« Mais qui est l'œuf, qui est la poule, dans l'histoire ? Faut-il attendre le changement des mentalités et comportements pour se débarrasser des stéréotypes sexistes dans les livres ? Ce serait nier le rôle pédagogique de la lecture - argument favori des éditeurs, pourtant.

Dangereuses lectures

Tout le monde, ou presque, s'indigne à l'unisson contre les héros guerriers qui polluent l'esprit de nos chers bambins. Mais qui évoque le sexisme ordinaire des albums pour les petits ? Pourtant, il est flagrant, distillé à coups de symboles surannés jusqu'au ridicule. Comme le démontre l'étude menée par l'association européenne Du Côté Des filles.

Quand l'écrivaine et éditrice Adela Turin, et l'enseignante et chercheuse Sylvie Cromer, fondatrices de l'association Du Côté des Filles, dénonçaient le sexisme des livres pour enfants, on leur rétorquait qu'elles étaient victimes d'une idée fixe. « Les éditeurs n'acceptaient même pas l'idée, raconte Adela Turin. Je me souviens d'une « grand messe » d'éditeurs où j'avais montré 200 images indiscutablement sexistes tirées d'albums. Ils ont été très fâchés, on m'a mise à l'écart ! On me disait que, forcément, en cherchant des images de femmes en tablier, j'allais en trouver, que je trouverais aussi bien des locomotives vertes. Peut-être. Mais je vous mets au défi de trouver 200 locomotives vertes ! ».

A l'incrédulité (la mauvaise foi ?), Du Côté des Filles a opposé des chiffres. L'étude scrupuleuse (et pas toujours passionnante !) de 537 albums illustrés de fiction pour les 0 - 9 ans (la quasi-totalité des nouveautés parues en France en 1994) ; le relevé et le traitement de données selon des grilles statistiques établies dans les règles de l'art. Un programme de recherche intitulé « Attention album ! », démarré en 1996, et soutenu par la Commission Européenne et la Fondation de France. Imparable.

Aux fourneaux !

Les résultats de la première étude estomaquent les féministes les plus endurci-e-s.

Non seulement, le féminin est sous-représenté, mais encore il l'est selon des stéréotypes qu'on avait trop hâtivement cru éculés.

Quelques exemples pour évaluer l'ampleur de la catastrophe...

Sur les 779 enfants protagonistes d'histoires, 60,33 % d'entre eux sont de sexe masculin. Sur les 544 adultes autres que parents et grands-parents, 71,1% sont des hommes. Les hommes des histoires ne sont des pères qu'à 28,5%. Alors que le seul cadre où les personnages féminins prédominent est celui de la famille : 56,4% des parents sont des mères. Mais attention : ces mères n'accèdent au rôle de personnage principal que dans 16,7% des cas.

L'image donnée de ces malheureuses mères est affligeante.

Représentées la plupart du temps dans leur cuisine, la taille ceinte de l'inévitable tablier, ou bien encore revenant de l'école, un cabas dans une main, de l'autre tirant un ou plusieurs marmots, elles n'existent que pour servir. Travaillent-elles ? On ne s'attarde guère sur ce sujet négligeable : 15% des albums montrent une femme au travail, contre 32% un homme. Le font-elles, que c'est très majoritairement dans le domaine de l'enseignement ou des soins aux enfants (exemple : 1 représentante de l'ordre ou de la justice - contre 38 homologues masculins !). Si la mère dispense à sa fille des conseils de vie pratique et de morale, jamais elle ne donne de « leçon » à son fils : c'est toujours un homme qui accompagne l'éducation du petit mâle, seul initié aux techniques. Bref, dans les albums illustrés, c'est la fiction qui dépasse la

réalité !

Innocence suspecte

Ça deviendrait risible, s'il ne s'agissait des modèles proposés à nos enfants. La seconde partie de l'étude, qualitative cette fois, prouve qu'hélas ! ils saisissent parfaitement les symboles contenus dans les images. L'enquête fut menée en France, Espagne et Italie, auprès de 50 enfants au total (25 filles, 25 garçons), auxquels on demanda d'interpréter des images. Procédons encore par l'exemple. Sur une image, un ours, accoudé à une table, lit le journal. Rien dans sa physionomie ne le sexualise. Les enfants sont pourtant quasiment unanimes : c'est un mâle. Pourquoi ? Les mamans ne lisent pas le journal. Pourquoi ? Elles n'ont pas le temps. Sur une seconde image, l'ours porte un collier de perles : 15% des enfants persistent à déclarer voir un mâle ! Tant le symbole du journal est récurrent. Comme celui du fauteuil, propriété de papa. Du sempiternel tablier. Ou encore des lunettes, insigne valorisant de l'intellectuel homme - ou dévalorisant de la « vieille fille ». Et les parents, là-dedans ? Durant la même enquête, quatre groupes d'adultes entre 35 et 45 ans ont examiné les mêmes images. Première constatation : ils en donnent généralement la même interprétation. Mais à la différence de leur progéniture, ils ne savent expliquer pourquoi. Ils ont perdu la faculté de décrypter les images, et de désigner spontanément l'objet symbole. Comme les enfants, ils ajoutent que ces stéréotypes ne correspondent pas vraiment à la réalité. Mais rares sont ceux qui y voient malice. Cet archaïsme serait presque un gage de poésie ! D'ailleurs, ils n'avaient rien remarqué : ils ne lisent pas les livres qu'ils achètent pour leurs enfants.

A qui la faute ?

Même ébahissement du côté de bibliothécaires, après lecture des brochures édités par Du Côté Des Filles, qui synthétisent et commentent les résultats de l'étude. « On croyait que ça n'existait plus ! ». Si, le constat est fait. Il n'émeut pas (encore ?) l'Education Nationale ni le monde de l'édition. En revanche, les parents et enseignants qui ont lu les brochures (aussi plaisantes qu'instructives, précisons-le) ont été nombreux à adresser leurs félicitations aux auteures.

Mais qui est l'œuf, qui est la poule, dans l'histoire ? Faut-il attendre le changement des mentalités et comportements pour se débarrasser des stéréotypes sexistes dans les livres ? Ce serait nier le rôle pédagogique de la lecture - argument favori des éditeurs, pourtant. « Un lexique d'images symboliques est indispensable pour communiquer avec les enfants qui ne lisent pas encore, reconnaît Adela Turin. Mais rien n'empêche les créateurs et les créatrices de sortir des rôles stéréotypés pour proposer de nouvelles relations. » Il suffit juste d'avoir la volonté de secouer les habitudes, quitte à bousculer un peu, non le lectorat, mais l'acheteur.

L'association Du Côté des filles poursuit son action.

Contact sur le site : <http://www.ducotedesfilles.org/>

Dominique Foufelle - mai 2000