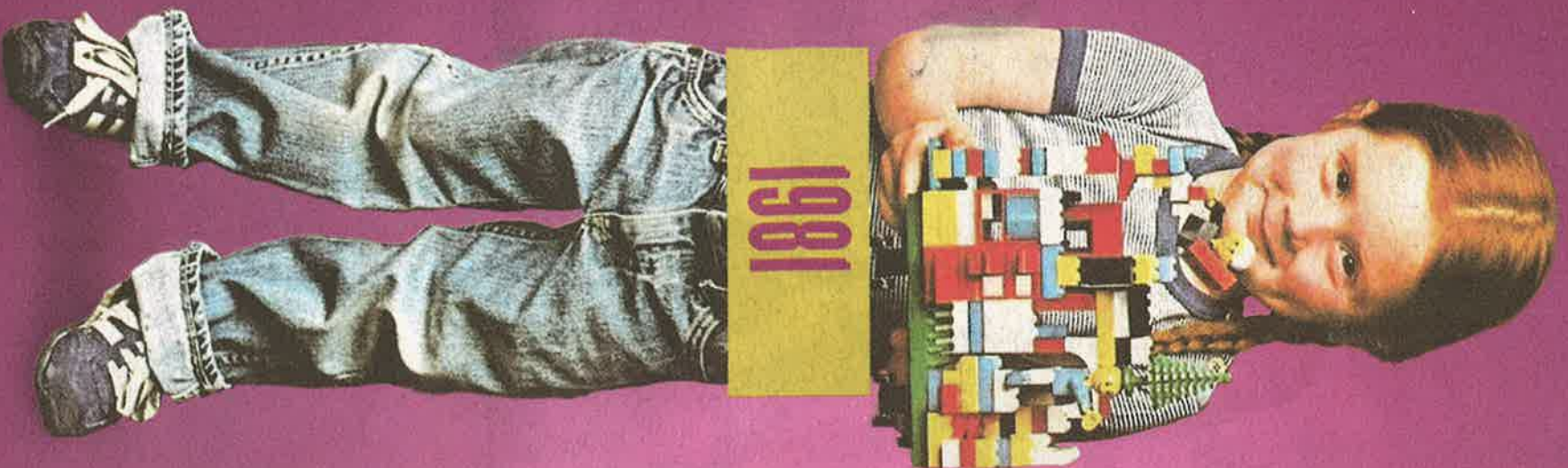
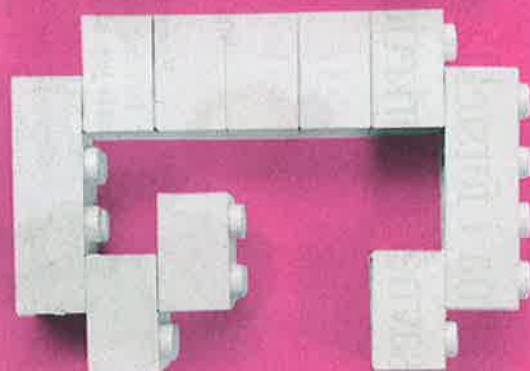
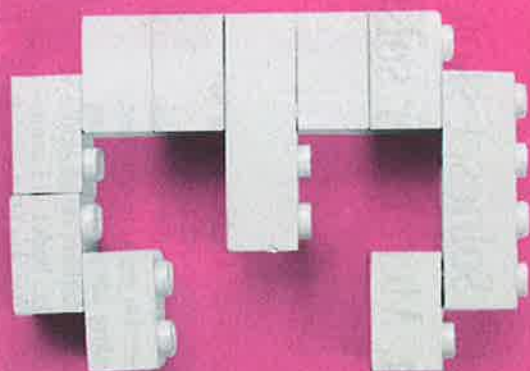
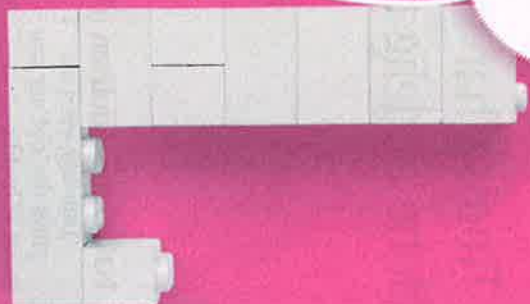




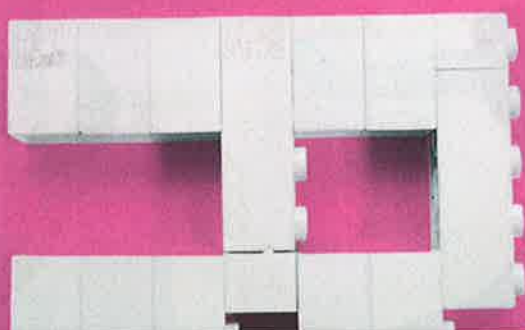
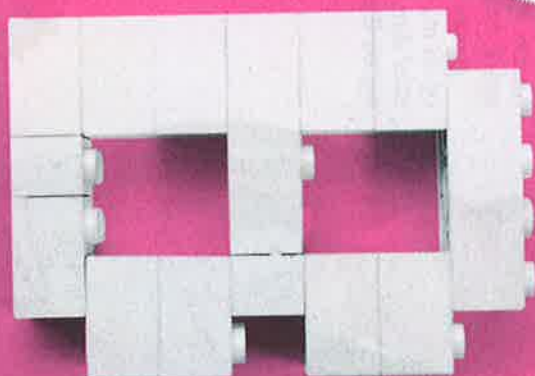
LEGOJENTA ER BLITT BABE

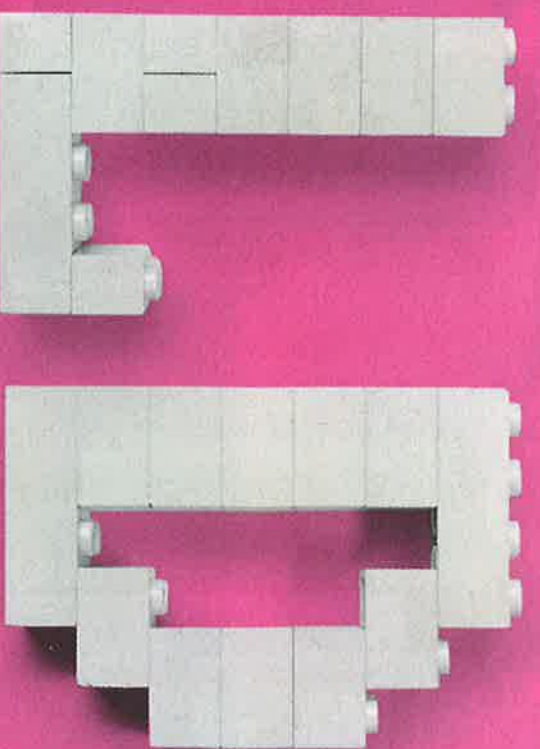
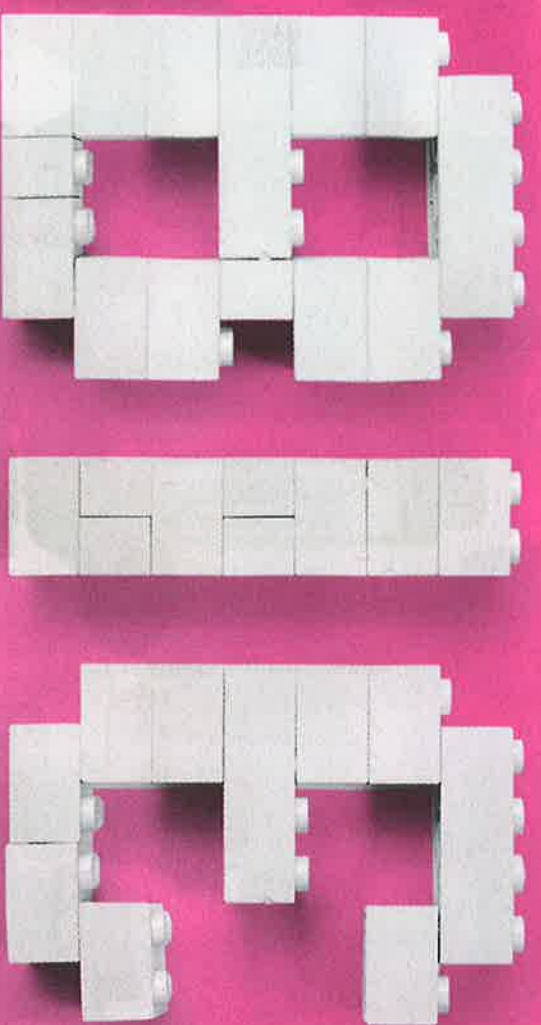
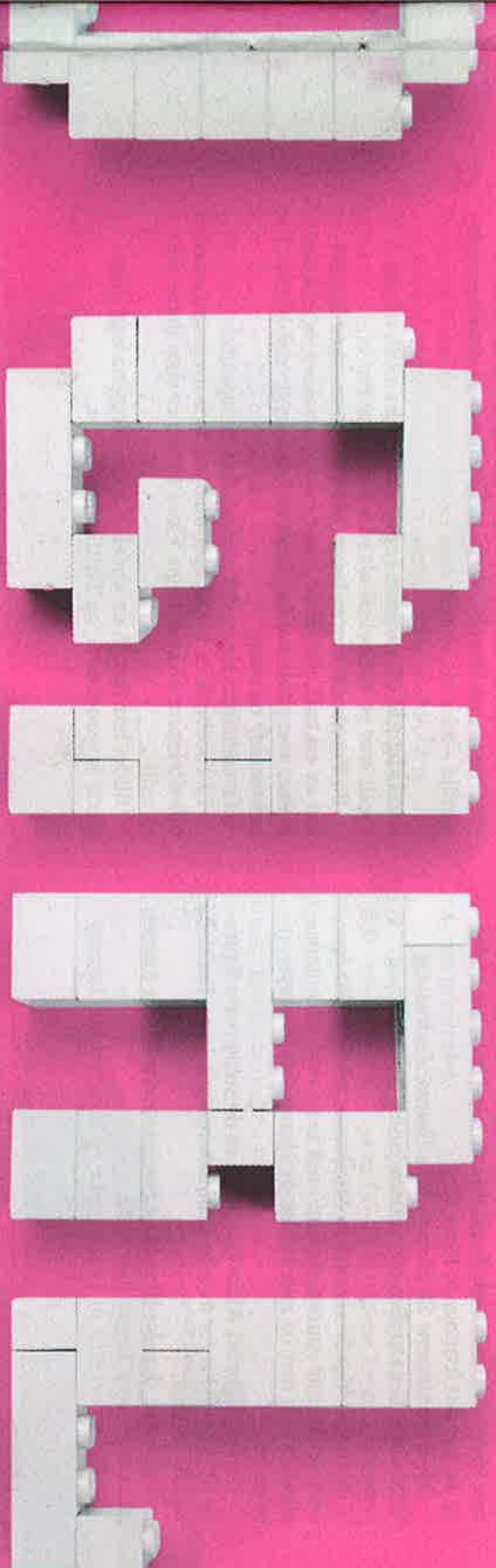
STEMPLES SOM BREMSEKLOSS I KJØNNSKAMPEN

I'm a



in a





Verden over skaper disse
figurene protester: De nye
Lego-babene er for sukkerøte.
Og kjønnsstereotype.

AV IDA GJSKE, BEATE A. KOREN OG JANNÉ MØLLER-HANSEN (foto)

Hun har langt blondt hår, kort skjørt, rosa sko og en liten trang topp. Hun heter ikke Barbie, men Stephanie, og er Legos nye jenteteleke.

NEDRE EIKER/OSLO (VG) De er høyere og slankere enn den klassiske, firkantede Lego-figuren med det gule hodet – og de har fått kvinnelige former.

Med venninnene Stephanie, Mia, Emma, Andrea, og Olivia skal Lego erobre all verdens jenter fra fem år og oppover.

Men den blonde servitøren Stephanie, med singlet og kort skjørt, har opprørt de som anså Lego som «den gode» aktøren i en mer og mer kynisk og kjønnsdelt leketøys-bransje.

Under slagordet #Liberate Lego er de sulkersøte figurene blitt beskyldt for å være kjønnsstereotype Lego-Barbier i sosiale medier.

Også den danske likestillingsministeren Manu Sarreen gremmes over Legos nye serie.

– Det er ergerlig at Legos unike og inspirerende leketøy

nå er med på å tegne så tradisjonelle kjønnsroller som de gjør med Lego Friends, skriver ministeren på sin Facebook-profil.

Samtidig går en gammel Lego-reklame fra 1981 verden rundt som et symbol på alt som var bedre før.

På Facebook har så langt 19 000 mennesker likt bildet av en tøff, rødhåret jente med olabukser og blå joggesko, som stolt holder frem et Lego-byggverk blottet for prinsesser og rosa.

Overskriften lyder slik: «What it is is beautiful».

På Facebook er bildet blitt delt tusenvis av ganger, med billeteksten: «Kjære Lego: Flere reklamer som dette, vær så null!».

Bildet har ført til en endeløs rekke blogginnlegg, engasjerte kommentarer og Twitter-meldinger.

– Det er bra
hvis jentene
lærer å bygge,
men det burde
vært broer og
skyskrapere.

KARL-FREDRIK TANGEN,
samfunnsgeograf

NY GENERASION LEGO

De er rosa, lilla og lysegrønne og de spesialtilpasset små jenter. Her poser figuren Stephanie med sitt utendørsbake



– Jenta i Lego-reklamen fra 1981 er ikke en gutteiente, men egentlig en helt alminnelig jente. Det er vi som har konstruert fem år gamle jenter som rosa prinsesser – og her har leketøysindustrien hatt en sentral rolle, sier Solveig Østrem, førsteamanuensis ved Barnhagesenteret på Høy-skolen i Vestfold. Hun har forsket på barns lek og læring i barnehage, og mener jentenes manglende deltagelse i konstruksjonslek er et tap for jentenes utvikling.

– Det hjelper ikke jentene med «prinsesse-Lego» i rosa, som knapt er til å bygge med. Dette er Lego som skal settes enkelt sammen og lekes med som dukker, det inviterer ikke til konstruksjonslek, sier Østrem.

Ifølge samfunnsgeograf Karl-Fredrik Tangen ved Mar-kedshøyskolen kan det få alvorlige konsekvenser å konstruere rosa prinsesser.

– Jenter sosialiseres inn en verden av pynt og omsorg, som drar dem over i lavtlønnede omsorgsykker. Dette bidrar til kvinners avmakt. Det er bra hvis jentene lærer å bygge, men det burde vært broer og skyskrapere. Lego er med på å fremstille verden slik at det naturliggjøres at kvinner underordner seg. – Nå kommer Lego til å forsterke kjønnsdelingen i butikkene, i stedet for å bygge den ned, sier Tangen.





SØTE JENTER: Bursdagsjenta Agnes Eikseth Aas (7) har tatt med klassevenninnene til «hytta» på rommet sitt. Fra venstre: Sofie, Nell, Agnes, Helene, Bak, f.v. Sofie og Colette.

I Norges største leketøysbutikk Toys r Us på Alna i Oslo henger skinnende, små prinsessekostymer på rad og rekke. Den rosa løypen av glitter og dukker går videre gjennom en korridor dekorert med Barbie-gardiner. Lange tyrne ben med stiletthæler, rosa lekeslott, plastikkomfyrer og Hello Kitty. Før en ruvende vegg av Lego åpenbarer seg: Krigere, romskip, spreke biler, sverd og geværer i mørke farger.

Men i februar får de maskuline krigerne selskap av Lego-jentene fra den fiktive byen Heartland, når serien Lego Friends lanseres i Norge.

Bursdagsbarnet Agnes Eikseth Aas (7) er midt i målgruppen for den nye serien. I dag har hun invitert jentene fra klassen til bursdagsfest på Lindern i Oslo.

Venninnene sitter spent i ring på stuegulvet når jenta med krone på hodet snurret brusflasken rundt. Den flasketuten peker på, skal gi sin gave til bursdagsbarnet.

– Ååå, du er heldig! roper klassevenninnene i kor når Agnes drar opp den blonde Barbiedukken fra innpakningspapiret.

– Mamma, se hva jeg fikk! roper Agnes og strekker armene i været med plastesken mellom hendene.

Syv år gamle Agnes er ikke en utpreget rosajente. Hun er med når pappa snekrer og mamma er bevisst på å unngå

den typiske jenteklisseen. Til jul ønsket Agnes seg både verktøykasse og sminkehode.

– Våre mødre var veldig politisk bevisste og ville vise at jenter kan gjøre det samme som gutter. Men nå har pendelen svingt for langt den andre veien, mener mamma Barbro Grude Eikseth, som også har en datter på ni år.

Hun mener lekebutikkene fyrer altfor mye opp under kjønnsforskjeller.

Lego leker ikke datteren på syv med, hun assosierer det med gutteleker og Star Wars, forklarer moren.

– Jeg prøver å gi dem en kritisk stemme, men jeg er ikke fanatisk. Det er noe livsbejænde med å pynte seg og leve ting ut, mener hun.

– Hun kjefter på meg når jeg kjøper Hello Kitty til jentene, ler pappa Harald Aas.

Hjemme hos Daniel Fernandez-Kaspersen, som også fyller syv år, er støynivået enda noen hakk over jentebursdagen til Agnes.

– Det er Lego! utbryter bursdagsbarnet fra Nedre Elker, og kaster papiret fra seg.

– Oi, det er kriging! Forsamlingen med syv år gamle gutter stimler rundt pakken med Kingdoms-Lego og riddere utstyrt med rustning og sverd.

I den neste pakken er det Star Wars-Lego. En «battle-



TØFFE GUTTER: Daniel Fernandez-kaspersen feier 7-årsdagen sammen med klassekameratene Benjamin Lesjø Synldy (t.v.), Oliver, og kompisen Oscar (t.h.). I gavehengen til Daniel er Lego godt representert: Krigere fra Kingdoms-serien, Ninjago, Star Wars og beltebil fra City.

– I den alderen
Daniel er nå, er
det jo helt krise
om han får noe
som er jentete.

EVA FERNANDEZ-KASPERSEN,

ماما

pack» Daniel har fra før. Så Ninjago-Lego og Bakugan-figuren.

– Gutter skal leke med Spiderman, Star Wars, Beyblade og Karate. Jenter leker med dukker, Barbie og hoppetau, sier klassekamerat Andreas Wernar Hasselberg, før bursdagsbarnets pappa må inn og forhandle om hvem av guttene som skal få kloa i Daniels Star Wars-lyssabel.

– Nå skal lekene være veldig guttete. Jeg tenkte at barna mine ikke skulle leke med typisk kjønnsdelte leker, vi ga ham lekekjøkken da han var liten. Vi tenkte også at vi ikke bare skal kjøpe rosa til datteren vår på to år, men det hjelper ikke. Hun liker å pynte seg, og hun liker rosa. Og gutter liker å tøffe seg, sier pappa David Fernandez-Garcia

– Lekene er blitt mer delt i typiske jente- og gutteleker. I den alderen Daniel er nå, er det jo helt krise om han får noe som er jentete, sier mamma Eva Fernandez-Kaspersen.

– Vi hadde mange gode planer, men vi kommer ikke fra at vi lever i et samfunn, sukker David.

– En klar trend de siste ti årene er at leker og klær er blitt mer kjønnsdelte, sier Mari Rysst, forsker ved Statens institutt for forbruksforskning (Sifo):

– Jentene skal være søte, pene og til og med sexy, mens guttene skal være harde og tøffe. Dette entydige mønsteret har likestillingen jobbet lenge for å bli kvitt, så det er para-

doksalt at dette er situasjonen for barn i dag. Rysst mener den ekstreme kjønnsdelingen i leketøysindustrien er et uttrykk for to ting:

– At produsentene leter etter nye nisjer å tjene penger på. Og at man på kansje får likestilling mer og mer for gitt – og dermed ikke tenker så mye på at lekene kan reproducere gamle, stereotype kjønnsmonstre, sier Rysst.

Men markedet har talt.

Venninnene i Lego Friends er et resultat av fire år med undersøkelser, designutprøving, fokusgrupper og lektesting hjemme hos jenter i flere land.

Et samarbeid mellom selskapets eget analyseteam, som kalles «antirbot», eksterne konsulenter, designere og markedsførere har resultert i det Lego mener er akkurat det jenter og deres mødre vil ha.

Hittil har Lego-produktene beviselig ikke appellert til jenter, 90 prosent av dagens Lego-brukere er gutter.

- Ideen om unisex-leker er død. Det nytter ikke å gi jenter og gutter det samme, fastslår Niels Sandal Jakobsen, leder for Market and Consumer Insights i Lego.

Selv om jenter også liker å bygge, vil de ikke være kriger eller romvesen i Lego-konsepser som Star Wars, Hero Factory, Alien Conquest og Ninjago.

Lego kunne like gjerne satt opp et «Ikke tillatt for jenter»-skilt, kommenterte Peggy Orenstein i den internasjonale bestselgeren «Cinderella ate my daughter» fra 2011, der hun beskriver hvordan prinsessemanien har tatt over dagens generasjon småjenter.

Internasjonalt har den danske leketøyprodusenten snudd fra å tape rundt seks millioner kroner dagen i 2005 til å øke inntektene med 106 prosent siden 2006. Fokuset har vært å rendyrke en portefølje med spissede gutteleker. I Norge har Lego vokst med nærmere 30 prosent årlig de siste fem årene.

Etter en svært vellykket snuoperasjon er Lego nå sulten på den siste halvdel av markedet.

Lego skal bruke over 240 millioner kroner på å markedsføre det nye jentekonseptet.

– Vi gjør det kan for å forbli relevante for jenter, og for å nå dem må vi bevege oss mot hverdagslige temaer og roller de kan identifisere seg med, erklærer Jakobsen.

I tiåret som leder opp til «guttejentas» opptreden i Lego-reklamen fra 1981 herjer likestillingskamp. Heller ikke i barnas leketøysskappe skal det gjøres forskjell på kjønnene. Lillebror får dukkevogn. Lillesøster blir utstyrt med hammer og sag.

– Dette har ikke hatt noen betydningsfull effekt. Jentene som vokste opp da ble ikke noe mindre tradisjonelle og jålete av den grunn, sier Stein Ulvund, professor i pedagogikk ved Universitetet i Oslo. Han har blant annet forsket på hvilken betydning leker har for barns intelligens.

Utvund mener leketøysbransjen ikke kan få all skylden

Have you ever seen anything like it? Not just what she's made, but how proud it's made her. It's a look you'll see whenever children build something all by themselves. No matter what they've created.

Younger children build for fun.
LEGO Universal Building Sets for children ages 3 to 7 have colorful bricks, wheels, and friendly LEGO people for lots and lots of fun.

Older children build for realism.
LEGO Universal Building Sets for children 7-12 have more detailed pieces, like gears, rotors, and cranked tires for more realistic building. One set even has a motor. LEGO Universal Building Sets will help your children discover something very, very special: themselves.

What it is is beautiful.

Universal Building Sets

LEGO 1100 7-12 years old
LEGO 744 3-7 years old

LEGO I 1981: Nostaljikere ønsker seg tilbake til markedsføringen på 80-tallet, da denne «guttejenla» frontet byggeopplevelser for både gutter og jenter. Plaketten har gått verden rundt på sosiale medier de siste månedene.

LEGO I 2012: Med denne Lego Friends, sin nye, store s

– Ideen om unisex-leker er død. Det nytter ikke å gi jenter og gutter det samme.

NIELS SANDAL JAKOBSEN,

Lego-leider



FOR GUTTA: Lego har i flere år brukt tegneserier i annonser for Lego-konseppter rettet mot gutter, blant annet i Donald.



LEGO I 2012: Med denne «taseren» prøver Lego å vekke interesse for Lego Friends, sin nye, store satsing for jenter.



UNISEX: På begynnelsen av 80-tallet la Lego vekt på det universelle i det å skape noe i sine annonser.

for at barn er fanget i et gammeldags kjønnsrollemønster, men mener utviklingen går i gal retning.

– Leketøysindustrien nører opp under tradisjonelle kjønnsroller, og spekulerer i rosa og blått. Kjønns skillet er blitt så ekstremt som det aldri har vært før, sier Ulvund.

Han tror ikke det er så enkelt som at kjønnsforskjellene på leketøyspreferanser er medfødt, slik tidligere forskning har antydnet.

– Jeg tror det i veldig stor grad er lært gjennom det sosiale miljøet. Vi kan ikke utelukke at kjønnsdelte leker får konsekvenser for barnas utvikling, vi vet lite om dette, sier Ulvund, som likevel mener at det er foreldrenes væremåte som har størst betydning for barnas kjønnsroller.

Ulvund er skuffet over Lego.

– Jeg har sett på Lego som en seriøs aktør, jeg tror de kunne hatt mer å vinne på å stå imot presset om kjønnsdeling, sier professoren om den nye jente-Legoen.

Skjønnhet har vært helt sentralt i utviklingen av den nye Legoen for jenter.

– Jentene liker pene ting og har sans for detaljer og finesser, sier Niels Sandal Jakobsen i Lego.

Han mener all lek handler om identifikasjon.

– Når jentene er mellom tre og ni år blir de bevisst sitt kjønn og hvem de er. Det er noen roller man skal lære, mener Jakobsen, som er overbevist om at barnas preferanser er genetisk betinget.

Han mener kritikernes meninger er bygget på en misforstått angst for at barna skal bli det de leker.

– De ser «fashion dolls» og et kvinnesyn de ikke liker og konkluderer med at «såne produkter skal ikke min datter ha, for da blir hun som dukkene».

Til tross for at Helle Vaagland, programleder for «Nasjonal-galleriet» på NRK og forfatter av boken «Heia mamma», er uttalt feminist, ønsker hun den nye Lego-serien velkommen.

– Jeg tror ikke behovet for pynt eller det vi ser på som typiske jenteinteresser kan undertrykkes. Jeg må bare innrømme at jeg sliter med å engasjere meg i mine sønners bygging av Star Wars-romskip og Indiana Jones-fly. Men hvis jeg heller kunne bygge en rosa kafé hvor Lego-venin-negjengen skulle treffes for å skravle, kan det faktisk hende jeg hadde blitt mer interessert, sier Vaagland.

Hun er positivt overrasket over de nye Lego-damene, til tross for at de «selvfølgelig må være slankere enn gutte-Lego-figurene».

– De er jo veldig allsidige. De bygger hytte i trær og driver både designskole, skjønnhetssalong og dyresykehus. At de også liker å pynte hunden sin med rosa hårbånd, kan ikke være så farlig, sier hun. Vaagland tror den politisk korrekte tilnærmingen fra 70- og 80-tallet faktisk kan virke mot sin hensikt.

– Moren min kledde meg i blå dongeri og brun kord-fløyel, men inni meg fantes et enormt sug etter rosa

Kjønnsroller fra Kina

21. juli i år ga jeg etter og kjøpte lekepistoler til barna mine.
22. juli var leken over.

Begge pistolene, som var ment til å skyte blink med, gikk rett i søpla. Leketøyprodusentene har skapt et kjønnsdelt marked ved å spille på kjønnsstereotyper som befinner seg så langt ute i ytterkannten at det nesten er paradisk. På sytti- og åttitallet fantes ikke det enorme tilbudet av avanserte og grusomme superhelter, roboter, krigere og skrekkmønster som det mine sønner har i dag. Vi spur om jenter blir underdanige hundefrisører av å leke med den nye legoserien. Vi burde også spørre hva alle våpnene og monsterne gjør med sønnene våre.

Barndommen spiller de voksnes verden. Kvinnetriggjøring og likestilling var viktige verdier å formidle til barna på 70- og 80-tallet. Men lekemarkedet den gangen avspeilet egentlig en mer grunnleggende struktur: Folk hadde dårligere råd og leker var dyrt. Søstre og brødre måtte dele.

I dag lages lekene i Kina til lavkost og de fleste husholdninger har to inntekter. Jeg så ut om trent som jenta på legoreklamen, da jeg var barn. Da jeg ble mor, var jeg bestemt på ikke å skape kjønnsforskjeller gjennom leker, men også jeg måtte gjennom en (?) prinsesseperiode. Nå for tiden vil datteren min vil bare lese Harry Potter og sønnene mine er hekta på Ronja Røverdatter og Pippi. Felles for de tre litterære karakterene er at de forteller noe allment om å være barn. At barn kan identifisere seg med et annet barn, uavhengig av kjønn, tror jeg er viktig for hvem vi blir som voksne.

Så hvorfor bidrar skole og barnehage til å dele oss inn etter kjønn? Jeg har selv stått på foreldremøte og stilt spørsmål om hvorfor pedagogene har bestemt at det skal være et jentelrom og et gutterom i barnehagen. Skolen sender ut skriv om at dersom elevene ikke kan invitere hele klassen på bursdag, bør de invitere enten alle jentene eller alle guttene. Slik blir kjønn en viktig kategori fra de er små.

Jeg tror ikke spørsmålet om vi er født sånn eller har blitt sånn er så viktig. Vi må heller spørre hva slag muligheter vi vil at barna våre skal få som voksne. Likestilling er i bunns og grunn et spørsmål om demokrati og humanisme. Da må både gutter og jenter få et selvblide som sier at kjønn ikke er viktig for hva de kan bli.

Aller viktigst er hva slags rollemodeller vi er som foreldre. Mannen min går ikke rundt og skyter med pistol til daglig. Det gjør heller ikke sønnene mine, men de er temmelig gode på å skifte bleier på dukkene, invitere på luftmidtdag og bygge jernbane.



Elisabeth
SKARSTBØ
MOEN

elisabeth.skarstbo.moen@vg.no



LIKER ROSA LEGO: – Ååå, sååå fin! Da VG Helg viste frem Lego Friends til Agnes venninne, Hanan, ble begeistringen stor.

– Nå går jeg med rosa så ofte jeg kan, samtidig som jeg kjemper for likestilling på daglig basis.

HELLE VAAGLAND,
NRK-programleder

prinsessekjoler, en drøm som ikke ble oppfylt før jeg ble voksen.

Nå går jeg med rosa så ofte jeg kan, samtidig som jeg kjemper for likestilling på daglig basis, sier Vaagland.

På rommet til bursdagsbarnet Agnes og den to år eldre søsteren Ella presenterer VG Helg en liten overraskelse til jentebursdagen: En forhåndstitt på figurene i Lego Friends.

- Å, sååå fin!
- Det ser kjempegøy ut!
- Jeg vil være Mia, sier Hanan (6).
- Jeg vil være Sophia, sier Sofie (6).
- Og jeg vil være Olivia, sier storesøster Ella (9).
- Men jeg har jo ingen, utbryter selveste bursdagsbarnet, før hun får øye på noe hun vil ha:
- Jeg tar hesten, jeg.
- Jentene river opp posene med de små jentefigurene, begynner raskt å snakke om hva de skal kle dem med.
- *Liker dere å bygge da?*
- Jaaa, svarer jentene i kor.
- *Men først må vi se på bruksanvisningen, sier Helene (6) og fisker opp det lille heftet som ligger under haugen med rosa og lilla klosser.* ■

ida.giske@vg.no
beate.koren@vg.no
janne.moller-hansen@vg.no