

## DÉCRYPTAGE DE L'ACTU JURIDIQUE

### « Le film Barbie est-il féministe ? »

Sortie le 19 juillet 2023, le film Barbie, réalisé par Greta Gerwig et coproduit par l'entreprise Mattel connaît déjà un immense succès avec plus de 3.6 millions de spectateurs en France. La poupée iconique, jouée par Margot Robbie, découvre les nuances du monde réel, la notion de patriarcat et l'importance de l'acceptation de soi. Le synopsis est le suivant : Barbie est expulsée de Barbie Land, parce qu'elle ne répondait pas aux critères de la poupée parfaite. Son errance la dirige vers le monde humain où elle espère trouver le vrai bonheur.

Depuis sa sortie, le film Barbie déferle la chronique notamment concernant la question du féminisme, concept défendu par les équipes du film.

#### Histoire de la poupée Barbie

La poupée Barbie alimente depuis très longtemps de nombreuses passions et est érigée au rang d'icône féministe.

La première Barbie a été commercialisée par l'entreprise Mattel en 1959 : elle est la création de Ruth Handler, femme de l'un de ses fondateurs. Barbie a été conçue d'après Lili, un personnage de BD du quotidien allemand « Bild Zeitung », décliné en poupées de collection. Rapidement, Barbie a remporté un succès retentissant auprès des filles américaines, puis du monde entier. Barbie a été conçue pour offrir aux petites filles une alternative aux jeux de poupes traditionnels.

Au départ, Barbie a été très critiquée pour son apparence,

#### Débat et controverses

Depuis sa sortie, le film Barbie fait l'objet de nombreuses controverses et divise, entre ceux qui y voient une œuvre féministe et les autres.

Selon la journaliste écoféministe intersectionnelle Victoire Tuillon, le film passe le test dit « test de Bechdel », qui veut qu'au moins deux personnages féminins aient un nom et une discussion portant sur autre chose que sur un homme. « *Plus de la moitié des films ne passent pas ce test, rappelle-t-elle. Et puis c'est rare que l'on donne autant d'argent à une réalisatrice.* ». Par ailleurs, l'argument féministe du film repose sur la possibilité pour Barbie d'occuper n'importe quel poste, sans renoncer à sa féminité, à la mode, au maquillage, ou au rose. Ainsi, Barbie est une alliée du

incarnant en effet les stéréotypes de la beauté « occidentale » avec ses mensurations hypertrophiées. Néanmoins, elle était également présentée comme une « femme émancipée », propriétaire de sa maison et d'une voiture de luxe assortie à ses tenues, exerçant aussi bien des métiers considérés comme « féminins » (top-modèle, hôtesse de l'air, que d'autres dits « masculins » (chirurgienne, astronaute. etc).

Depuis sa création, Barbie tente de s'adapter à l'évolution sociétale en développant des nouvelles poupées en lien avec les codes et les mœurs de la société actuelle. Récemment, Mattel a d'ailleurs lancé la gamme « fashionista Barbie » avec des mannequins de différentes tailles, formes et couleurs de peau pour promouvoir l'inclusivité et la diversité.

féminisme en conciliant la féminité avec des compétences d'ordinaire associées au masculin.

A contrario, Camille Emmanuelle, journaliste et écrivaine française, déclare « *J'aurais voulu que les Barbie parlent de poils et de sexe. Là, le film est saupoudré d'un peu de féminisme et de blagues sur le patriarcat, mais en réalité, rien ne change : Barbieland et le monde réel restent les mêmes, Mattel reste dirigée par des hommes... En fait, c'est un féminisme qui rassure mon vieil oncle réac.* ».

Lou Welgryn, fondatrice du collectif les éclaircies, retient de son côté qu'il s'agit de « féminisme plastique ». En effet, selon cette dernière il convient de s'interroger à qui profite ce film réellement. Elle souligne d'ailleurs que le besoin d'agir post Me Too pour le féminisme cache en réalité des notes de consommation et de marketing qui profitent à l'entreprise Mattel.

**Lecture sociologique du film : Entre opération marketing et polémique autour de la naturalisation du genre.**

D'un point de vue sociologique, l'analyse peut se faire à deux niveaux de lecture. D'abord une lecture commerciale qui justifie le modèle d'affaire de Mattel à l'instar des perspectives de Marvel. Une production d'une toute puissance inédite qui n'est pas sans rappeler le blockbuster. L'objectif étant bien évidemment d'atteindre des profits records sur des productions cinématographiques à budgets colossaux en se basant sur des sujets polémiques tels que les questions sexistes ou féministes sensiblement réceptifs du grand public, ce qui rend plus vulnérable l'adhésion au jeu des acteurs économiques.

La seconde lecture renvoie directement à la naturalisation du genre, pratique d'autant plus courante qu'elle est inconsciente et fait barrage à la perception du film comme étant économiquement productif, tout en jetant le discrédit sur le discours d'objectivation des pratiques sociales. Inspirée du féminisme, et déstabilisant certains pays sur le plan des valeurs, le film a été discrédité et censuré en Algérie, au Koweït ou encore au Liban. Quelques soient les positionnements, la tension est sensible entre une lecture économique et une lecture philosophico-sociologique du genre. Au-delà de la charge polémique et symbolique du film Barbie, on observe les fortes réticences vis-à-vis des explications constructivistes qui heurtent leur représentation naturalisée de la différence des sexes.

L'argument « féministe » du film repose sur l'empowerment des Barbies dans leurs actions sociales transformatives, capables d'occuper n'importe quel poste sans renoncer à leur féminité, à la mode, au maquillage ou au rose, ce qui est déjà un argument employé pour promouvoir la poupée et contrer les critiques qui verraient en Barbie un modèle stéréotypé de féminité et un idéal corporel fantaisiste, source de complexe pour les filles..

## **Le féminisme et Barbie : entre alliance et buzz médiatico-culturel.**

**Peut-on parler d'un « Barbie Power » ?**

Conciliant la féminité avec des compétences d'ordinaire associées au masculin, Barbie serait donc une alliée possible du féminisme. Toutefois, Mattel réaffirme aussi sans cesse la féminité de sa poupée, dont les instruments de travail ou les tenues sont presque toujours « féminisés »

ce qui se passe, notamment par l'ajout de rose - lorsqu'elles occupent des postes scientifiques ou techniques . Être féminine apparaît ainsi comme la « compétence » première de Barbie, ce qui amenuise celles véritablement nécessaires dans l'exercice de sa profession, tout en rendant plus exceptionnellement la présence de femmes dans certaines carrières.

Comme l'explique la sociologue féministe Colette Guillaumin, les inégalités entre femmes et hommes ne sont pas déterminées par la biologie mais par les rapports sociaux subis ; elles sont donc un problème de société et de droits (lutte contre les VSS, égalité salariale...) indépendant du sexe.

Pour la sociologue anglaise, spécialiste des questions de genre Shelley Budgeon, « considère la féminité comme une source de pouvoir fait partie de la rhétorique post-féministe, sur laquelle s'appuie de toute évidence le film ». Phénomène et culturel plus que mouvement militant, le post-féminisme est incarné par la « troisième vague féministe » des années 1990, prônant l'autonomie individuelle des femmes et la conciliation entre féminité et pouvoir, qui se caractérise dans la culture populaire par l'apparition de films et de séries télévisées mettant en scène des femmes fortes et féminines (Buffy contre les vampires, Alias, Xéna...).

Mais si les Barbie sont puissantes, c'est que Barbie Land est un matriarcat qui n'a fait qu'inverser les rôles du patriarcat. Pourtant, Monique Wittig explique bien que de telles stratégies n'améliorent en rien la question des inégalités de rapports de genre : « seul le sexe de l'opresseur change ». C'est pourquoi la penseuse féministe plaide pour la construction d'un modèle social indépendant des normes de genre. De plus, en exprimant leur puissance par la séduction des Ken qui veulent introduire le patriarcat à Barbie Land, les Barbie reconduisent l'hégémonie du couple hétérosexuel comme modèle unique d'épanouissement pour les femmes.

Si Barbie peut être ce qu'elle veut, ce n'est donc qu'à condition de

remplir ses rôles de femme : employée modèle, mais aussi épouse, mère et maîtresse de maison.

Le film s'inscrit donc dans une campagne de femvertising. Contraction des termes « féminisme » et « publicité », ce qui renvoie à la réappropriation de nouvelles alliances de concepts liant le statut des femmes à l'empowerment.

## PORTRAIT INTERNATIONAL

### Le film « Barbie » interdit au Koweït comme au Liban.

«Après le Liban, le Koweït a également décidé d'interdire la sortie dans ses cinémas du grand succès mondial Barbie pour « atteinte à la morale publique », ont annoncé, ce jeudi 9 août, les autorités de cet État pétrolier du Golfe très conservateur.

« La diffusion des films Barbie » a annoncé Lafi Subaïei, président du comité de la censure cinématographique, cité par l'agence de presse officielle Kuna.

Cet organisme lié au ministère des médias tient à « interdire tout ce qui porte atteinte à la morale publique, à l'ordre public et aux traditions, par l'introduction d'idées étrangères au sein de la société ».

Avant de prendre leur décision, les autorités avaient demandé la « suppression de certaines scènes obscènes encourageant des comportements inacceptables », a-t-il assuré, sans donner de précisions sur les passages en question.

Alors que Barbie a dépassé le milliard de dollars au box-office mondial, la censure koweïtienne s'appliquera à « tout film qui contrevient aux valeurs et traditions de notre société », a indiqué le responsable.

Cette annonce fait suite à celle du ministre libanais de la Culture qui a annoncé, mercredi, avoir demandé l'interdiction de Barbie, estimant qu'il faisait « la promotion de l'homosexualité », sur fond de rhétorique anti-LGBT+ croissante dans l'un des pays les plus libéraux du Moyen-Orient».

## ACTUALITES CIDFF



Du 6 au 19 septembre, au Méliès Saint-François, retrouvez la RETROSPECTIVE DE MAI ZETTERLING, Le cinéma Suédois au féminin. Quatre films à l'affiche : LES AMOUREUX, JEUX DE NUIT, LES FILLES, AMOROSA PROVOCANTE ET TALENTUEUSE... MAI ZETTERLING OU LA VOIX DES FEMMES ET DE LA LIBERTÉ En 1965, l'actrice suédoise Mai Zetterling passe derrière la caméra avec un long-métrage très remarqué, *Les Amoureux*. Ce film sera le premier d'une série d'œuvres consacrées prioritairement à l'étude de la condition féminine.

Samedi 9 septembre  
Tarentaize 15h

FILLES DE MAI, 68 MON MAI A MOI, MEMOIRES DE FEMMES.

Présentation de Michèle Dussaut-Delorme, une des femmes témoins de cet ouvrage.

Les femmes qui ont fait mai 68 ont une expérience forte qu'elles ont portée en elles toute leur vie.

Elles ont eu envie d'écrire, avec le soutien de Michèle Perrot, le récit de cet événement à leur descendance et aux jeunes générations.

A l'occasion de la semaine de l'emploi à la Sécu, la CPAM et la CAF de la Loire organisent un forum de l'emploi ouvert à tous.

Au programme : Job Dating, présentations et découverte des métiers :

Conseiller clientèle,  
Gestionnaire de dossiers,  
Directeur,

Et bien d'autres métiers...

**CIDFF de la Loire**  
18 Avenue Augustin Dupré  
42000 SAINT ETIENNE  
**04.77.01.33.55**  
[cidff42@cidff42.fr](mailto:cidff42@cidff42.fr)  
<https://loire.cidff.info/>



Le CIDFF est une association loi 1901 qui a une mission d'intérêt général. Elle a été créée à l'initiative de l'État en 1972 afin de promouvoir l'égalité et de favoriser l'autonomie sociale, professionnelle, psychique, des femmes appréhendées dans leur diversité.

Vous avez reçu cet email car vous vous êtes inscrit sur CIDFF 42 Loire.

[Se désinscrire](#)



© 2021 CIDFF 42 Loire