussi traversé par cette divergence de point de vue. D'un côté, des acteurs s'approprient et traduisent l'égalité entre filles et garçons dans leurs actions : évoquons SUPER U qui depuis 2013 entend « supprimer les préjugés sexistes dans les catalogues de jouets », ou encore la marque Tim et Lou, qui revendique la mixité de sa gamme de jouets. D'un autre côté, des permanences fortes comme en témoigne la segmentation principale selon le genre des linéaires en GMS et la prégnance marquée des univers sexués dans de nombreuses grandes enseignes du jouet.

Dans un tel contexte d'opposition, comment les parents en tant qu'acheteurs de jouets et éducateurs se repèrent-ils ? Quelle est leur position et comment se traduit-elle en termes de consommation de

jeux et jouets ? La catégorie « genre » est-elle prise en compte dans leurs achats de jeux et de jouets et de quelle manière ?

Ces questions sont au cœur de la présente recherche qui s'appuie pour y répondre sur une enquête qualitative conduite auprès de parents d'enfants âgés de 3 à 12 ans. Après avoir exposé les fondements théoriques de notre réflexion, notre méthodologie sera explicitée. Puis, nous présentons les résultats de notre recherche.

## 1. SOCIALISATION, GENRE ET CONSOMMATION DE JEUX ET JOUETS

A partir de la revue de littérature de Tissier-Desbordes et Kimmel (2002), notre travail s'inscrit dans le champ d'étude des représentations et du comportement des parents pour les achats de jouets. Nous exposons ci-après la socialisation des enfants et l'apprentissage des rôles féminin et masculin d'une part, et le rôle du jouet et du jeu dans cette socialisation, d'autre part.

La sociologie interactionniste (Berger et Luckmann, 1986) a montré que la socialisation vise à faire endosser des rôles à l'individu, via des institutions. Parmi ceux-ci, il est les rôles de genre. Goffman (2002 : 46-47) souligne que toutes les sociétés classent initialement les individus selon le sexe (femelle, mâle) en deux classes sexuelles (fille-femme, garçon-homme) soumises à une socialisation différentielle, correspondant au genre. L'identité de genre est l'une des plus profondes que propose la société. Berger (2006 : 136) explique que le rôle masculin -mais aussi féminin- et les identités attenantes s'apprennent. Cet apprentissage se fait grandement lors de la socialisation primaire (Berger et Luckmann, 1986 : 185) et parmi les institutions intervenant dans cette phase de socialisation (école, Eglise, médias, pairs...), « c'est sans doute à la famille que revient le rôle principal » (Bourdieu, 1998 : 92). La famille est un des cadres essentiels dans la constitution de

<sup>1</sup> <http://www.education.gouv.fr/cid4006/egalite-des-filles-et-des-garcons.html>

l'identité de l'enfant car « elle enseigne les règles de conduite socialement désirables, elle lui apprend à respecter les normes sociales, lui sert de modèle à travers le style de vie qu'elle adopte et le prépare à un certain avenir » (Ayadi et Gollety, 2012 : 154). Goffman (2002 : 74-78) analyse combien la famille est centrale dans la différenciation des rôles. C'est en effet au sein du cocon familial que la fille s'aperçoit que son frère est traité avec plus d'égard et inversement. Chaque sexe devient alors un dispositif de formation pour l'autre sexe.

Dans ce processus de socialisation infantile, le jeu est crucial (Mead, 1963) : l'enfant joue à prendre toute sorte de rôles sociaux, d'abord les rôles des personnes de son entourage familial. Puis, il se rend compte que ces rôles sont ceux que la société attend de lui : ce ne sont pas seulement ses parents qui veulent le voir comme une fille ou un garçon, mais toute la société. Le jeu et les jouets participent ainsi de la formation des rôles et identités masculins et féminins. Maccoby (1990) explique que les différences de style de jeux entre garçons et filles sont en partie influencées par des processus de différenciation biologique que les adultes contribuent à accentuer, mais peuvent aussi diminuer par la socialisation. Delalande (2003a ; 2003b ; Arleo et Delalande, 2010) montre que, certes, les jeux mixtes existent, mais parce que les enfants cherchent avant tout à affirmer leur spécificité de garçons ou de filles, ils s'opposent à l'autre sexe en recourant à des jeux différenciés.

En outre, les jeux et jouets participent à la ségrégation des sexes. L'identité de genre est bien connue et usitée par les professionnels du marketing qui développent des concepts pour les filles plus axés sur « les jeux calmes, ancrés dans le domaine maternel et domestique » et des concepts pour les garçons qui « invitent aux déplacements et à la compétition en générant des confrontations dans des groupes importants » (Ezan, 2012 :198). Pour Penell (1994), la publicité, les

packagings et les catalogues de jouets sont porteurs d'une idéologie en transmettant des rôles masculins et féminins stéréotypés : les femmes sont représentées comme des enfants vivant dans un univers fantastique, alors que les garçons évoluent dans un monde concret et font preuve d'indépendance. Les travaux en sociologie le soulignent également. Dans l'analyse qu'elle fait des catalogues de jouets, Zegaï (2010) met bien en évidence la séparation des univers et l'offre abondante de produits dans ces catégories sexuées par opposition à une offre plus limitée de jouets mixtes. En cela, l'insistance à diffuser des catégories sexuées dans les catalogues, à les reprendre dans les enseignes, cristallisent « les représentations sociales stéréotypées de sexe » (Zegaï, 2010). Cette opposition entre un univers féminin et un univers masculin est à l'origine d'injonctions identitaires génératrices d'inégalité de genre : les jouets assignent les petits garçons « à la réussite et à la compétition » et les petites filles « à la docilité et au conformisme » (Jouanno et Courteau, 2014).

## **2. LE GENRE, CRITERE DE CHOIX DES JOUETS ET JEUX POUR LES PARENTS ? QUATRE PROFILS DE CONSOMMATEURS**

Afin d'appréhender notre problématique, nous avons utilisé une démarche qualitative (2-1). Les analyses conduites ont débouché sur l'identification de quatre profils de consommateurs qualifiés de la manière suivante (2.2) : les traditionnels, les partagés, les neutres et les féministes.

### **2.1. Méthodologie de la recherche**

Notre objectif est de comprendre les représentations et les comportements que les parents ont à l'endroit des jouets et des jeux de leurs enfants, afin de déterminer si le genre constitue une catégorie que les parents prennent en considération dans ce qu'ils observent des jeux de leurs enfants et dans ce qu'ils leur achètent comme jouets.

Pour ce faire, nous avons conduit des entretiens semi-directifs auprès de parents d'enfants âgés entre 3 et 12 ans. Cette tranche d'âge correspond aux stades perceptuel et analytique de la socialisation de l'enfant consommateur (Roedder, 2001). Nous avons rencontré 27 parents pour des entretiens d'une durée moyenne de 45 minutes (annexe 1, descriptif de l'échantillon). Les entretiens ont été conduits sur la base d'un guide structuré autour de quatre thèmes : (1) les relations enfants et parents, (2) les enfants et les jeux, (3) les jouets et les jeux, (4) les opinions sur l'évolution des jeux et jouets. Ce n'est qu'en abordant ce dernier thème que la catégorie du genre a été introduite par l'enquêteur. Comme dans toute recherche sous forme d'entretiens, a fortiori sur le sujet qui nous occupe (forte actualité récente, touchant l'éducation des enfants), nous avons conscience des biais liés à la « bonne réponse » que les enquêtés pouvaient chercher à nous donner, qu'il s'agisse de rationaliser leurs comportements ou de donner une bonne image d'eux-mêmes. Pour contrôler ce biais de désirabilité sociale, nous avons œuvré à doter l'échange de toutes les apparences du naturel, afin que notre interlocuteur se sente légitime à être et dire ce qu'il est et fait (Bourdieu, 1993 : 1400). Ceci passe notamment par la formulation de questions privilégiant le comment au lieu du pourquoi, ce dernier ayant pour biais d'appeler une réponse sensée et défendable (Becker, 2002 : 106). Conjointement, nous demandions aux répondants de nous donner des exemples concrets de circonstances d'achat ou de situations de jeux. Nous accédions ainsi au vécu en sus des représentations. Enfin, notre guide, en fonctionnant par retours successifs (Denzin, 1989) permettait de revenir à différents endroits de l'entretien sur les mêmes thèmes avec des formulations différentes.

Les entretiens ont été enregistrés et intégralement retranscrits. Nous avons procédé à une analyse de contenu manuelle conformément à Bardin (1977) en retenant

le thème comme unité de codage. Nous avons conduit une analyse verticale de chaque entretien afin d'identifier les représentations attachées aux jeux et jouets, ainsi que les pratiques de jeux et les achats de jouets. Une analyse horizontale nous a ensuite fait constater l'existence de plusieurs profils de parents se distinguant selon l'importance qu'ils accordent au genre dans les jeux et jouets de leurs enfants.

## 2.2. Les quatre profils de consommateurs identifiés

### *Profil 1 : Les traditionnels*

Les traditionnels ont des perceptions du genre ainsi que des représentations et comportements vis-à-vis du jeu et du jouet correspondant aux catégories de genre dominantes dans notre société depuis des siècles. Ce qu'Héritier (2010 : 173-175) appelle « le modèle archaïque dominant », à savoir une hiérarchie entre le masculin et le féminin basée sur une vision naturaliste qui s'effectue dès la naissance et s'observe aussi bien dans les pratiques que les schémas mentaux.

Les parents de ce groupe ont une représentation essentialisée de leurs enfants. Il y aurait des différences de nature entre garçons et filles qui justifieraient une éducation différente : « *une fille restera une fille et un garçon restera un garçon. [...] on n'est pas constitué pareil, donc déjà... Je pense que le mode de réflexion... L'éducation est différente aussi.* » (Marc). « *On fait des différences, on excuse davantage les garçons qui font du bruit, qu'ils soient dans la bagarre, qu'ils aient besoin d'aller dehors* » (Anne). Le choix du vocabulaire de cette mère traduit qu'elle ne peut qu'excuser socialement un besoin quasi-physiologique, « *ils ont besoin de se dépenser un peu* ». L'essentialisation ressort d'autant plus chez les parents ayant des enfants des deux sexes. Laure indique que son fils court beaucoup, « *c'est comme ça les garçons* », et le compare à sa fille qui est « *plus sage* », sans prendre en considération

le fait que le garçon a 4 ans, va à l'école, et la fille de 2 ans est gardée chez une assistante maternelle ce qui, en soi, pourrait contribuer à expliquer ces différences de comportement. Ce profil correspond à l'analyse que fait Goffman (2002 : 74-78) des différenciations parfois très fortes que les parents construisent entre leurs filles, orientées vers un rôle domestique, et leurs fils, tournés vers la compétition, la violence.

Ces représentations essentialisées s'accompagnent d'une séparation stricte des jeux et des jouets, que le choix soit présenté comme émanant de l'enfant : « *Il aime vraiment beaucoup les jeux de plein air, il faut que ce soit physique. C'est un garçon* » (Jean), ou que cette demande provienne aussi des parents : « *y'a pas de motos, de voitures chez nous* », « *Elles n'en demandent jamais et puis, c'est vrai que moi, je n'en ai jamais achetées. C'est que des déguisements de princesse avec des paillettes...généralement, que des trucs de filles* » (Joana). Dans ce profil, les jeux et jouets cités corroborent les représentations de genre décrites plus haut. Les filles sont associées à l'intérieur du foyer et les parents racontent qu'elles jouent à la poupée, à la poussette, à la dinette; en somme, des activités ludiques leur permettant d'apprendre les tâches de reproduction. Leurs jouets les inscrivent aussi dans le champ de la beauté, à travers les palettes de maquillage, les déguisements de princesse ou encore les Barbies dont la féminité exacerbée, le célibat et l'absence de maternité (Foxonet 2013 : 77) ne freinent pas l'achat des parents de ce groupe. De leur côté, les garçons sont assimilés à l'extérieur et les parents décrivent des jouets renvoyant à un univers professionnel : « *BTP à fond : tracteur, roue, tractopelle* » (Anne). Ils évoquent aussi des jeux violents : « *ils jouent à la petite guerre* » (Marc).

Pourtant, quand on écoute ces parents parler spontanément des activités ludiques de leurs enfants, il est question de mixité de genre. Les deux enfants de Floriane font des cabanes, Hélène précise : « *G. joue aux voitures avec son cousin* » [...],

Marie rapporte que sa fille de 3 ans et son fils de 5 ans « *jouent ensemble au Playmobil, à la poupée* », Violaine souligne que sa fille aînée (seulement) « *joue plus à égalité entre les jeux de filles et de garçons* » car en plus de la dinette, des accessoires de bébé, elle a aussi des voitures et un train électrique. Cette mixité est décrite y compris chez les parents opérant a priori une plus stricte séparation de genre, comme Jean : « *à la maison, il y a quand même des filles qui viennent et il joue avec* ». Ce constat témoigne comme l'a analysé Brougère (2002 : 34-35) que les enfants, grâce à leur imaginaire, participent à la création de leur culture ludique, ils se réapproprient les jouets à leur manière, par-delà le sens ou les catégories construites par leurs parents.

Néanmoins, dans ce groupe, quand on creuse le thème de la mixité des jeux abordé spontanément par les parents, on s'aperçoit d'abord qu'elle relève de l'exception. Marc, qui n'a que des garçons, s'exprime pourtant sur les filles : « *au jour d'aujourd'hui, on voit même des filles jouer avec les voitures* ». Car, l'exceptionnel est plus notoire quand un garçon s'empare d'un jouet catégorisé comme féminin. Ainsi Hélène est beaucoup plus prudente quand elle parle de son fils : « *ça lui arrive de jouer à la dinette avec sa sœur* ».

### *Profil 2 : Les partagés*

Les partagés oscillent d'un côté, entre des pratiques qui dépassent les catégories de genre, soit à l'initiative des parents, soit du fait des enfants, et, d'un autre côté, des représentations sur les jeux et jouets que l'on peut qualifier de traditionnelles : il existe un univers pour les filles et un univers pour les garçons. Ils se conforment à ces catégories de genre, soit de manière inconsciente (c'est un acquis non questionné -conception positiviste, ce que les hommes et les femmes sont en réalité (Connell, 1995 : 69), soit consciemment, en raison de la pression sociale (des pairs ou de la société plus largement -conception normative, la féminité/masculinité, ce que doivent être

les femmes/hommes (Connell, 1995 : 70). Néanmoins, pour ces parents la transgression est aussi possible, dès lors qu'elle est demandée par les enfants eux-mêmes.

Les parents de ce groupe, quand ils présentent leurs enfants, s'appuient sur les stéréotypes filles / garçons, mais n'assimilent pas leurs enfants à telle ou telle catégorie de genre. Ainsi Jérôme dit de sa fille qu'elle « *est très mignonne et travaille bien* », caractères traditionnellement associés au féminin, mais il ajoute : « *avec d'autres enfants, elle est autoritaire et sait s'imposer* », caractères cette fois typés masculins. Delphine parle de ses filles comme n'étant pas « *trop filles, filles* », en précisant qu'« *elles sont aussi capables de grimper aux arbres, de faire des jeux de garçons* ». On comprend ainsi que les filles ne sont pas enfermées dans un genre, elles peuvent endosser des traits de caractère présentés et construits comme masculins. Pour les parents partagés, les garçons aussi peuvent endosser des caractères dits féminins, néanmoins, les occurrences sont moins fréquentes dans ce sens.

Dans ce profil, les frontières de genre existent bel et bien, elles sont même parfois affirmées et justifiées, mais les enfants peuvent les transgresser. Les pratiques des enfants mettent ainsi en évidence que la transgression ne pose pas de problème, ce n'est ni proscrit, ni encouragé. Contrairement au profil des traditionnels, les parents partagés confient et admettent que les jeux dépassent les catégories de genre, qu'il s'agisse de filles qui jouent aux jeux de garçons, mais également de garçons qui jouent aux jeux de filles. Si Corinne affirme qu'il existe des différences entre les filles et les garçons, illustrant son propos par l'exemple de son neveu de 5 ans qui est « *un vrai petit gars* », il « *tape fort* », il est « *beaucoup plus vif* », elle confie également que les enfants jouent ensemble : que ce soit sa fille qui va faire « *des jeux plus sportifs* » avec son cousin ; ou ledit cousin qui est « *incité à jouer à des jeux de filles. Tu vois, jouer au prince... Et il lui dit pas non* ». Delphine, dont les filles ne sont

pas « *trop filles, filles* », jouent le plus souvent à l'extérieur, utilisant le matériel mis à leur disposition : « *vélo, trottinette, tas de sable, tas de cailloux, terre, élevage d'escargots* ». La fille de Caroline (6 ans) « *ne joue pas aux poupées du tout* ». Sandrine met bien en exergue cette forme d'ambivalence, à tout le moins de mélange, que les pratiques de jeux entre pairs produisent. Alors qu'elle confie que sa fille est « *plutôt intérieur et ses garçons plutôt extérieur* », restituant ainsi spontanément la séparation traditionnelle entre les univers féminin et masculin, elle précise que ses fils « *ont fait, jouer à la marchande* » en féminisant le substantif. Cette porosité des frontières de genre tient, dans certains cas, à l'influence des parents, qui sont nombreux à déclarer partager des activités ludiques avec leurs enfants. Les jeux de société, considérés comme des jeux mixtes, sont les plus cités par les répondants. Mais s'expriment également des pratiques ludiques parents/enfants transgressives elles aussi. Adeline dont le fils de 4 et demi vit « *sa passion du moment* » avec les voitures, joue elle-même aux voitures avec son fils.

Ces représentations et pratiques des parents partagés s'accompagnent d'une ambivalence dans les jouets et jeux achetés. Certes, les univers filles et garçons existent, ils sont conscients et non discutés. Mais ceci n'empêche pas des achats transgressifs. Ainsi, le fils d'Adeline (4 ans) vit sa passion des voitures et aime à se déguiser tant en Spiderman qu'en Dora l'exploratrice. Pierre a acheté des jouets de « *filles* » à son fils de 5 ans, des Petshop. Ce qui l'emporte dans ces situations c'est le désir et le plaisir de l'enfant. L'âge des enfants est cependant essentiel. Pierre l'explique très bien : « *de toutes façons quand ils sont petits, ils ont des peluches comme les filles (...), ils sont petits, ils s'en fichent un peu... Pas le grand, il commence à dire moi, je ne joue pas avec des trucs de filles. Quand il était jusqu'à l'âge de 4/5 ans, il s'en fichait* ». Conjointement, comme le souligne Roedder (2001), ce n'est qu'à partir de 7, voire 8 ans, que les enfants sont capables de décrypter les stéréotypes associés aux jouets. Avant, l'attrait pour les

personnages et leurs univers, indépendamment du genre supposé des jouets.

Néanmoins, le conformisme, les tenus pour acquis sont autant de forces qui peuvent s'exercer en faveur de la partition traditionnelle entre les univers des jeux pour filles et des jeux pour garçons. Tiphaine, Pierre, Justine, Martin ou encore Stéphanie sont autant de parents qui catégorisent les jouets et s'y conforment par pression de leurs enfants, eux-mêmes influencés par leurs pairs, mais aussi par les médias. « *On est formaté* » nous confie Tiphaine, « *petits, on devait jouer à la poupée ; une fois, je lui ai acheté des petites voitures, elle a jamais joué avec* ». A mesure que l'enfant grandit en effet, l'influence des parents diminuent au profit de sources d'informations personnelles et des publicités et, ce, d'autant plus sur des catégories de produits qui le concernent directement (Roedder, 2001).

### *Profil 3 : Les neutres*

Le profil des neutres correspond à des répondants pour lesquels les catégories filles/garçons n'ont guère de réalité dans leur perception des jeux et jouets et n'entrent pas - ou très peu - en ligne de compte dans leurs pratiques. Ce sont d'autres catégories qui vont primer, à savoir l'âge, l'ordre dans la fratrie, la personnalité pour ce qui est des enfants, ou la thématique du jeu, s'il se pratique seul ou en groupe, pour ce qui est des jeux. Pour les femmes qui composent ce groupe, le critère du genre ne vient jamais spontanément dans le discours. Sophie présente ses six enfants selon leur âge, évoque leur personnalité, leurs traits de caractère, mais ce n'est que par déduction (via le prénom, par exemple) ou par des questions directes de l'enquêteur, que l'on comprend et sait si elle se réfère à l'un de ses quatre fils ou à l'une de ses deux filles.

Concernant les pratiques de jeux, Sophie dit qu'elles sont ainsi rythmées par « *l'humeur de chacun* » de ses enfants. Brigitte fait une première distinction

spontanée entre le jeu en commun de ses deux enfants « *jouer ensemble, en fait tous les deux* » et le jeu seul « *chacun joue dans son coin* ». Ce n'est que suite à une relance qu'elle précise : « *quand je dis chacun de son côté, ça peut être euh, ma fille qui fait des constructions d'un côté, puis L. (son fils) qui dessine de l'autre* ». De même, les enfants de Sophie jouent ensemble et pour sa part, elle n'opère aucune distinction entre filles et garçons : « *ils font des cabanes, il y a des petits tracteurs, des vélos et ils cueillent des fleurs aussi* ». Qui fait quoi entre ses fils et ses filles ? C'est indifférent. Quand Brigitte nous parle des jeux auxquels jouent ses enfants, elle les présente selon l'âge auquel ils se destinent et selon qu'ils développent ou pas la créativité. Ainsi, elle valorise les Playmobil qui favorisent l'imagination et si elle précise que sa fille n'y joue pas, elle le justifie uniquement par son jeune âge « *elle n'a pas droit d'y toucher, elle est trop petite pour ce genre de choses* ». De même, elle parle de la poussette avec laquelle joue son fils en commençant par une mention liée à l'âge « *même si c'est pour les bébés, J (la fille) va dedans et L (le fils) pousse* ».

C'est uniquement quand l'enquêteur introduit la catégorie du genre que ces femmes vont en parler. Ainsi quand on demande à Brigitte si elle laisserait son fils jouer avec des jeux dits de filles et inversement, elle confie « *je laisse puisque J (la fille) joue aux voitures et L (son fils) pousse la poussette en ayant sa sœur dedans ! Donc moi, ça me choque pas du tout, voilà, je les laisse faire leur vie* ». Les laisser faire leur vie dans ce cas, c'est laisser s'exprimer la spontanéité des enfants qui passe ici par le dépassement des catégories de genre dans leurs pratiques ludiques. Pour Sophie également, les différences filles/garçons n'existent que lorsque l'enquêteur les introduit : « *ah oui, les garçons jouent plus à des jeux de guerre avec des pistolets et les filles, enfin la quatrième du moins, joue plus avec ce qui est poupée, paillettes, travaux manuels* ». Mais soulignons que seule l'une de ses deux filles, donc, joue avec des jouets de filles. Au demeurant, en termes de jouets à disposition, ce qui prime dans ce profil de

parents, c'est le mélange. Comme le souligne Sophie, du fait du nombre de ses enfants (6) « *on a un grand stock de jouets* », les enfants puisent dedans indifféremment. La fille de Brigitte « *prend le garage et joue avec les voitures* » et son fils joue avec la poussette. Cependant, Brigitte confie qu'elle n'aurait pas transgressé les catégories de genre dans l'achat en allant « *acheter des voitures spécialement pour J (sa fille) [...] Je reste trop peut-être encore pour, la petite fille pour la poupée et le petit garçon voiture* », simplement ayant « *la chance d'avoir garçon et fille !* », comme elle le souligne, elle peut à la fois respecter la segmentation genrée dans l'achat des jouets et laisser la culture ludique de ses enfants s'exprimer librement en dépassant les frontières de genre.

#### *Profil 4 : Les féministes*

Les féministes sont critiques à l'encontre des catégories de genre dans le domaine du jeu et du jouet et aspirent à son dépassement. Ce profil est composé de mères qui décrivent d'abord une relation de proximité, voire de complicité, avec leur enfant, ce qui peut être associé au fait qu'il s'agit d'enfant unique. On le constate au niveau des interactions quotidiennes « *Nous dansons souvent dans la maison* » (Catherine). « *Ce sont des matins privilégiés où nous pouvons nous câliner. S'il se lève en premier, il vient me réveiller et se glisse dans mon lit. Là, c'est câlins et guilis* » (Jeanne). Le caractère de l'enfant n'est d'ailleurs pas présenté sous un angle stéréotypé et essentialisé : le fils de Jeanne est certes « *plein de vie* », mais il est aussi « *très doux, donc facile au quotidien* ».

La proximité affective se retrouve également dans le partage de jeux entre ces mères et leur enfant « *Nous allons souvent dans le jardin de la résidence, quand le temps le permet, pour jouer à cache-cache* » (Catherine). « *Quelquefois, quand je fais la cuisine, il me demande s'il peut m'aider, il participe avec moi à la confection de repas ou de gâteaux. Les gâteaux, c'est d'ailleurs ce qu'il préfère, car il peut lécher le plat à la fin. C'est un moment*

*ludique.* » (Jeanne). Dans cette dernière illustration, on constate que la mère fait participer son garçon de 5 ans à une activité traditionnellement associée aux femmes, mais sans qu'il y ait, à ce stade de l'entretien, de volonté militante.

Les jouets décrits par ces mères sont plutôt mixtes. C'est net chez Catherine « *J. (sa fille) fait des puzzles, de la peinture, des dessins, des Lego, des bulles... [...] Tout ce qui est assemblage, en fait* ». La mixité ne ressort pas spontanément chez Jeanne, car elle décrit des jouets plutôt genrés masculins à l'endroit de son fils : en matière de déguisement « *le monde qui le fascine le plus, c'est les pirates* », « *il possède des petites voitures comme tout petit garçon, je suppose...* », soulignant ainsi la conformité de son fils à une norme dominante. En revanche, une aspiration au dépassement des catégories de genre apparaît chez Jeanne lorsqu'on lui demande sa réaction si son fils lui demandait une dinette. Elle rit d'abord, puis ajoute « *c'est déjà arrivé, il a voulu une dinette et il l'a eue. J'ai trouvé ça super !* ». Elle exprime donc à la fois son approbation vis-à-vis de la transgression des catégories genrées pour les jouets et son passage à l'acte, instaurant ainsi une cohérence entre discours et pratique déclarée. Elle poursuit en théorisant ses propos « *il n'y a pas de 'jouets type fille ou garçon'. Puis les enfants ont besoin de reproduire les gestes de papa et maman, ils ont ce besoin de s'identifier à l'adulte et chez eux, ça passe par le jeu* ». Etant aide-médecin-psychologue, on peut supposer que Jeanne exprime là une information d'experte nous laissant entendre que ce qui primerait dans ce type de jeux mimétiques (dinette, poupée, cuisine qu'elle cite également), c'est plus l'imitation d'un enfant envers un adulte, qu'une identification sexuée. Plus loin, elle fait montre d'une attitude plus militante quand on la relance sur ce que lui évoquent les catégories « *jouets pour garçons et jouets pour filles* ». Elle répond « *inégalités, différences, sexisme. Je trouve bien dommage que dès le plus jeune âge, on manipule leurs esprits dans ce sens-là. En leur soumettant que la femme a telle place et l'homme telle place,*

*c'est ridicule à notre époque, bien ridicule ! Ce sont des préjugés. Je ne pense pas que dans l'enfance, il faille cataloguer les filles d'un côté, les garçons de l'autre à travers le jeu, bien au contraire !* » Autrement dit, elle déplore d'abord l'assignation de genre dans deux catégories figées, en présentant la femme et l'homme au singulier, donc essentialisés, et en employant le présent permanent comme s'ils étaient associés à une place de manière durable. Jeanne semble penser qu'il existe plusieurs modèles féminins et masculins. En ce sens, ses propos se rapprochent de la notion de trajectoires de genre, au pluriel, construites en fonction des interactions sociales vécues (Connell, 1995 : 2009). Le jouet peut en effet participer de cette construction multiple du genre. Ensuite, Jeanne associe l'imposition de genre à de la manipulation que les adultes exerceraient sur les enfants qu'ils soient d'ailleurs de sexe masculin ou féminin. Par l'emploi des termes « sexisme » et « inégalités », elle considère même qu'il s'agit d'une discrimination, sans pour autant spécifier en quel sens. Catherine pour sa part, revendique les jeux mixtes dans l'objectif affiché que sa fille échappe au rôle dominé de femme au foyer « *je préfère les jeux mixtes. Je ne veux pas qu'elle se sente étriquée dans un rôle de future femme au foyer* », tout en soulignant qu'il est plus facilement admis socialement de transgresser par les jouets les normes de genre féminines, que masculines : « *même si une fille qui joue aux petites voitures ne sera pas cataloguée comme un garçon qui joue à la poupée* ». D'une certaine manière, ce profil prolonge les travaux de Fontaine et Nabec (2010) sur les résistances des parents au kids marketing. Laisser son fils jouer à des jeux de « filles » et inversement, voire acheter des jouets dits de fille pour son fils, c'est contrecarrer les impositions du marketing du jouet et, ce faisant, résister.

## CONCLUSION

Pour conclure soulignons les apports ainsi que les principales limites de notre recherche. Elle met en évidence une

diversité des profils de parents s'agissant de leurs représentations et comportement d'achat des jeux et jouets. Diversité qui contraste avec un marché qui reste dominé par une partition des produits qui demeure, elle, fortement genrée. Pour autant à ce jour, les acteurs du jouet et du jeu s'éloignant d'une segmentation strictement genrée sont peu nombreux. Or la diversité des profils identifiés pourrait permettre aux fabricants et enseignes du jouet et du jeu de construire des promesses différentiantes. Aux « féministes », il conviendra de délivrer un message militant, aux « neutres », d'insister sur l'âge ou l'usage des jouets, aux « partagés » il sera préférable d'insister sur l'intérêt de l'enfant, son plaisir à jouer. Autant d'opportunités pour émerger dans un marché ultra saturé.

Soulignons néanmoins que préalablement, il sera nécessaire de prolonger cette recherche pour en lever certaines limites. En abordant notre travail sous l'angle de la socialisation, il importe que les autres acteurs de ce processus soient entendus. Ainsi, si les parents sont responsables pour 40% des achats de jeux et jouets, les grands-parents sont également une cible importante car ils totalisent environ 20% des achats, de même qu'ils interviennent beaucoup dans l'éducation des enfants. Il faut donc prolonger cette recherche par des entretiens conduits auprès de grands-parents d'enfants âgés de 3 à 12 ans. De même, il convient de rencontrer les enfants pour mieux comprendre leurs pratiques et leurs attentes en matière de jouets. Sur ce public, des observations se révèlent opportunes afin de saisir les interactions entre enfants (influence entre pairs) ainsi que les modes d'appropriation des jouets.

ANNEXE

**A1 : Descriptif de l'échantillon (en italique, figurent les enfants non pris en compte dans les entretiens du fait d'un âge différent de la catégorie visée, les 3-12 ans)**

	Age du parent	Situation familiale	Nombre et Age des fils	Nombre et Age des filles
Anne	37	En couple	2 fils de 7 ans et 3 ½ ans	
Laure	25	En couple	1 fils de 4 ans	1 fille de 2 ans
Floriane	30	En couple	1 fils de 8 ans	1 fille de 9 ans
Joana	30	En couple		3 filles de 10, 7 et 4 ans
Philippe	35	En couple		1 fille de 4 ans
Jean	65	Monoparentale	1 fils de 6 ans	
Hélène	31	En couple	1 fils de 8 ans	1 fille de 3 ans
Marie	45	En couple	3 fils de 25 ans, 21 ans et 5 ans	2 filles de 16 ans
Claude	44	En couple	2 fils de 8 et 5 ans	1 fille de 2 ans
Marc	43 ans	En couple	Jumeaux de 12 ans	
Violaine	37 ans	En couple		2 filles de 5 ½ et 4 ans
Véronique	38 ans	En couple	1 fils de 18 mois	1 fille de 4 ans
Catherine	30	Monoparentale		1 fille de 3 ans
Jeanne	26	Monoparentale	1 fils de 5 ans	
Martin	25	Monoparentale		1 fille de 5 ans
Adeline	29	Monoparentale	1 fils de 4 ans	
Stéphanie	29	En couple		2 filles de 7 ans et 1 ½ ans
Jérôme	32	Monoparentale		1 fille 9 ½ ans
Delphine	34	En couple		2 filles de 7 ans Et 4 ½ ans
Corinne	34	En couple recomposé		1 fille (celle de son compagnon) de 7 ans 1 fille 6 mois
Sandrine	38	En couple	2 fils de 11 ans et 8 ½	1 fille de 13 ans
Caroline	33	Monoparentale		1 fille de 6 ans
Justine	35	En couple	1 fils de 8 ans	
Pierre	37	En couple	3 fils de 8 ans, 5 ½, 2 ans	
Tiphaine	30	En couple		1 fille de 4 ans
Brigitte	28 ans	En couple	1 fils de 4 ans	1 fille de 1 ½ ans
Sophie	35 ans	En couple	4 fils de 16 ans, 14 ans, 3 ½ ans, 20 mois	2 filles de 10 ans et 7 ans

## BIBLIOGRAPHIE

- Arleo A. et Delalande J. (2010), Culture(s) infantine(s) ; un concept stratégique pour penser l'unité de l'enfance et la diversité de ses conditions, in A. Arleo et J. Delalande (dir.) *Cultures enfantines, universalité et diversité*, Rennes, PUR, 9-28.
- Ayadi K. et Gollety M. (2012), La famille : un lieu d'échanges privilégiés pour apprendre à consommer, in J. Brée (coord) *Kids Marketing*, Paris, EMS Edition, Collection Consommation des 0/25 ans, 149-177.
- Bardin L. (1977), *L'analyse de contenu*, Paris, PUF.
- Becker H. (2002), *Les ficelles du métier ; comment conduire sa recherche en sciences sociales*, Paris, La Découverte.
- Berger P. (2006), *Invitation à la sociologie*, Paris, La Découverte.
- Berger P. et Luckmann T. (1986), *La construction sociale de la réalité*, Paris, Méridiens Klincksieck.
- Bourdieu P. (1993), *La misère du monde*, Paris, Seuil.
- Bourdieu P. (1998), *La domination masculine*, Paris, Seuil.
- Brougère G. (2002), L'enfant et la culture ludique, *Spirale*, 24 (4), 25-38.
- Connell R.W. (1995), *Masculinities*, Cambridge, Polity Press.
- Delalande J. (2003a), La socialisation sexuée à l'école : l'univers des filles, *La lettre de l'enfance et de l'adolescence*, 51, 1, 73-80.
- Delalande J. (2003b), Culture infantine et règles de vie ; jeux et enjeux de la cour de récréation, *Terrain*, 40, 99-114.
- Denzin, N.K. (1989), *Interpretive biography*, Qualitative Research Method Series, Sage University Paper.
- Ezan P. (2012), L'enfant et son groupe de pairs : quels enjeux pour le Kids Marketing ?, in J.Brée (coord) *Kids Marketing*, Paris, EMS Edition, Collection Consommation des 0/25 ans, 177-222.
- Fontaine I. et Nabec L. (2010), Résistance des parents au kids marketing : le cas des jouets, *Actes du 26ème congrès de l'AFM*.
- Foxonet C. (2013), Barbie maman ? Du bon usage du sexe des jouets, *Le Sociographe*, 41,1, 73-80.
- Goffman E. (2002), *L'arrangement des sexes*, Paris, La Dispute.
- Héritier F. (2010), Construction d'un autre modèle du rapport des sexes. Peut-on le fonder sur l'absence de hiérarchie ?, in F. Héritier (dir.) *Hommes, femmes : la construction de la différence*, Paris, Le Pommier, Universcience, 172-187.
- Jouanno C. et Courteau R. (2014), *Rapport d'information fait au nom de la délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes sur l'importance des jouets dans la construction de l'égalité entre les filles et les garçons*, Sénat, Session Ordinaire de 2014-2015, n°183.
- Maccoby E. (1990), Le sexe, catégorie sociale, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 83, 16-26.
- Mead G.H. (1963) *L'esprit, le soi et la société*, Paris, PUF.
- Penell G.E. (1994), Babes in toyland: learning an ideology of gender, *Advances in Consumer Research*, 21, 359-364.
- Roedder J.D. (2001), 25 ans de recherche sur la socialisation de l'enfant consommateur, *Recherches et Applications Marketing*, 16, 1, 87-129.
- Tissier Desbordes E. et Kimmel A.J. (2002), Sexe, genre et marketing. Définitions des concepts et analyse de la littérature, *Décisions Marketing*, 26, 55-69.
- Zegai M (2010), La mise en scène de la différence des sexes dans les jouets et leurs espaces de commercialisation, *Cahiers du Genre*, 49, 2, 35-54.