

CSA - Direction des études et recherches

Les représentations femmes-hommes sont-elles influencées par les générations ?

Ile conférence internationale sur le Genre et la Communication
(Séville, 1-3 avril 2014)

Sabri Derinoz, conseiller en charge des questions de communication publicitaire, diversité et égalité, Conseil supérieur de l'audiovisuel – sabri.derinoz@csa.be

Muriel Hanot, directrice du département Études et Recherches, Conseil supérieur de l'audiovisuel – muriel.hanot@csa.be

Bertrand Levant, conseiller au département Études et Recherches, Conseil supérieur de l'audiovisuel - bertrand.levant@csa.be

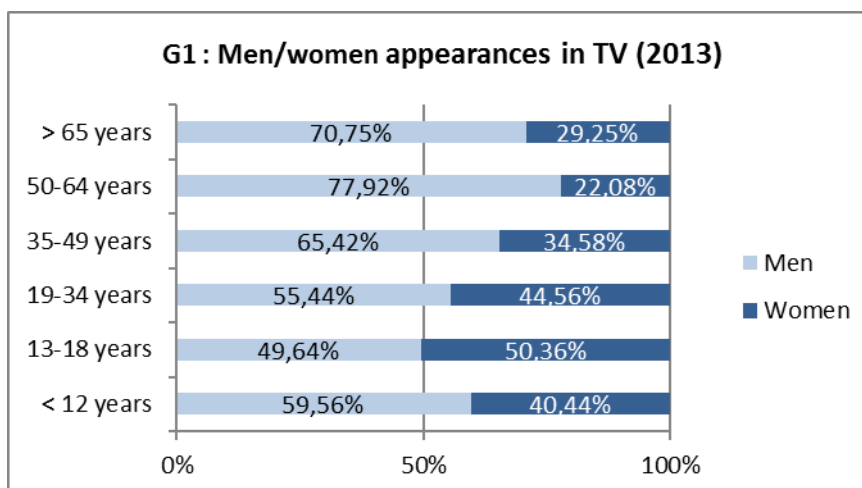
The English version is on page 13

Les représentations femmes-hommes sont elles influencées par les générations ?

Résumé: Cette communication, donnée lors de la [IIe Conférence sur le Genre et la Communication](#) (Séville, 1-3 avril 2014), se concentre sur les disparités de représentation entre femmes et hommes observées dans les médias par plusieurs enquêtes menées par le CSA. Les auteurs cherchent à comprendre comment la représentation des femmes et des hommes évolue avec l'âge des intervenants en télévision. Les résultats montrent en effet que la représentation femmes-hommes tend vers l'égalité chez les jeunes tandis qu'elle faiblit au détriment des femmes chez les plus âgés. Des indicateurs quantitatifs et qualitatifs tentent d'identifier les facteurs expliquant la relation entre « générations » et représentations femmes-hommes.

Mots-clés: télévision, contextes d'apparitions, représentations femmes-hommes, âge, génération, changements sociétaux, pratiques des médias.

En 2011, 2012 et 2013, le Conseil supérieur de l'audiovisuel¹ de la Fédération Wallonie-Bruxelles de Belgique réalisait trois enquêtes (CSA, 2011 ; CSA, 2012 ; CSA, 2013) successives sur la représentation de la diversité et de l'égalité dans les contenus des 26 chaînes de télévision belges francophones². Ces enquêtes reposaient sur l'étude d'un échantillon d'une semaine de programmes propres ou coproduits analysés selon cinq indicateurs de diversité : le sexe, l'âge, la profession, l'origine et le handicap. Chaque personne, considérée comme intervenant, y était répertoriée suivant des critères identifiables à l'écran et permettant de caractériser le type d'intervenant, le type d'intervention et le contexte d'apparition. Ces trois études quantitatives, qui comprenaient des aspects qualitatifs, ont permis d'objectiver les représentations et les pratiques des médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles en matière d'égalité et de diversité. En se concentrant sur les critères du sexe et de l'âge, deux tendances lourdes aux trois études s'imposent à tous les médias analysés : les femmes et les personnes âgées sont sous-représentées à l'écran au regard de la part qu'elles occupent dans la population. Ainsi, en 2013, la proportion de femmes à l'écran n'atteint seulement que 36,88% (pour 31,47% en 2011 et 33,5% en 2012) alors qu'elle représente 50,92% dans la société belge (Statistics Belgium, 2013). La proportion des personnes âgées de plus de 65 ans n'atteint en 2013 que 3,74% (pour 2,68% en 2011 et 3,95% en 2012) des interventions télévisées alors que cette catégorie d'âge représentait 17,65% de la population belge la même année. Cette sous-représentation des personnes âgées doit se comprendre avec la surreprésentation des catégories d'âges plus jeunes. Toujours en 2013, les 19-34 ans représentaient 43,73% des apparitions à l'écran (pour 37,13% en 2011 et 30,46% en 2012), alors qu'ils constituaient 20,15% de la population belge en 2010 (Statistics Belgium, 2010). Ces écarts entre représentations à l'écran et représentations dans la société diminuent par contre pour les tranches d'âges de 35-49 ans et de 50-64 ans mais ils confirment un phénomène : l'effacement progressif, avec l'âge, des individus intervenant en télévision.



Si l'on combine les deux critères du sexe et de l'âge, on constate sur les trois études que la proportion de femmes à l'écran décline progressivement depuis la tranche d'âge 13-18 ans où la proportion est la plus importante jusqu'à atteindre son taux le plus bas pour les 50-64 ans (voir graph 1). Par ailleurs, en isolant les intervenants dont l'âge et le sexe ont pu être identifiés, on

¹ Le *Conseil supérieur de l'audiovisuel* de la Fédération Wallonie-Bruxelles est une autorité administrative indépendante en charge de la régulation audiovisuelle en Fédération Wallonie-Bruxelles : <http://csa.be/>.

² En 2013, cela représente 12 télévisions locales de service public et 14 télévisions « nationales » : 3 généralistes de service public, 5 généralistes privées et 6 thématiques privées (cinéma, sports, loisirs, *people*, économie). Toujours en 2013, l'échantillon représente plus de 400 heures de programmes et 63.568 intervenants encodés.

constate un double phénomène : non seulement les femmes sont sous-représentées par rapport aux hommes, mais elles le sont d'autant plus avec l'âge (voir T1). Ainsi, pour les 19-34 ans, les femmes représentent 19,6% des interventions, à savoir plus de la moitié des interventions totales de femmes à l'écran en 2013, et presque le double de ce qu'elles représentent dans la population. À partir de la tranche d'âge 35-49 ans, la proportion d'interventions de femmes à l'écran ne cesse de décroître et d'être en-deçà de la part qu'elles représentent dans la société belge pour n'arriver qu'à 1,08% d'apparitions pour les plus de 65 ans, soit neuf fois moins que ce qu'elles représentent en réalité. *A contrario*, si les hommes sont comme les femmes surreprésentés à partir des 19-34 ans, ils le restent aussi pour les 35-49 ans et s'alignent plus ou moins sur les données population pour les 50-64 ans. Ils sont par ailleurs beaucoup mieux représentés dans la catégorie des plus de 65 ans, en dépit de leur plus faible représentation réelle dans la population par rapport aux femmes (rapport de 1 : 2,77 pour les hommes contre 1 : 9,19 pour les femmes).

T1 : Men/women distribution by age in TV appearances and in Belgium						
	Baromètre 2013			Belgium 2010		
Age	M	W	Total	M	W	Total
< 12 years	4,06%	2,75%	6,81%	7,49%	7,16%	14,65%
13-18 years	2,51%	2,54%	5,05%	3,59%	3,43%	7,02%
19-34 years	24,39%	19,60%	43,99%	10,11%	10,04%	20,15%
35-49 years	18,27%	9,65%	27,92%	11,00%	10,75%	21,75%
50-64 years	9,77%	2,77%	12,54%	9,58%	9,69%	19,27%
> 65 years	2,61%	1,08%	3,69%	7,23%	9,93%	17,16%
Total	61,60%	38,40%	100,00%	49,00%	51,00%	100,00%

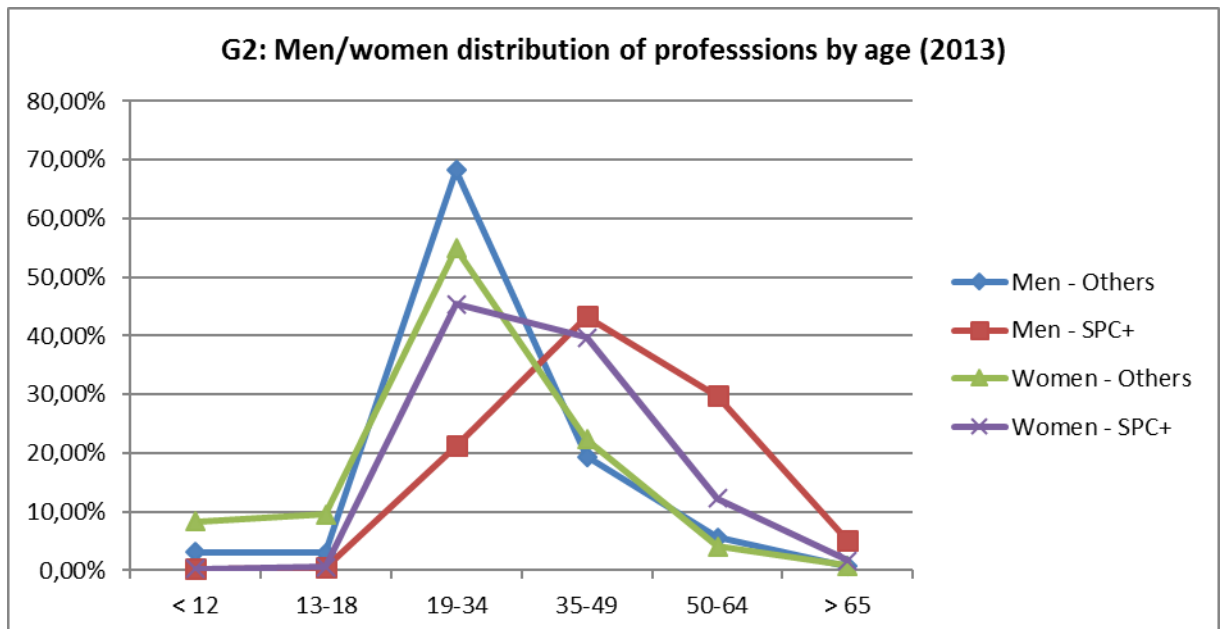
Les femmes subissent donc une double discrimination du fait de leur sexe et de leur âge. Deux indicateurs analysés dans les baromètres, couplés avec le critère de l'âge, permettent d'avancer certaines hypothèses explicatives sur ce phénomène : les professions identifiables à l'écran et le rôle joué par chacun des intervenants.

Les baromètres de 2011, 2012 et 2013 ont démontré la place prépondérante des catégories socioprofessionnelles supérieures – CSP+ (dirigeants et cadres, professions intellectuelles, artistiques et scientifiques) – dans les intervenants dont la profession était identifiable à l'écran. En effet, en 2013, ces catégories représentaient 52,96% des professions identifiables (pour 46,99% en 2012 et 46,32% en 2011). Ces chiffres doivent tenir compte de l'intervention importante de journalistes à l'antenne, ce qui ne modifie toutefois pas cette représentation prépondérante : en écartant les journalistes, on atteint 43,34% d'intervenants dont la profession identifiable appartient aux CSP+ (pour 37,3% en 2012 et 34,94% en 2011). Tant chez les hommes que les femmes, les CSP+ restent la catégorie la plus représentée sur les trois baromètres, mais certaines variations non négligeables sont à noter pour les autres catégories. En excluant les journalistes et certains éléments d'altération de l'échantillon³, la deuxième catégorie la plus représentée est systématiquement les inactifs chez les femmes et les sportifs professionnels chez les hommes. La part des inactifs chez les femmes s'explique par le nombre plus ou moins similaire d'étudiantes que d'étudiants à l'écran, mais les étudiantes représentent en proportion une part beaucoup plus importante d'intervenants, vu le nombre relatif de

³ L'échantillon de 2013 comprend un nombre d'émissions « lifestyles » plus important, émissions où les femmes sont majoritairement représentées. Il se distingue également par quelques émissions qui diffusent des photos de jeunes femmes dans des annonces de rencontre.

professions féminines identifiées par rapport aux hommes (en moyenne 3 professions masculines identifiées pour 1 profession féminine). La deuxième place des sportifs professionnels s'explique quant à elle par le fait que les programmes de sports diffusés en télévision se consacrent en grande majorité aux sportifs masculins. Hormis ces deux variations, la distribution des catégories socioprofessionnelles représentées en télévisions est pour les hommes et pour les femmes, tant par ordre que par proportion, globalement constante sur les trois baromètres.

Si les CSP+ sont les plus représentées chez les hommes et les femmes, elles sont également celles qui subissent le plus de variations en fonction du sexe et des tranches d'âges identifiées (voir graph. 2). Les femmes occupant des postes prestigieux sont plus concentrées entre 19 et 34 ans tandis que les hommes apparaissent quant à eux plus souvent entre 35 et 49 ans. Cette tendance à l'effacement progressif avec l'âge des femmes occupant de postes prestigieux se redouble d'une autre tendance qui lui est complémentaire, celui du rôle qu'elles endossent. Parmi tous les rôles prestigieux féminins identifiés dans l'échantillon de 2013, 88,42% appartiennent aux CSP+ contre 81,12% chez les hommes. La possibilité d'endosser un rôle prestigieux est donc clairement conditionnée à l'occupation sociale, de manière encore plus forte chez les femmes. Et cette possibilité s'efface également avec l'âge.



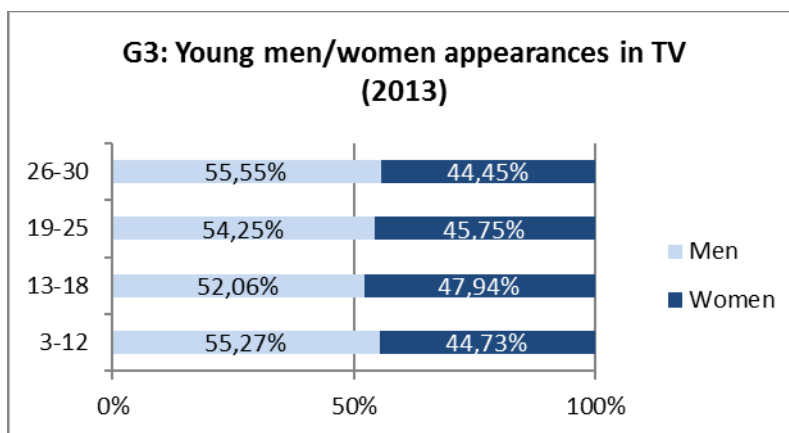
Ces constats peuvent se résumer comme suit :

- l'inégalité de représentation à l'écran entre hommes et femmes est un phénomène qui s'intensifie avec l'âge : plus une femme est âgée, moins elle a de probabilité d'apparaître à l'écran par rapport à un homme du même âge ;
- la télévision met principalement en avant des professions prestigieuses. Les femmes occupant des postes prestigieux sont moins nombreuses à l'écran et elles le sont d'autant moins avec l'âge, ce qui a un impact direct sur le prestige du rôle endossé à la télévision.

Plusieurs hypothèses peuvent être avancées pour expliquer cette double discrimination des femmes avec l'âge :

- l'effacement en télévision des femmes avec l'âge est dû à un phénomène normatif endogène aux cohortes auxquelles elles appartiennent : la (non) mise en avant publique de l'image de soi-même dans les médias.
- l'effacement en télévision des femmes avec l'âge est dû à un phénomène structurel lié aux cohortes auxquelles elles appartiennent : une disparité dans l'accès ou l'occupation de professions, plus particulièrement prestigieuses.
- l'effacement en télévision des femmes avec l'âge est dû à un phénomène structurant des médias eux-mêmes : l'inclination à mettre en avant des femmes plus jeunes ou à effacer les femmes plus âgées.

Avant de tenter de proposer des éléments permettant de confirmer ou d'infirmer les hypothèses présentées ci-dessus, il est utile de comparer les constats qui les ont induites à d'autres constats réalisés sur la même base et appliqués spécifiquement à la représentation des jeunes en télévision (CSA, 2013). En effet, un baromètre sur l'image et la représentation des enfants et des jeunes réalisé en 2013 sur un échantillon différent⁴ relativise le premier constat tiré des trois baromètres sur la diversité et l'égalité de 2011, 2012 et 2013. L'inégalité de représentation des femmes et des hommes pour l'ensemble des tranches d'âges est beaucoup plus tempérée pour les intervenants de 3 à 35 ans, avec une quasi-égalité pour l'ensemble de l'échantillon : 48,91% de femmes pour 51,09% d'hommes. Cependant, il est nécessaire de tenir compte des émissions qui surreprésentent l'un ou l'autre sexe. Ainsi, en isolant les émissions ou les retransmissions de football où les hommes sont majoritairement représentés d'un côté, et les émissions de call tv liées à des annonces de rencontres où les femmes sont majoritairement représentées de l'autre, cette quasi-égalité doit être tempérée dans la distribution par tranches d'âges des jeunes (voir graph. 3).



Ce dernier constat ne doit toutefois pas amoindrir le premier : l'étude de la représentation des jeunes à l'écran démontre une tendance à l'égalité plus forte que les études sur la représentation de l'ensemble de la population. D'ailleurs, les trois baromètres évoqués plus haut avaient déjà pu mettre en avant que les femmes étaient proportionnellement mieux représentées dans les tranches d'âges 13-18 ans, et dans une moindre mesure pour les 19-34 ans. Ces constats basiques suggèrent trois hypothèses principales :

- des phénomènes structurels à la société peuvent expliquer que les jeunes issus des cohortes de 3 à 35 ans aujourd'hui sont plus égalitairement représentés à la télévision ;

⁴ Échantillon de 11.356 intervenants.

- des phénomènes structurant liés aux pratiques des médias peuvent expliquer que les jeunes issus des cohortes de 3 à 35 ans aujourd'hui sont plus égalitairement représentés à la télévision ;
- les pratiques de représentation plus égalitaire chez les enfants et les jeunes sont dues au fait même qu'il s'agit d'enfants et de jeunes, donc à la nature de la génération qui est portée à l'écran, et non en fonction des cohortes.

L'analyse de certains facteurs contribuant à cette égalité relative de la représentation des jeunes hommes et des jeunes femmes permet de mieux comprendre la nature du phénomène. Les professions identifiées pour chacun des sexes révèlent une distribution plus ou moins égale entre les hommes et les femmes avec quelques variations : la surreprésentation (massive) des sportifs masculins, la présence accrue de femmes de professions intermédiaires due aux programmes « lifestyles », le nombre important de journalistes/présentatrices expliquant la présence plus importante de femmes dans les CSP+ (voir tableau 2).

T2 : Young men/women distribution of identified professions in TV (2013)			
Professions	Men	Women	Total
Sports	1.171	11	1.182
Intermediary professions	112	186	298
Nursery school students	11	27	38
Elementary school students	216	187	403
Secondary school students	126	99	225
Higher education students	62	49	111
Unemployed people/job-seekers	6	7	13
Social beneficiaries	1	1	2
SPC+	319	502	821
Low qualified professions	49	7	56
Army		2	2
Total	2.073	1.078	3.151

Cette présence plus importante de présentatrices/animatrices a directement des conséquences sur la répartition du temps de présence et de parole (voir tableau 3) entre hommes et femmes (indicateur non mesuré dans les trois baromètres de l'égalité et de la diversité). On constate en effet que tant le temps de parole absolu que le temps de présence absolu est plus important pour les femmes que pour les hommes. En excluant non seulement le temps de parole des journalistes, mais aussi en neutralisant les programmes de sports massivement masculins et les programmes nocturnes de call-TV illustrés par des photos de femmes, tant le temps de parole que le temps de présence ne présentent pas de grandes disparités en fonction de l'âge et sont somme toute, égalitaires entre jeunes hommes et jeunes femmes (voir tableau 4).

T3 : Young men/women distribution of time of speech and appearances in TV (2013)						
	Speech (in seconds)			Presence (in seconds)		
	Men	Women	Total	Men	Women	Total

3-12	2379	2144	4523	2279	1774	4053
13-18	1983	2704	4687	1996	1891	3887
19-25	20882	31022	51904	10648	23812	34460
26-30	30207	38848	69055	9323	19794	29117
Total	55451	74718	130169	24246	47271	71517

T4 : Young men/women distribution of time of speech and appearances in TV without journalists, sportsmen and Call-TV appearances (2013)						
	Speech (in seconds)			Presence (in seconds)		
	Men	Women	Total	Men	Women	Total
3-12	1899	1871	3770	2133	1710	3843
13-18	1606	2475	4081	1647	1762	3409
19-25	11513	9220	20733	5496	6164	11660
26-30	10504	11849	22353	3638	2514	6152
Total	25522	25415	50937	12914	12150	25064

Deux autres critères d'analyse permettent d'esquisser des hypothèses explicatives de l'égalité d'apparition des jeunes et des jeunes femmes dans l'échantillon : les contextes d'apparitions et les rôles endossés⁵. Les contextes d'apparitions décrivent le cadre entourant l'apparition des jeunes intervenants : studio TV, rue ou quartier, terrain sportif, école, association ou maison de jeunes, maison et entreprise ou institution. En analysant la distribution par sexe des contextes d'apparition (voir tableau 5), on constate que globalement, les jeunes hommes et les jeunes femmes apparaissent de manière plus ou moins égalitaire dans chacun des contextes sauf pour deux : le terrain sportif et l'entreprise ou l'institution. Si le premier contexte peut se comprendre par la représentation masculine dominante de tout ce qui est lié au sport, y compris donc l'apparition en contexte sportif, indépendamment des programmes qui lui sont dédiés, le second, même s'il ne représente que peu d'intervenants au vu de l'échantillon total, fournit un indice intéressant : sur les 101 intervenants identifiés en contexte institutionnel ou d'entreprise, un tiers seulement était des femmes. Cette donnée très relative peut être mise en perspective avec les rôles sociaux identifiés des jeunes apparaissant à l'écran. Sur les 6.628 intervenants dont le rôle social pouvait être décrit (en ce compris le fait de ne pas en avoir), 690 ont été identifiés comme jeunes travailleurs. Et parmi ceux-ci, seul un peu plus d'un tiers (247) étaient des femmes. Cette disparité, qui n'est pas sans rappeler d'autres identifiées dans l'analyse développée plus avant de l'inégalité selon le sexe et l'âge dans les trois baromètres de l'égalité et de la diversité, est d'autant plus interpellante que les autres rôles sociaux identifiés ne présentent pas de grandes disparités.

T5 : Men/women context of appearance distribution (2013)			
Context	Men	Women	Total
TV	170	195	365

⁵ Les facteurs de surreprésentation de l'un ou l'autre sexe ont été systématiquement neutralisés (programmes sportifs, call TV, journalistes).

Street/neighborhood	711	676	1387
Sport areas	444	177	621
School/class	207	229	436
Association/youth club		3	3
Home	87	120	207
Institution/company	66	35	101
Other	656	786	1442
Not identifiable	1037	1029	2066
Total	3378	3250	6628

T6 : Men/women social role distribution (2013)			
Social role	Men	Women	Total
Student	355	342	697
Street youth	81	60	141
Youth club member	5	2	7
Young worker	443	247	690
Youth movement member	10	8	18
Association member	18	14	32
Political party member	15	18	33
Field Activist	20	12	32
User/consumer	96	121	217
Artist	287	216	503
Other	43	28	71
No social role	2005	2181	4186
Total	3378	3249	6627

Ce constat, couplé à ceux posés tant pour l'échantillon global que pour l'échantillon consacré aux jeunes, permet d'avancer une réponse partielle aux hypothèses posées plus haut : l'inégalité de représentation à la télévision entre les hommes et les femmes est d'autant plus probable que les contextes d'apparition induisent une forte différenciation sociale, comme le milieu du travail par exemple. *A contrario*, l'égalité de représentation à la télévision entre les hommes et les femmes est d'autant plus probable que les contextes d'apparition induisent une faible différenciation sociale, comme le milieu scolaire. En termes d'accès et de représentation des individus, il se peut que ce soit en définitive la question du statut social que les médias donnent – ou recherche – à ces individus, et dont ils sont médiatiquement et momentanément porteurs, qui peut déterminer qu'une discrimination s'observe plus ou moins à l'écran. Ainsi, il est possible que les résultats de quasi-égalité entre hommes et femmes observés chez les jeunes procèdent d'une réduction à leur appartenance à leur génération et qu'ils soient considérés individuellement de manière indifférenciée en dépit de la pluralité de leurs identités sociales et de genres. Ceci suggère donc qu'avec l'âge, les médias ont tendance à opérer une discrimination plus individuée, moins liée à l'appartenance à la génération des 35-49 ans ou des 50-64 ans, mais davantage liée, d'une part à l'occupation sociale et au prestige qui lui est assigné, et d'autres part aux systèmes normatifs structurant la représentation des hommes et des femmes de ces générations (celles et ceux qui appartiennent et appartiendront aux tranches

d'âges 35-49 ans et 50-64 ans) ou de ces cohortes (celles et ceux qui ont aujourd'hui entre 35 et 49 ans ou entre 50 et 64 ans).

Une étude menée dans les années 80 (Gerbner and al., 1980 : 40) portant les fictions en *prime time* et le week-ends des principales chaînes américaines a montré une concentration des personnages féminins ayant entre 25 et 34 ans, tandis que les personnages masculins sont plus concentrés entre 35 et 44 ans, le nombre de personnages féminins étant, passé 35 ans, systématiquement inférieur au nombre de personnages masculins. Par ailleurs, cette même étude a analysé l'écart existant entre l'âge chronologique et l'âge social – relatif aux différentes étapes du cycle d'une vie. Systématiquement et pour tous les âges chronologiques, un âge social plus élevé est attribué plus souvent aux femmes qu'aux hommes (jeune adulte pour les 13-18 ans, adulte accompli pour les 19-29 ans, personne plus âgée pour les 55-64 ans et les plus de 65 ans). La télévision dépeindrait presque toujours des femmes plus jeunes que les hommes et qui vieillissent plus rapidement qu'eux. Cette donnée n'est pas sans conséquence sur l'image de la femme véhiculée dans les médias, notamment sur la dévalorisation de l'importance et du prestige des activités des femmes plus âgées. Même si cette étude a porté sur des personnages de fiction, qui représentent très peu d'intervenants dans les échantillons analysés ici, les résultats présentés ci-dessus ont montré des tendances similaires : un peu plus de la moitié (51,05%) des femmes apparaissant à l'écran en 2013 ont entre 19 et 34 ans (alors qu'un peu moins de la moitié – 45,52% – des hommes ont entre 35 et 64 ans) et leur proportion par rapport aux hommes décroît fortement à partir des 35-49 ans. Quant à la question de la dévalorisation systématique de l'importance et du prestige des activités des femmes plus âgées, les résultats ont montré également qu'à partir de 35 ans, les hommes occupant des postes plus prestigieux, et donc des rôles plus prestigieux, sont systématiquement mieux représentés dans la distribution par tranche d'âge des CSP+ pour chacun des sexes, et encore plus si l'on se base sur le nombre d'apparition en chiffres absolus.

Plus de trente ans séparent les constats posés par l'étude de Gerbner et ceux décrits dans cette étude et poussent à croire que peu de choses ont changé entre 1980 et 2013 concernant la représentation des hommes et des femmes avec l'âge. Pourtant, les résultats du baromètre sur la représentation de la jeunesse à l'écran laissent place à un peu plus d'optimisme et pourraient être l'indice d'un changement qui s'opère. En effet, si l'on se place du point de vue des dynamiques générationnelles, il se peut que les cohortes ayant entre 3 et 30 ans aujourd'hui soient porteuses d'une dynamique plus égalitaire qui se reflète à travers les médias, alors que les cohortes plus âgées en étaient moins porteuses. Plusieurs éléments permettent d'aller dans ce sens. Premièrement, des disparités réelles existent selon l'âge et le sexe dans le diplôme obtenu. Ainsi, pour ne se limiter qu'à ce cas, les femmes de 20 à 34 ans sont systématiquement plus nombreuses que les hommes à avoir été diplômées de l'enseignement universitaire, alors qu'à partir de 35 ans, ce sont les hommes qui sont systématiquement plus nombreux que les femmes à avoir obtenu un tel diplôme (Statistics Belgium, 2012). Considérant le fait que les échantillons analysés ont toujours démontré la surreprésentation des CSP+ à télévision, les différences d'accès, selon le genre, à des diplômes prestigieux pourraient donner une réponse partielle aux inégalités de représentations des hommes et femmes des cohortes plus âgées, à tout le moins certainement en ce qui concerne la représentation à l'écran des CSP+. Il s'agirait donc moins d'un effacement personnel des femmes plus âgées que l'absence de femmes occupant des postes prestigieux qui pourrait expliquer leur représentation encore moins importante que chez les cohortes plus jeunes, à partir du moment où les médias mettent en avant principalement des CSP+. À l'inverse, les statistiques sur le niveau d'éducation des hommes et des femmes pourraient également donner une réponse partielle aux quasi-égalités de représentation chez les plus jeunes. Deuxièmement, il est important de considérer des phénomènes structurels comme le taux d'activité des femmes plus bas que les hommes et plus fortement pour les tranches d'âges de 50-54 ans et 55-64 ans (Centre pour l'égalité des chances et la lutte contre le racisme, 2012). Bien qu'ils témoignent de phénomènes récurrents et

spécifiques aux femmes, comme la discrimination dans l'accès à l'emploi ou le renoncement à la carrière pour des raisons familiales, ils seraient alors indépendants des médias eux-mêmes qui ne feraient que refléter des situations inégalitaires propres à la société elle-même. Troisièmement, l'accès grandissant des femmes à la profession de journaliste, bien qu'elles soient toujours sous-représentées en Belgique et que l'évolution soit très lente, est une tendance confirmée (Simonis, 2013 : p. 13) et peut potentiellement modifier des pratiques journalistiques vers plus d'égalité de traitement des femmes et des hommes dans les médias, ce qui reste toutefois à démontrer (GMMP, 2010).

La question centrale qui se pose est : les changements observés dans la représentation des jeunes à l'écran sont-ils susceptibles de perdurer au fur et à mesure, « *au fil de l'eau* », que ces cohortes vieillissent ? Une étude analysant les dynamiques générationnelles a montré que le dépassement du niveau d'éducation des femmes sur celui des hommes ne conduit pas à une parité plus importante en termes de niveau socio-professionnel et de statut social, loin de là. Cela suggère qu'il n'y a pas de relation mécanique entre, d'une part, l'apparition de nouvelles générations socialisées dans un contexte plus récent permettant supposément d'apporter des nouveautés et d'induire la généralisation des progrès dont elles sont porteuses, et d'autre part, un changement social profond vers plus d'égalité entre hommes et femmes (Chauvel, 2004 : 77). Dans le même ordre d'idée, on ne pourrait prétendre à une dynamique générationnelle dans les médias qu'à la condition de disposer dans la durée, lorsque ces jeunes générations auront au-delà de 35 ans, de données susceptibles d'attester ou non du changement et d'en mesurer le degré d'intensité. La difficulté de mesurer ce type de changement dans la représentation des hommes et des femmes dans les médias réside dans le fait qu'un changement opéré dans la société peut être reflété dans les médias, mais qu'il est également tributaire des pratiques des médias eux-mêmes. À cet égard, les hypothèses suggérant que les pratiques plus égalitaires sont dues aux contextes d'apparition ou à l'appartenance à la jeune génération mériteraient d'être approfondies par des enquêtes qualitatives, appliquées à plusieurs médias, permettant éventuellement de comprendre pourquoi, par exemple, lorsqu'un journaliste doit couvrir un sujet relatif à la jeunesse, il a tendance à refléter plus d'égalité entre hommes et femmes que pour les plus âgés. Ce type d'enquête serait susceptible de comprendre les réalités, voire les difficultés, qui amènent les médias à freiner l'apparition paritaire de femmes à la télévision, soit comme sources d'informations, soit comme actrices de la société. La multiplication d'études quantitatives sur la représentation de la diversité et de l'égalité a permis non seulement d'objectiver une situation mais aussi et surtout de mettre à l'agenda des médias les déséquilibres qui existent. La prise de conscience de ces déséquilibres est certes une étape indispensable à l'impulsion de dynamique positive au regard de l'égalité hommes-femmes, l'étape suivante est d'identifier les mécanismes qui, chez les médias, détermine que plus ou moins d'égalité entre hommes et femmes est représentée, et de systématiser les bonnes pratiques et de modifier les mauvaises. C'est à cette condition que l'optimisme que suscitent les résultats sur la représentation des sexes chez les jeunes peut éventuellement devenir une réalité, et installer dans les remplacements de générations apparaissant à la télévision, une plus grande égalité entre hommes et femmes.

Bibliographie

Livres

Janssen, M. (Ed.). (2012), *Baromètre de la diversité et de l'égalité dans les médias de Fédération Wallonie-Bruxelles*. Bruxelles, Conseil supérieur de l'audiovisuel, Collection « Etudes et Recherches ».

Janssen, M. (Ed.). (2012), *Baromètre de la diversité et de l'égalité dans les médias de Fédération Wallonie-Bruxelles*. Bruxelles, Conseil supérieur de l'audiovisuel, Collection « Etudes et Recherches ».

Simonis, M. (Ed.). (2013), *La diversité au sein de la profession de journaliste*. Bruxelles, Association des journalistes professionnels.

Simonis, M. (Ed.). (2010), *Quel genre d'infos ? Rapport final GMMP 2010. Communauté française de Belgique*. Bruxelles, Association des journalistes professionnels.

Vosters, D. (Ed.). (2013), *Baromètre de la diversité et de l'égalité dans les médias de Fédération Wallonie-Bruxelles*. Bruxelles, Conseil supérieur de l'audiovisuel, Collection « Etudes et Recherches ».

(2012), *Baromètre de la Diversité > Emploi*. Bruxelles, Centre pour l'égalité des chances et la lutte contre le racisme.

Revue

Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N. and Morgan, M. (1980), "Aging with Television: Images on Television Drama and Conceptions of Social Reality". *Journal of Communication*, 30: 37-47.

Revue en ligne

Chauvel, L. (2004), "Vers l'égalité de genre : les tendances générationnelles sont-elles irréversibles ? ", *Revue de l'OFCE* 3/ 2004 (n° 90), p. 69-84.
URL : www.cairn.info/revue-de-l-ofce-2004-3-page-69.htm, viewed 07/03/2014

Signorielli, N. (2004), "Aging on Television: Messages Relating to Gender, Race, and Occupation in Prime Time", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48:2, 279-301, DOI : [10.1207/s15506878jobem4802_7](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4802_7), viewed 07/03/2014

Références en ligne

"Population par sexe et groupe d'âges pour la Belgique, 2003-2013", Statistics Belgium.
URL: <http://statbel.fgov.be/fr/statistiques/chiffres/population/structure/agesexe/popbel/>, viewed 06/03/2014

"Structure de la population selon l'âge et le sexe : pyramide des âges", Statistics Belgium.
URL : <http://statbel.fgov.be/fr/statistiques/chiffres/population/structure/agesexe/pyramide/> , viewed 06/03/2014

"Enquête sur les forces de travail 2011-2012", Statistics Belgium. URL : http://statbel.fgov.be/fr/modules/publications/statistiques/marche_du_travail_et_conditions_de_vie/enquete_sur_les_forces_de_travail_2011-2012.jsp ,viewed 04/03/2014

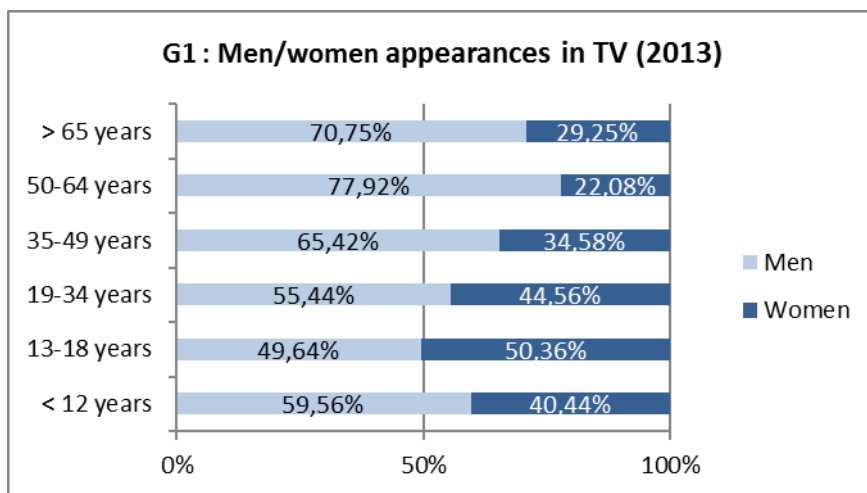
How gender representations matter with generation in television?

Abstract: This paper focuses on gender representations disparities observed in media by surveys lead in the French speaking part of Belgium. It investigates how men and women representations evolve when dealing with age. Interesting results have occurred: with young people, there's a clear trend towards more equality in terms of gender representations while with elder people, women suffer from greater and greater inequalities when they grow older. This paper attempts to identify factors explaining how gender representations matters with generation in television by using quantitative and qualitative indicators.

Keywords: television, appearances, gender representations, age, generation, societal changes, media practices.

In 2011, 2012 and 2013, The *Conseil supérieur de l'audiovisuel*⁶ of the French speaking community of Belgium carried out three surveys (CSA, 2011 ; CSA,2012 ; CSA,2013) concerning diversity and equality for 26 French speaking Belgian broadcasters⁷ contents. They were based on a sample of one week's programs monitored under five diversity axes: sex, age, profession, origin and disability. Each person considered as intervening was indexed under such criteria identifiable on television and giving indications on the type of intervening, the type of intervention and the context of appearance. These three quantitative surveys with qualitative aspects have made it possible to determine trends seen in French speaking Belgian broadcasters' practices regarding diversity and equality.

Focusing on both sex and age criteria, two main trends from the three surveys are obvious for all the media analyzed: women and old people are under-represented on screen in comparison to their respective proportion in society. So, in 2013, the proportion of women appearing on screen reaches only 36,88% (31,47% in 2011 and 33,5% in 2012) while they represented 50,92% of the Belgian society (Statistics Belgium, 2013). The proportion of senior citizens of over 65 years old reaches only 3,74% (2,68% in 2011 and 3,65% in 2012) of interventions while this category represented 17,65% of the Belgian society the same year. This under-representation of old people has to be read with the over-representation of younger categories. Always in 2013, people from 19 to 34 years represented 43,73% of all appearances (37,13% in 2011 and 30,46% in 2012), while they are 20,15% of the Belgian population in 2010 (Statistics Belgium, 2010). These gaps between representations in TV and representations within society decrease for the 35-49 years and 50-64 years brackets but confirm one phenomenon: the gradual withdrawal, age-wise, of people appearing on TV.



If we combine both sex and age criteria, we observe in the three surveys that the proportion of women appearing on screen decreases gradually from the 13-18 years bracket where the proportion is the most important to reach its lowest rate for people between 50 and 64 years old (see graph 1). Moreover, focusing on people of whom age and sex have been identified, a double phenomenon can be observed: not only women are under-represented in comparison to men, but they are under-represented especially as they are aging (see table 1). So, in regards of

⁶ The *Conseil supérieur de l'audiovisuel* of Fédération Wallonie-Bruxelles is an independent administrative authority in charge of broadcasting regulation within the French speaking community of Belgium : <http://www.csa.be/>

⁷ In 2013, it represents 12 local public service channels and 14 "national" channels: 3 general public service channels, 5 general private channels and 6 "thematic" private channels (cinema, sports, leisure, people, economy). Always in 2013, the sample represents more than 430 hours of programs and 63.568 people indexed.

people aged between 19 and 34 years old, women represent 19,6% of interventions, meaning more than half of all interventions on TV in 2013, and almost twice more than what they represent in society. Concerning the 35-49 age bracket and the others following, the proportion of women intervening on TV keeps on going down below their real proportion in Belgium. There is only 1,08% of all appearances of people of 65 years and more, which represents barely a ninth of this bracket's real proportion in Belgium. Concerning the opposite gender, similarly to women of the same age group, men aged between 19 and 34 are over-represented. Unlike women, this over-representation of men remains in the 35 to 49 age bracket and they are represented more or less proportionally as their percentage in population in the 50 to 64 age bracket. They are besides much better represented for the 65 years and more, despite their lesser proportion in society in comparison to women (ratio of 1 : 2,77 for men while 1 : 9,19 for women).

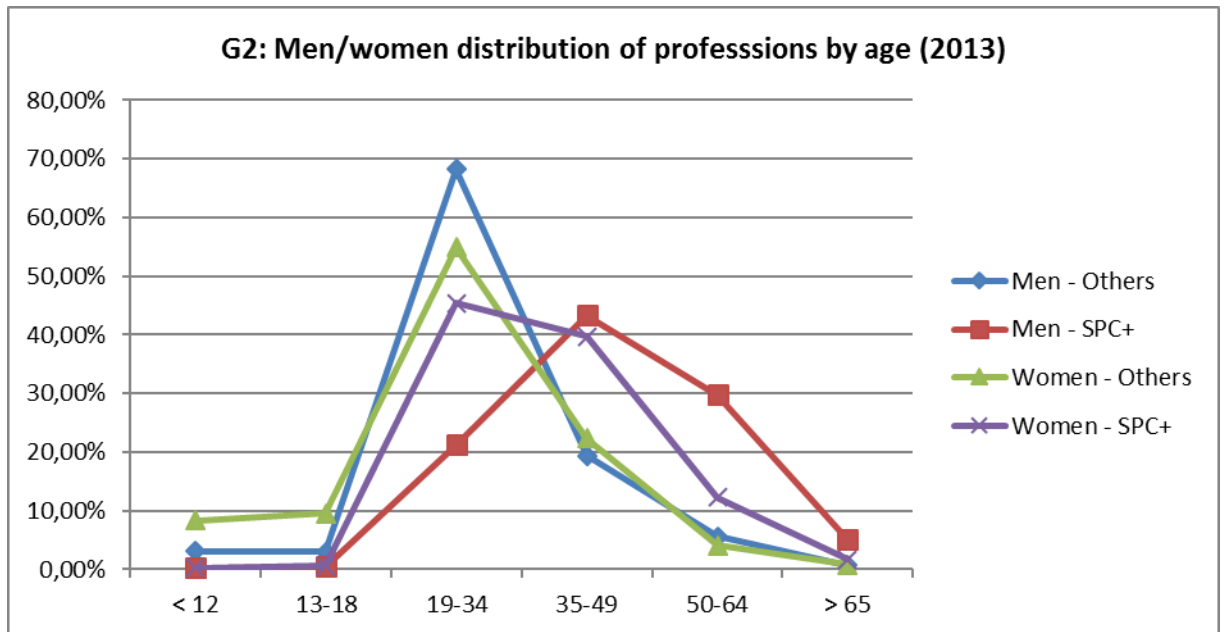
T1 : Men/women distribution by age in TV appearances and in Belgium						
	Baromètre 2013			Belgium 2010		
Age	M	W	Total	M	W	Total
< 12 years	4,06%	2,75%	6,81%	7,49%	7,16%	14,65%
13-18 years	2,51%	2,54%	5,05%	3,59%	3,43%	7,02%
19-34 years	24,39%	19,60%	43,99%	10,11%	10,04%	20,15%
35-49 years	18,27%	9,65%	27,92%	11,00%	10,75%	21,75%
50-64 years	9,77%	2,77%	12,54%	9,58%	9,69%	19,27%
> 65 years	2,61%	1,08%	3,69%	7,23%	9,93%	17,16%
Total	61,60%	38,40%	100,00%	49,00%	51,00%	100,00%

Women suffer therefore a double discrimination because of gender and age. Two indicators analyzed in the surveys, coupled with age criteria, can explain this double phenomenon: professions identifiable on television and endorsed role by each of intervening people.

The three surveys carried out in 2011, 2012 and 2013 revealed the stronghold of upper socio-professional categories – SPC+ (managers, intellectual, artistic and scientific professions) – figuring as intervening people whose profession was identifiable on television. Indeed, in 2013, these categories represented 52,96% of identifiable occupations (46,99% in 2012 and 46,32% in 2011). These results have to take into account the fact that there are a lot of journalists intervening on TV, but it doesn't modify however this dominating representation: by isolating journalists, we reach 43,34% of intervening people whose identifiable occupations belong to SPC+ (37,3% in 2012 and 34,94% en 2011). For men just like for women, SPC+ stays the most represented category in the three surveys, but it must be taken into account that some variations for the other categories are not insignificant. By isolating the journalists and other bias in the sample⁸, the second most represented category is systematically inactive people for women and professional sportsperson for men. The proportion of unemployment for women can be explained by the number of female students similar to the number of male students on television, but these female students represent in proportion a much more important share, because of the relative number of female identified occupations in comparison to male identified occupations (on average three male occupations are identified for one female occupation). The second place of professional sportsmen can be explained by the fact that sports programs are mainly focused on sportsmen than on sportswomen. Apart from these two variations, the distribution of socio-professional categories represented in television is the same for men as it is for women, by order and proportion, globally constant for the three surveys.

⁸ The 2013 sample has seen the number of « lifestyles » shows increases, where women are predominantly represented. The coding of lonely hearts ads TV where only women appears have also increase their proportion in the sample.

SPC+ are the most represented for men and women, they are also the ones that are most subject to variations of sex and identified ages (see graph 2). Women with prestigious occupations are more concentrated between 19 and 34 years whereas men appearing in the same type of occupations appear more often between 35 and 49 years. This trend of gradual slide of women occupying prestigious jobs with age becomes twice more important if we consider another trend which is complementary to the former: the role endorsed. Among all identified prestigious roles endorsed by women in the sample of 2013, 88,42% belong to SPC+ where it reaches 81,12% for men. Consequently, the possibility to play a prestigious role is clearly determined by the social occupation, and this condition is stronger for women. And this possibility fades also with age.



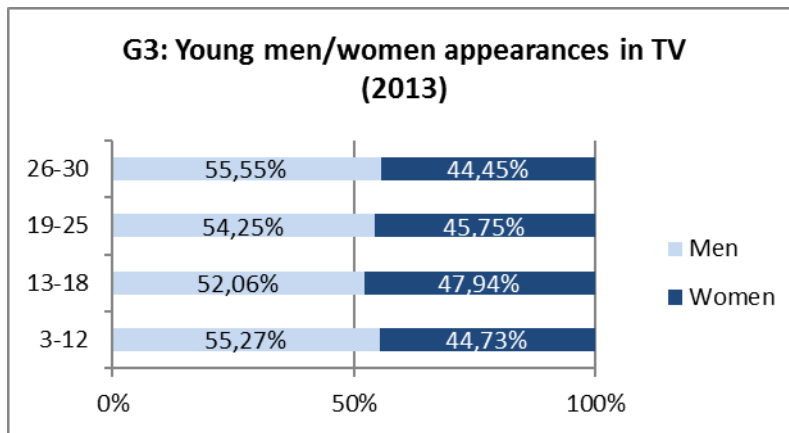
To summarize, these observations show two main trends:

1. Inequality between men and women in their representation on TV is a phenomenon that intensifies with age: the older a woman is, the less likely she will appear on television compared to a man of the same age.
2. Television highlights mainly prestigious occupations. Women with prestigious occupations are less numerous on television and are more so with age. This has a direct influence on the prestige of the role endorsed in TV.

This double discrimination of aging women can be explained by the following hypotheses:

1. The gradual disappearance of aging women on TV is due to an endogenous normative phenomenon related to the cohort to whom they belong: the (non) public emphasis of their own image in the media.
2. The gradual disappearance of aging women on TV is due to a structural phenomenon related to the cohorts to whom they belong: a disparity in access and occupation of certain jobs, especially the prestigious ones.
3. The gradual disappearance of aging women on TV is due to a structuring phenomenon of the media itself: the emphasis given to highlight younger women or to ignore elder women.

Before discussing the elements allowing to confirm or reject the hypothesis previously suggested, it is useful to compare these observations to other ones made on the same basis and applied specifically to the representation of younger people on TV. Indeed, a survey (CSA, 2013) on the image and the representation of children and young people realized in 2013 on a different sample⁹ puts into perspective the first observations seen in the three surveys of 2011, 2012 and 2013. The inequality of representations of men and women for all the ages is much more tempered for the intervening people from 3 to 35 years, with a near equality for the entire sample: 49,91% of women for 51,09% of men. However, it is necessary to take into account programs that over-represent one sex or the other. So, by isolating on one side football programs where men are predominantly represented, and on the other, lonely hearts call-TV programs where women are predominantly represented, this near equality has to be tempered in the distribution of gender equality by ages (see graph 3).



Nevertheless, this last observation must not diminish the first one: the study of representation on TV of young people demonstrates a stronger rate of equality than the studies on representations on TV of the Belgian population taken in all. The three surveys mentioned above had already highlighted the fact that women were better represented in the 13-18 age bracket and to a lesser extent in the 19-34 one. These basic observations suggest three main hypotheses:

1. Structural phenomena in society can explain the fact that young people from cohorts between 3 to 35 years today are better represented on TV in terms of gender equality;
2. Structuring phenomena in the media can explain the fact that young people from cohorts between 3 to 35 years today are better represented on TV in terms of gender equality;
3. Egalitarian practices with young people in terms of gender equality are due to the fact that they are young people, in relation with the nature of the generation showed on television, and not in relation with the cohorts.

The analysis of few factors contributing to this relative equality of representation of young men and young women allows to understand the nature of the phenomenon. The identified occupations for each sex reveals a more or less equal distribution between men and women, with few variations: the over-representation (massive, saying) of sportsmen, the important presence of women in intermediary occupations due to "lifestyles" programs, the important number of female journalists/anchorwomen explaining the larger presence of women in SPC+.

⁹ Sample of 11.356 intervening people.

T2 : Young men/women distribution of identified professions in TV (2013)			
Professions	Men	Women	Total
Sports	1171	11	1182
Intermediary professions	112	186	298
Nursery school students	11	27	38
Elementary school students	216	187	403
Secondary school students	126	99	225
Higher education students	62	49	111
Unemployed people/job-seekers	6	7	13
Social beneficiaries	1	1	2
SPC+	319	502	821
Low qualified professions	49	7	56
Army		2	2
Total	2073	1078	3151

This larger presence of female journalists/anchorwomen has direct consequences on the presence time and speech time repartition (see table 3) between men and women (this indicator was not estimated in the three first surveys). For the time of speech as for the time of presence taken in absolute, we can indeed observe that they are longer for women than for men. Isolating not only the speech time of journalists, but also neutralizing sports programs massively male and night-time lonely hearts call TV programs where only pictures of women related to the ads appear, no big disparities of ages can be seen for the presence time and the speech time between men and women. In fact, they are more or less perfectly equal under this criteria (see table 4).

T3 : Young men/women distribution of time of speech and appearances in TV (2013)						
	Speech (in seconds)			Presence (in seconds)		
	Men	Women	Total	Men	Women	Total
3-12	2379	2144	4523	2279	1774	4053
13-18	1983	2704	4687	1996	1891	3887
19-25	20882	31022	51904	10648	23812	34460
26-30	30207	38848	69055	9323	19794	29117
Total	55451	74718	130169	24246	47271	71517

T4 : Young men/women distribution of time of speech and appearances in TV without journalists, sportsmen and Call-TV appearances (2013)						
	Speech (in seconds)			Presence (in seconds)		
	Men	Women	Total	Men	Women	Total
3-12	1899	1871	3770	2133	1710	3843
13-18	1606	2475	4081	1647	1762	3409
19-25	11513	9220	20733	5496	6164	11660
26-30	10504	11849	22353	3638	2514	6152
Total	25522	25415	50937	12914	12150	25064

Two other criteria can help explaining trends of the equality of appearances of young men and young women in the sample: appearance contexts and endorsed roles¹⁰. Appearance contexts describe the surroundings of each intervening young person: TV studios, streets or neighborhoods, sports areas, schools or classes, associations or youth clubs, homes and institutions or companies. By analyzing the distribution by gender of appearance contexts (see table 5), we observe that, globally, young men and young women appear in a more or less egalitarian manner in all mentioned contexts except in sports spaces and institutions/companies. Inequalities in contexts appearance can be understood by the male dominant representation of all in relation sports, including sports spaces contexts of appearances, and independently to the sports dedicated programs. Inequalities in appearances in institutional or company contexts give an interesting indication, even if it represents a little of the total sample: on the 101 people identified in institutional or company contexts, only a third were women. This very relative result can be put into perspective with the social roles identified to young people appearing on TV. On the 6628 young people whose social role could be described (including having none), 690 have been identified as young workers (see table 6). And among these young workers, just a little bit more than a third (247) were women. This disparity helps moreover to remind the observation of the other identified social roles which are more or less equally distributed.

T5 : Men/women context of appearance distribution (2013)			
Context	Men	Women	Total
TV	170	195	365
Street/neighborhood	711	676	1387
Sport areas	444	177	621
School/class	207	229	436
Association/youth club		3	3
Home	87	120	207
Institution/company	66	35	101
Other	656	786	1442
Not identifiable	1037	1029	2066
Total	3378	3250	6628

T6 : Men/women social role distribution (2013)			
Social role	Men	Women	Total
Student	355	342	697
Street youth	81	60	141
Youth club member	5	2	7
Young worker	443	247	690
Youth movement member	10	8	18
Association member	18	14	32

¹⁰ Factors of over-representations of one sex or another (sports programs, call-TV programs, journalists) have been systematically neutralized.

Political party member	15	18	33
Field Activist	20	12	32
User/consumer	96	121	217
Artist	287	216	503
Other	43	28	71
No social role	2005	2181	4186
Total	3378	3249	6627

This observation, coupled with those established for the global sample as for the sample focusing on young people, makes it possible to attempt a partial explanation to the hypotheses proposed above: inequality between men and women in representation on TV is more likely to occur when appearance contexts lead to a strong social differentiation, like the professional world for example. Conversely, equality between men and women in representation on TV is more likely to occur when appearance contexts lead to a weak social differentiation, like the school environment. In terms of access and representation of individuals, it could be an issue of social status that determines that discriminations occurs or not on television, a social status given – or aimed – by media and that individuals mediatize momentarily. In this sense, it becomes possible that near egalitarian results for gender observed in the sample focused on young people proceeds from a reduction to the fact that they belong to a generation in which they are individually considered indifferent, despite the plurality of their social and gender identities¹¹. This suggests that, with age, media tends to operate discriminations much more by individuation. These discriminations would be less related to the fact that people from 35 to 49 or people from 50 to 64 belong to their respective generations. It would be more related to social occupation and prestige which comes with it on one side, and to normative systems structuring the representation of men and women of these generations (those who have and will have from 35 to 49 or from 50 to 64) or cohorts (those who have only today from 35 to 49 or from 50 to 64).

A study lead in the 1980's on prime-time and week-end daytime network television dramatic programming has showed that women are most concentrated in the 25 to 34 age bracket, while men are most concentrated in the 35 to 44 bracket (Gerbner and al., 1980: 40). Moreover, the same study analyzed the gap between chronological age and social age – life cycle stages. Systematically and for all chronological ages, a higher social age is attributed more often to women than to men (young adults for 13-18, settled adults for 19-29, older person for 55-64 and 65 and more). So, television seems to depict always younger women than men. And they age faster than men. This observation has strong consequences on the image of women showed in the media, particularly on depreciation of importance and prestige of older women activities (Signorielli, 2004: 296). Although this study was focusing on characters of dramatic programming, which represent only a few of the samples analyzed here, the results of the study quoted above gives similar trends: a little bit more than half (51,05%) of women appearing on screen in 2013 are between 19 and 34 (while a little bit less – 45,52% - of men are between 35 and 64) and their proportion compared to men decreases most strongly in the 34 to 49 age bracket. As for the issue of systematic depreciation of importance and prestige of older women activities, the results have also shown that from the age of 35, men occupying prestigious jobs – meaning also a prestigious role – are systematically better represented in the SPC+ distribution by age brackets for each gender, and are even more if we take as basis the number of appearances in absolute.

¹¹ The fact that two thirds of the 6627 young people coded have “no social role” is evocating here, but we need other taxonomy to better understand qualitatively these appearances.

More than thirty years have passed between the observations made by Gerbner's study and those described in this paper. They tend to suggest that little things have changed between 1980 and 2013 in regards of gender representations evolution on TV with age. However, results given by the sample focusing on young intervening people on screen give ways to optimism and could be indications of something changing. Indeed, if we change our point of view and see things in terms of generational dynamics, it is possible that cohorts between 3 to 30 years today are better supporting egalitarian dynamics reflected in the media, while older cohorts were less supporting. Several indicators can give support to this affirmation. First, real disparities exist in the education level and the degree achieved. Focusing only on university diploma awarded, women between 20 to 34 years are systematically more numerous than men, while 35 passed, men are systematically more numerous to be awarded that kind of diploma (Statistics Belgium, 2012). Knowing that the samples analyzed here have always showed over-representation of SPC+ on TV, differences regarding gender access to high level degree can give a partial answer to inequalities of representations of men and women from older cohorts, certainly at least in SPC+ representation on screen. Finally, it could be a less personal neglect of older women than the absence of women occupying prestigious jobs that could explain their much less important representation than in the younger cohorts, since we know that the media mainly highlights SPC+. Conversely, statistics on men and women degree levels could also give a partial answer to the near equalities of representations regarding young people. Secondly, it is important to consider structural phenomenon like activity rates which are lower for women than for men and stronger for 50-54 and 55-64 age brackets (Centre pour l'égalité des chances et la lutte contre le racismisme, 2012). Although they are proof of recurrent phenomenon specific to women like employment access discriminations or career renouncement for family reasons, they would be independent from the media themselves that would only reflect non egalitarian situations particular to society itself. Thirdly, the growing access of women to journalistic professions, even though still under-represented and that the evolution is very slow in Belgium, is a confirmed trend (Simonis, 2013: p13) that can potentially modify media practices towards more equality of men and women treatment on TV, but this has to be demonstrated, however (GMMP, 2010).

The central question is the following : are these changes observed in young people representations likely to last as these cohorts, in real-time, grow older? A study focused on generational dynamics has showed that the overtaking of women's degree level on men's degree level doesn't lead to gender equality in terms of socio-professional level and social status, we are far from it (Chauvel, 2004: 77). It suggests that the arrival of new generations socialized in recent contexts that give support to innovation and lead to a generalization of all the progresses is not mechanical. Similarly, we could claim for a generational dynamic in the media only if we can have, over time and when these generations will have more than 35 years, data allowing to attest or contest these changes and to estimate their level of intensity. It is hard to estimate these kinds of changes in representation of men and women in the media because changes in society can be reflected in the media but are also dependent on media practices themselves. In this regard, hypotheses suggesting that more egalitarian practices are due to appearance contexts or belonging to younger generations should merit deeper attention by qualitative surveys, applied to several media. This could allow to understand why, for example, a journalists tends to reflect more equality in terms of gender representations when covering youth subjects. These kinds of surveys would be likely to understand the realities, or even the difficulties, that restrain media to show a more equal representation of women in television, as information provider and as a member of society. The proliferation of quantitative surveys on diversity and equality representations on TV have already made possible to objectivize the situation but most of all to put at the media's agenda all the existing disequilibrium. The understanding of this unsteadiness is already a fundamental step for positive impulsion towards more gender equality; the next step is to identify all the mechanisms that can more or less equality be seen in the media, and to systematize the good ones and to attempt to modify the

bad ones¹². It is within this condition that the optimism aroused by the results of gender representations in young intervening people on TV might become a reality and might establish a higher equality between men and women for the replacement of generations appearing on television.

¹² In the French speaking community of Belgium, this kind of good practices panorama has given some margin changes (CSA, 2013).

List of references

Books:

Janssen, M. (Ed.). (2012), *Baromètre de la diversité et de l'égalité dans les medias de Fédération Wallonie-Bruxelles*. Bruxelles, Conseil supérieur de l'audiovisuel, Collection « Etudes et Recherches ».

Janssen, M. (Ed.). (2012), *Baromètre de la diversité et de l'égalité dans les medias de Fédération Wallonie-Bruxelles*. Bruxelles, Conseil supérieur de l'audiovisuel, Collection « Etudes et Recherches ».

Simonis, M. (Ed.). (2013), *La diversité au sein de la profession de journaliste*. Bruxelles, Association des journalistes professionnels.

Simonis, M. (Ed.). (2010), *Quel genre d'infos ? Rapport final GMMP 2010. Communauté française de Belgique*. Bruxelles, Association des journalistes professionnels.

Vosters, D. (Ed.). (2013), *Baromètre de la diversité et de l'égalité dans les medias de Fédération Wallonie-Bruxelles*. Bruxelles, Conseil supérieur de l'audiovisuel, Collection « Etudes et Recherches ».

(2012), *Baromètre de la Diversité > Emploi*. Bruxelles, Centre pour l'égalité des chances et la lutte contre le racisme.

Journal:

Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N. and Morgan, M. (1980), "Aging with Television: Images on Television Drama and Conceptions of Social Reality". *Journal of Communication*, 30: 37–47.

Online journals

Chauvel, L. (2004), "Vers l'égalité de genre : les tendances générationnelles sont-elles irréversibles ? ", *Revue de l'OFCE* 3/ 2004 (n° 90), p. 69-84 .
URL : www.cairn.info/revue-de-l-ofce-2004-3-page-69.htm, viewed 07/03/2014

Signorielli, N. (2004), "Aging on Television: Messages Relating to Gender, Race, and Occupation in Prime Time", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48:2, 279-301,
DOI: [10.1207/s15506878jobem4802_7](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4802_7), viewed 07/03/2014

Online references

"Population par sexe et groupe d'âges pour la Belgique, 2003-2013", Statistics Belgium.
URL : <http://statbel.fgov.be/fr/statistiques/chiffres/population/structure/agesexe/popbel/> ,
viewed 06/03/2014

"Structure de la population selon l'âge et le sexe : pyramide des âges", Statistics Belgium.
URL : <http://statbel.fgov.be/fr/statistiques/chiffres/population/structure/agesexe/pyramide/> ,
viewed 06/03/2014

"Enquête sur les forces de travail 2011-2012", Statistics Belgium. URL : http://statbel.fgov.be/fr/modules/publications/statistiques/marche_du_travail_et_conditions_de_vie/enquete_sur_les_forces_de_travail_2011-2012.jsp ,viewed 04/03/2014