



HAL
open science

Que montre la télévision des professions et des professionnel(le)s ? Genre des métiers représentés et choix d'orientation des jeunes

Christine Bigeon, Odile Dosnon, Jean Guichard

► To cite this version:

Christine Bigeon, Odile Dosnon, Jean Guichard. Que montre la télévision des professions et des professionnel(le)s ? Genre des métiers représentés et choix d'orientation des jeunes. *L'Orientation scolaire et professionnelle*, 2010, Travail et genre dans les médias, 39 (3), pp.329-360. 10.4000/osp.2865 . hal-03234655

HAL Id: hal-03234655

<https://cnam.hal.science/hal-03234655v1>

Submitted on 25 May 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Que montre la télévision des professions et des professionnel(le)s ?

Genre des métiers représentés et choix d'orientation des jeunes

What does television show about occupations and professionals?

Christine Bigeon, Odile Dosnon et Jean Guichard



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/osp/2865>

DOI : [10.4000/osp.2865](https://doi.org/10.4000/osp.2865)

ISSN : 2104-3795

Éditeur

Institut national d'étude du travail et d'orientation professionnelle (INETOP)

Édition imprimée

Date de publication : 15 septembre 2010

ISSN : 0249-6739

Référence électronique

Christine Bigeon, Odile Dosnon et Jean Guichard, « Que montre la télévision des professions et des professionnel(le)s ? », *L'orientation scolaire et professionnelle* [En ligne], 39/3 | 2010, mis en ligne le 05 mai 2011, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/osp/2865> ; DOI : [10.4000/osp.2865](https://doi.org/10.4000/osp.2865)

Ce document a été généré automatiquement le 30 avril 2019.

© Tous droits réservés

Que montre la télévision des professions et des professionnel(le)s ?

Genre des métiers représentés et choix d'orientation des jeunes

What does television show about occupations and professionals?

Christine Bigeon, Odile Dosnon et Jean Guichard

Introduction¹

- De nombreux auteurs ont noté que des personnages de fiction, notamment ceux montrés à la télévision, jouaient un rôle notable dans la formation des intentions d'orientation des adolescents et adultes émergents. C'est le cas, par exemple, de Krumboltz (1979) qui, dans le cadre du modèle de l'apprentissage social, a souligné que les jeunes se formaient de nombreux stéréotypes sur les métiers et les professions en se fondant sur l'observation de modèles issus de fictions. Dans une perspective théorique bien différente, et en s'appuyant sur de nombreuses observations empiriques, Dumora (1990) a montré que l'un des processus jouant un rôle majeur dans la formation des projets d'orientation des jeunes était une «réflexion comparative» se fondant sur une identification à des personnages de l'entourage ou vus dans les médias. L'une des caractéristiques majeures de ce processus de réflexion comparative est qu'il est fortement «genré»: les adolescents, dans leur immense majorité, se voient en imagination devenir ces professionnels – c'est-à-dire ces hommes ou ces femmes qui exercent des emplois qui correspondent à ce que leur société attribue traditionnellement à leur propre sexe (Dumora, 1998); les grandes tendances des filles iront vers les professions des soins, de l'enseignement, ou vers les professions médiatiques jouant sur l'apparence; chez les garçons, on retrouvera l'axe «soin», mais couplé cette fois avec l'humanitaire, l'axe médiatique en lien avec le sport et l'enseignement associé à la recherche. Cette observation est consonante avec de nombreuses autres approches, notamment celle de Gottfredson (1981, citée par Guichard et Huteau, 2006). Elle souligne que les enfants ont conscience des rôles sociaux de sexe

dès cinq ou six ans, et que leur premier choix (il y en aura d'autres) se porte, entre six et huit ans, vers une profession leur semblant correspondre à leur propre sexe. Cette dimension sexuée persiste par la suite et constitue l'un des critères jouant un rôle majeur en matière de définition d'un choix d'orientation professionnelle.

- 2 La télévision est une importante pourvoyeuse de personnages qui peuvent soit servir de modèles dans ce processus comparatif, soit concourir à la formation de certaines représentations des formations et des professions. Mais que sait-on de son influence en matière d'orientation? Quels personnages de professionnels montre-t-elle aux différentes catégories de téléspectateurs? Comment les montre-t-elle? C'est à ces différentes questions que nous nous proposons d'apporter des éléments de réponse en nous fondant, d'une part, sur une revue de publications autour de cette question et, d'autre part, sur des enquêtes auprès d'adolescents français, ainsi que sur l'observation des programmes des chaînes de télévision les plus regardées en France.

L'influence du média «télévision» sur les téléspectateurs

Un important thème de recherche

- 3 L'étude de l'influence de la télévision est un thème dominant chez les chercheurs travaillant sur les médias. C'est ce que nous avons pu observer en recensant les articles publiés dans la revue «Media Psychology»² de 1999 à 2008. Les deux tiers des auteurs – chercheurs en communication américains – se focalisent majoritairement sur la télévision, même si le web prend une importance grandissante ces dernières années. Le thème majeur des articles recensés est celui de l'influence (l'impact, les effets, les conditions). Viennent ensuite, avec une fréquence comparable, des études sur la violence et sur les réponses émotionnelles, et, avec une fréquence moindre, des travaux relatifs à la santé, à l'éducation, à la politique et à la publicité. Le genre n'est que très peu traité.
- 4 Voulant en savoir plus sur cette question, nous avons consulté le bouquet de revues «Science Direct/Elsevier», en utilisant comme mot-clé «gender and television». De 1984 à 2006, les références les plus nombreuses concernent le domaine médical (maladies, addictions, obésité). Les articles sur le genre, trois fois moins nombreux, étudient en premier lieu la perception des rôles de sexe et la construction du schéma de genre; en second lieu, les recherches s'intéressent aux stéréotypes, puis au traitement différent des femmes et des hommes dans les émissions et la publicité. La question de l'influence de la télévision dans le domaine de l'orientation paraît tout à fait marginale.
- 5 Les études sur l'influence des médias de masse sont pourtant anciennes. Le premier média à diffusion large et instantanée fut la radio et, dès 1922, des études furent réalisées en vue d'étudier son influence sur le comportement des électeurs. Le rôle de la publicité à la radio auprès des consommateurs fut également un thème important d'études et de discussions. À tel point qu'il fut médiatisé dans le film de Mankiewicz (1949) «A letter to three wives»³ («Chaînes conjugales»). On y voit la directrice d'une chaîne de radio expliquer comment les femmes, fidèles auditrices des feuilletons radiophoniques sentimentaux, se précipiteront ensuite sur le produit qui a financé l'émission.
- 6 Vint ensuite l'ère de la télévision. Peu après son apparition, relatent Courbet et Fourquet (2003), les années cinquante virent apparaître les premières études sur son influence,

définie comme «l'ensemble des empreintes et des changements manifestes ou latents produits par la télévision sur les individus [...], sur les groupes ou systèmes sociaux, sur les systèmes sociopolitiques et économiques, sur les sociétés et les cultures». Pour ces chercheurs, les études sur l'influence de la télévision peuvent se diviser en trois grandes périodes. Au cours de la première, les auditoires étaient considérés comme passifs face à une télévision qui leur délivrait ses messages et était supposée agir directement sur leurs comportements. Pendant la période suivante, jusqu'aux années quatre-vingt environ, les études s'attachèrent plutôt à chercher quels facteurs influaient sur les effets éventuels de la télévision. La dernière génération adopte une vision plus large, prenant en compte, sans pour autant abandonner le champ de l'influence, les contextes et les processus, et s'attache non seulement aux individus et aux petits groupes, mais aussi aux effets de la télévision à plus grande échelle: sociétés, économie, etc. Désormais, les approches sont souvent pluridisciplinaires. C'est à ce dernier niveau que décideurs et chercheurs d'horizons divers s'intéressent de préférence pour évaluer et utiliser l'influence que les messages télévisuels peuvent exercer. On en arrive notamment à identifier différents processus liés aux motivations, à l'attention portée à l'émission, en ne négligeant pas l'affectivité dans la mesure où les émotions paraissent jouer un rôle important, en particulier sur ce que le téléspectateur va retenir. L'une des conclusions majeures de ces différentes approches a été formulée par McCombs et Shaw (1972, cités par Courbet et Fourquet, 2003): le rôle de la télévision serait fondamentalement celui d'un «agenda setting»; elle ne pourrait pas nous convaincre de ce qu'il faut penser, mais elle saurait nous dire ce sur quoi il faut penser. Ce qu'un simple regard sur les journaux télévisés peut confirmer.

- 7 Les publicitaires se sont évidemment intéressés aux consommateurs potentiels: comment utiliser la télévision pour influencer les comportements d'achat? Comportements conscients ou inconscients telles les associations de produits et d'images agréables, les activités effectuées par des modèles auxquels les spectateurs auront envie de s'identifier, se référant aux valeurs communément admises dans le public considéré... Shapiro (1999), a montré comment le téléspectateur est, à son insu – lorsqu'il se trouve à proximité d'un récepteur allumé, mais occupé à d'autres tâches – influencé par les messages publicitaires: s'il a entendu présenter tel objet ou telle marque, même simplement en fond sonore, il ne s'en souviendra pas consciemment, mais leur attribuera d'emblée par la suite une appréciation plus favorable qu'à un objet ou une marque qui ne lui auront jamais été présentés. L'influence, ici, vise à séduire un téléspectateur conscient ou non, pour vendre.
- 8 Étudier l'influence suppose également de s'intéresser aux conditions de la réception: selon que la personne regarde un programme seule ou avec d'autres, en parle ensuite avec des étrangers ou un groupe de pairs, on obtiendra des opinions ou des comportements différents. Cependant des travaux de Hall (1982, traduction 2007), conduits dans le cadre des «cultural studies», ont montré que, lors d'évènements particulièrement importants pour un groupe social donné, ses différents membres tendaient à réagir de façon identique, en fonction notamment de leurs valeurs communes. Pasquier (2005) évoque en outre à ce sujet, la «tyrannie de la majorité». Ainsi, ce que les adolescents s'autoriseront à dire ou à faire, notamment en matière de goûts télévisuels serait fonction de ce qu'ils supposent être l'opinion de leur groupe de pairs. Plus spécifiquement, Tisseron (2000), étudiant l'éventuelle relation entre programmes télévisés et comportements violents, a mis en évidence le rôle des conditions de réception

d'une émission «violente» (perçue comme violente par un spectateur donné), sur son impact: le fait qu'un jeune regarde une émission seul ou en groupe, qu'il en parle avec des pairs ou avec des adultes en tempèrera ou en accentuera les effets. On peut se demander si ce qui vaut pour la violence peut s'appliquer à d'autres domaines.

- 9 Les éducateurs se sont aussi interrogés sur d'éventuels liens entre télévision et échec scolaire. L'étude de Caille et Montfort pour le ministère de l'Éducation nationale en 1999 (Note d'Information 99-38) a montré que, toutes choses égales par ailleurs, ce n'est pas la quantité de temps global passé devant la télévision qui importe, mais le moment où elle est regardée: la télévision allumée en continu, ou regardée tard en période scolaire, nuit à la réussite.

La télévision comme média éducatif

- 10 Les États ou certaines organisations non gouvernementales utilisent parfois la télévision comme un moyen d'éducation et ou de socialisation, notamment dans les domaines de la santé ou de la sécurité. Miguel Sabido, théoricien du champ de l'«Education and Entertainment»⁴ a mis au point une méthodologie pour concevoir des séries divertissantes à visées éducatives sur les grands problèmes de société (statut de la femme en Inde, contraception au Togo, etc.). Ce mouvement forme notamment à cet effet des auteurs de feuilletons documentaires pour qu'ils incorporent à leur série des épisodes éducatifs. À titre d'exemple, en 2001, dans le feuilleton télévisé «The Bold and the Beautiful» («Amour, Gloire et Beauté»), l'un des personnages devait faire face à un diagnostic de SIDA. À la fin de l'épisode apparaissait à l'écran le numéro gratuit de la «CDC National AIDS Hotline» (centre d'information sur le SIDA). Il y eut plus de 5000 appels. Nous pouvons encore parler d'influence, mais cette fois comme miroir qui reflète et fait réfléchir.
- 11 En France, le ministère de la Santé a financé des spots publicitaires contre l'alcool au volant, pour l'utilisation du préservatif ou pour la vaccination contre la grippe. Aucun résultat n'a été publié relatif à l'impact de ces campagnes. À différentes époques, des séries françaises ont été créées avec des objectifs précis. Ainsi la série «L'institut», rapporte le journaliste Diwo (1997), aurait été conçue à la demande de François Mitterrand, pour promouvoir les valeurs républicaines. Une série ancienne avait pour but de redorer l'image de la Poste. On ne sait pas si ces objectifs ont été atteints. Les universitaires s'y essaient aussi: J.-P. Biberian, enseignant-chercheur à l'université de Marseille-Luminy, constatant qu'un nombre important d'étudiants de 1^{re} année, à qui l'on demandait de se documenter sur un métier choisissaient la police scientifique, y a vu l'influence des séries télévisées. Il a donc décidé «de créer une série télévisée pour donner envie aux jeunes de faire des études scientifiques». Deux épisodes ont été tournés à l'heure actuelle, mais leur diffusion semble assez confidentielle, et il est trop tôt pour en évaluer l'impact⁵.
- 12 Certains travaux ont été conduits en vue d'étudier si la télévision permettait de faire acquérir aux jeunes des connaissances sur les métiers ou contribuait à les développer. O'Bryant et Corder Bolz (1978) ont ainsi montré à des enfants de cinq à dix ans des séquences télévisées dans lesquelles des femmes exerçaient des métiers qu'ils connaissaient peu. Tous ont augmenté leurs connaissances sur ces métiers. Huston, Wright, Fitch, Wroblewski et Piemyat (1997) se sont demandé si les jeunes apprenaient davantage de la réalité que de la fiction. Ils ont présenté à des enfants d'école primaire (de CE1 et CM2) – à un âge où ils deviennent capables distinguer la réalité de la fiction –

des films sur des métiers qu'ils étaient peu susceptibles de connaître, en disant aux uns qu'il s'agissait d'un reportage, et aux autres d'une fiction. Dans les deux cas, les connaissances des enfants ont augmenté avec, dans l'immédiat, un avantage en faveur du reportage. Un mois plus tard, ces enfants se souvenaient encore de ce qu'ils avaient appris, mais la différence entre réalité et fiction avait diminué. Voulant ensuite rapprocher l'expérimentation des conditions de la vie réelle, les chercheurs se sont demandé s'ils obtiendraient les mêmes résultats en demandant aux enfants, quand ils regardent la télévision chez eux, d'effectuer une autre tâche tout en regardant l'écran (exercices, ou focalisation sur la technique télévisuelle), sans leur dire si ce qu'ils voyaient était une fiction ou un documentaire. Les résultats montrent que les enfants, même en ayant une autre occupation, continuent à retenir des informations. Les auteurs concluent que l'on peut utiliser la télévision, y compris les fictions, pour faire acquérir aux enfants des connaissances sur les métiers et les rôles sociaux. Ils soulignent cependant que «les enfants ne sont pas protégés des effets négatifs de la description déformée ou stéréotypée des rôles sociaux à la télévision par le fait de savoir qu'ils regardent une fiction» (Huston *et al.*, 1997, p.580, traduction C.Bigeon)

- 13 Par la télévision, les jeunes n'acquièrent cependant pas que des éléments factuels de connaissances. C'est ce qu'a montré la psychologue américaine Fisherkeller (2002). Elle a ainsi observé que certains jeunes, de milieu social plutôt défavorisé, utilisaient comme modèles des héros de fictions télévisées pour résoudre des problèmes d'ordre affectif ou sentimental, ou bien pour s'intégrer dans la société américaine. La télévision dans ce cas fonctionne comme facilitateur d'acculturation.

Télévision et orientation

- 14 Il n'existe que très peu de travaux scientifiques étudiant de manière précise l'éventuelle influence de la télévision en matière d'orientation. Pourtant, les journaux font parfois des rapprochements qui interpellent les chercheurs. Par exemple, en septembre 2003, la presse flamande fit état de l'augmentation soudaine des candidatures aux formations de sage-femme. Les journalistes mirent ce phénomène en lien avec le succès, l'année précédente, d'une série télévisée mettant en scène des sages-femmes (des deux sexes). De même, aux États-Unis, la diffusion de la série «E.R.» («Urgences») aurait eu pour conséquence, selon Servantie (2004), de voir s'accroître de manière importante les inscriptions dans les formations de médecin urgentiste. On se souvient aussi, dans la France des années soixante, de la série «Les chevaliers du ciel», tirée de la bande dessinée de Charlier et Uderzo «Les aventures de Tanguy et Laverdure». Il semble, selon Deschryver, qu'elle ait reçu l'appui de l'armée pour «servir de vitrine aux forces militaires aéronautiques françaises»⁶, objectif qui pourrait bien avoir été atteint: elle a en effet été citée par certains pilotes comme étant à l'origine de leur vocation.
- 15 Si les observations précédentes restent plus de l'ordre de la conjecture que d'une démonstration indiscutable, certaines recherches rigoureuses ont néanmoins été conduites. Leurs conclusions vont dans le sens des précédentes observations sans les corroborer entièrement. Ainsi, Beullens et Van den Bulck (2007) ont-ils étudié le lien entre l'augmentation des inscriptions dans certaines formations et la diffusion de «docu-soaps» (le docu-soap, ou feuilleton documentaire, prétend décrire le réel de gens ordinaires, issus d'un même milieu, filmés dans leur quotidien) sur les métiers correspondants. Ils ont aussi examiné la relation entre l'exposition à des feuilletons

documentaires et la perception de certaines professions. Ils ont constaté que les inscriptions dans les formations aux métiers montrés à la télévision augmentaient de façon significative après les émissions, mais que cette influence éventuelle était limitée dans le temps. Ils ont également trouvé une corrélation entre le fait de regarder un feuilleton documentaire sur une profession et la perception positive de cette profession. Ces effets semblent cependant liés à un type spécifique d'émission, le feuilleton documentaire. Ils ne se retrouvent pas, dans leur expérimentation, avec des séries télévisées sur les mêmes thèmes.

- 16 Pour leur part, Hoffner, Levine, Sullivan, Crowell, Pedrick et Berndt (2006) ont constaté, chez des jeunes hommes de milieu économiquement désavantagé, une corrélation positive entre le niveau d'études et de salaire du métier dont ils rêvaient et celui de leur héros télévisuel préféré. Sans interpréter cette corrélation dans les termes d'un lien de cause à effet, les auteurs concluent en faisant l'hypothèse que la télévision peut permettre à des jeunes d'élever leur niveau d'aspiration.
- 17 Les héros de feuilletons documentaires ou de séries, pour ne parler que de ces types d'émissions, paraissent donc susceptibles de jouer un rôle de modèle dans les intentions d'avenir de certains jeunes. Il serait par conséquent intéressant de comprendre quels sont les jeunes qui les choisissent, ce qui fait qu'ils les choisissent, sur quelles dimensions fonctionnent ces modèles et par quels processus ces modèles peuvent jouer un rôle déterminant dans un choix d'orientation. Plus précisément, à un moment où l'on insiste sur la nécessité d'aider les jeunes à construire des projets d'avenir qui soient moins étroitement liés à leur sexe, il serait intéressant de s'attacher à observer le poids du sexe de ces personnages dans les phénomènes d'identification, de modelage ou de formation de stéréotypes.
- 18 Les recherches et modélisations actuelles nous semblent encore trop embryonnaires pour que nous puissions espérer apporter des réponses définitives à ces multiples interrogations. Il nous a cependant semblé possible de commencer à approcher cette problématique en nous limitant à deux questions complémentaires: que regardent les adolescents à la télévision? Qu'y voient-ils comme professionnels et de quel sexe sont ces professionnels?

Que regardent les adolescents à la télévision?

- 19 À la suite de Gerbner, Gross, Morgan et Signorielli (1994), nous nous sommes posé la question de la consommation de télévision. Ces auteurs, dans une étude qui fait toujours autorité, avaient lié la quantité de télévision consommée et l'adhésion aux idées qu'elle véhicule. Or les technologies évoluant rapidement, les pratiques télévisuelles des jeunes évoluent également. À l'heure des «chats» sur Internet ou des jeux vidéos auxquels s'ajoute le temps que les adolescents passent accrochés à leur téléphone mobile, on peut se demander s'ils ont encore le temps de regarder la télévision. Il semble que la réponse soit positive, selon Médiamétrie, même s'ils y passent un peu moins de temps qu'auparavant et s'ils la «regardent» sur fond de radio, tout en envoyant des SMS ou en «tweétant». Ils sont nombreux à charger sur leur ordinateur les dernières saisons de leurs séries préférées. Malgré les critiques et les alternatives au journal de 20h que proposent les deux principales chaînes de télévision française, il semble que le repas du soir continue à rassembler de nombreuses familles, le récepteur étant allumé. La télévision serait encore, nous dit le sociologue Maigret, dans une interview publiée le 26 février

2008 dans le quotidien *Le Monde*, «le seul média qui a réussi à créer des rendez-vous réguliers pour un grand public». Toujours selon Médiamétrie⁷, la moyenne journalière d'écoute par foyer français en octobre 2009 serait de 5h41, dont 2h08 pour les enfants de quatre à quatorze ans. Même si un Français a, en 2008, 42 contacts média et multimédia en moyenne par jour, contre 35 deux ans auparavant, la télévision reste donc très présente. On voit là, comme l'affirme le «Rapport sur l'image des femmes dans les médias» (2008, p.10) qu'«...il n'y a pas d'effet d'éviction des médias traditionnels par les nouveaux médias».

- 20 La télévision n'est donc pas dédaignée par les adolescents. Mais que regardent-ils? Guillaume et Pautrot-David (2006), ont fait passer à 91 élèves de classe de quatrième un questionnaire sur leurs pratiques télévisuelles. Ces jeunes estimaient leur consommation moyenne de télévision à 3h40 par jour (avec une variance très importante: allant de 3h à 61h par semaine). Filles et les garçons déclaraient y passer un temps équivalent. Ils disaient cependant s'intéresser à des programmes différents (mis à part le journal télévisé). Cette constatation rejoint celles de l'étude de Jacquemain M., Casman M.-T., Dizier C., Nibona M. & Willems I. (2006). Entre 8 et 18 ans, ce sont les séries qui remportent les suffrages des filles, tandis que les garçons préfèrent le sport. Ces différences évoluent en fonction de l'âge et sont les plus marquées entre 13 et 15 ans.
- 21 Pasquier (2005) a cependant conclu qu'on assisterait au «déclin de la culture télévisuelle» chez les adolescents. Elle pointe, chez eux, un discours général de mise à distance vis-à-vis des programmes télévisuels. Néanmoins cette auteure souligne que la réserve vis-à-vis de la télévision se décline de façon différente selon le sexe. Les garçons se doivent d'afficher un discours critique relativement aux fictions, alors qu'elles sont pour les filles un moyen d'expression de soi dans le groupe. Pasquier note que les filles continueraient à regarder – parfois sans l'afficher – des séries ou émissions musicales, alors que les garçons affirmeraient leur «identité masculine» davantage à travers le sport ou les jeux vidéo: ils utiliseraient la télévision davantage comme ambiance de fond. Nous avons retrouvé cette tendance chez les 45 élèves de quatrième (22 garçons et 23 filles) interrogés, par Froger et Lefebvre (2007). Il leur était demandé s'ils avaient aimé un extrait de la série policière «Diane, femme flic» sur lequel ils avaient travaillé. Dix-huit garçons sur vingt-deux ont répondu négativement, en affirmant soit qu'ils préféreraient les séries américaines (ce qui montre qu'ils les regardaient), soit qu'ils n'aimaient pas les séries policières alors que la majorité des filles a déclaré avoir aimé l'épisode, d'une part à cause de l'humour et du suspense, mais aussi «parce qu'on apprend sur la vie d'un adulte, des couples». Quand les garçons disent «action», les filles répondent «relation». Nous touchons là une différence importante.
- 22 Même si la télévision n'est pas le seul média fréquenté par les adolescents, même si les garçons et les filles regardent des programmes différents et bien que leurs choix varient en fonction de leur âge, tous semblent encore absorber une quantité non négligeable d'heures de programmes télévisés. À cette occasion, il leur est donné d'entrevoir – ou de voir de manière explicite – un certain nombre de professionnels en train d'exercer un certain nombre d'activités dont certaines sont liées à un métier. Quels professionnels sont-ils montrés? De quel sexe sont-ils? Que font-ils? Plusieurs études, que nous allons présenter maintenant, visent à répondre à ces questions.

La représentation des professionnels et de leurs métiers à la télévision. Qu'en font les jeunes?

- 23 Toutes les émissions télévisées – quelles qu'elles soient: journal, reportage, série, film, dessin animé, jeu télévisé, publicité – montrent un grand nombre de personnages dans l'exercice d'un métier. Réalité ou fiction, les métiers sont partout. Mais quelles sont les images qui en sont données à voir? Nous avons cherché à savoir plus précisément quels étaient les métiers montrés, qui les exerçait et de quelle façon, pour comprendre quel reflet de la société française était ainsi donné.

Ce que montre la télévision française en matière de métiers et de professionnels

- 24 *Métiers et professionnels montrés.* Dans le cadre d'un accompagnement de mémoire de recherche (Caruel-Fauvelle, Longe, Pertuis-Dubourg et Salle, 2000), nous avons fait le point sur ce que la télévision montrait aux moments où les jeunes étaient les plus disponibles pour la regarder. L'étude eut lieu en décembre 1998, en enregistrant systématiquement, de 18 à 23 heures (heures de grande écoute), pendant une semaine, les chaînes de télévision ayant la plus forte audience en France: TF1, France 2 et 3, M6. Nous avons noté, pour tous les professionnels montrés, quel que soit le métier ou le type d'émission (JT, pub, reportages, séries, jeux, etc.), le sexe, la catégorie socioprofessionnelle et le secteur d'activité.
- 25 On découvre 2907 professionnels répartis en 276 métiers différents: du chasseur d'alligators (une seule apparition) aux sportifs (345 occurrences). Les plus fréquemment montrés sont les sportifs, les chanteurs, et les musiciens. Viennent ensuite les animateurs de télévision, les journalistes, les personnages politiques, suivis des gardiens de la paix et des médecins.
- 26 Le regroupement de ces métiers par grands secteurs d'activité montre l'importance que les écrans accordent aux métiers du spectacle. On voit aussi que le tertiaire y est surreprésenté: il concentre 94,6% des professionnels montrés, quand l'INSEE, dans son enquête-emploi 2008, n'en dénombre que 74,2%; par contre, l'agriculture, le bâtiment et plus généralement l'ensemble du secteur industriel ne sont que très peu représentés: 1,9% des professionnels montrés pour le secteur primaire (3% selon l'INSEE), 3,5% pour le secteur secondaire (21,7% selon l'INSEE).

Tableau 1. Principaux professionnels et professions montrés sur les quatre principales chaînes de la télévision française pendant la semaine du 7 au 13 décembre 1998 (TF1 et France 3) et du 5 au 11 décembre 1998 (France 2 et M6)

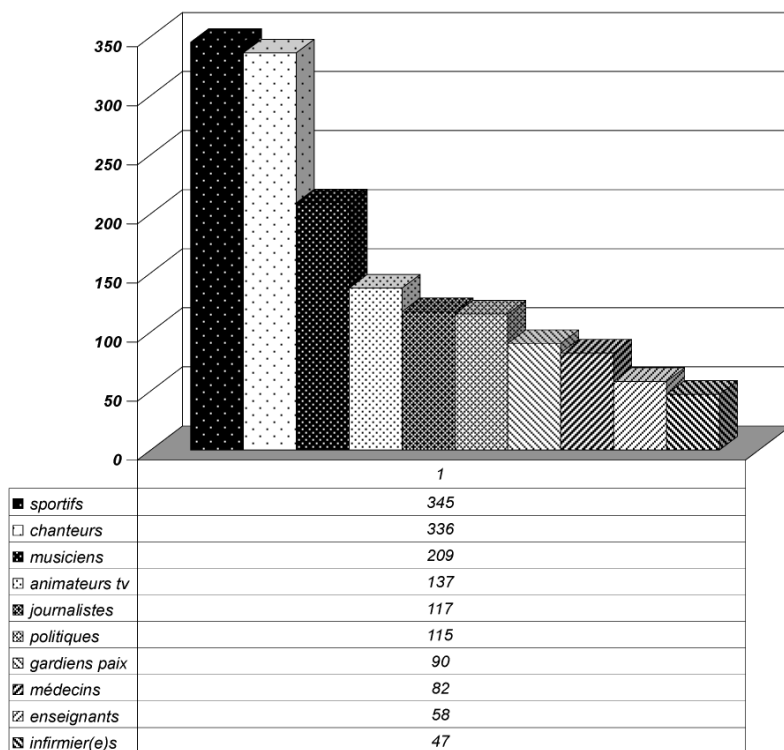


Table 1. Main professionals and professions on the four main French television channels in December 1998, from the 7th to the 13th TF1 and France 3) and from the 5th to the 11th (France 2 and M6)

- 27 Les trois quarts (73%) des professionnels vus pendant cette période sont des hommes. Si l'on considère les catégories socioprofessionnelles, les femmes, qui ne constituent déjà, selon l'APEC⁸ que 30% des cadres dans la vie réelle, ne sont plus que 25% sur le petit écran. Alors qu'elles constituent 48% des professions intermédiaires, on ne peut en identifier que 10% relevant

Tableau 2. Les secteurs professionnels représentés

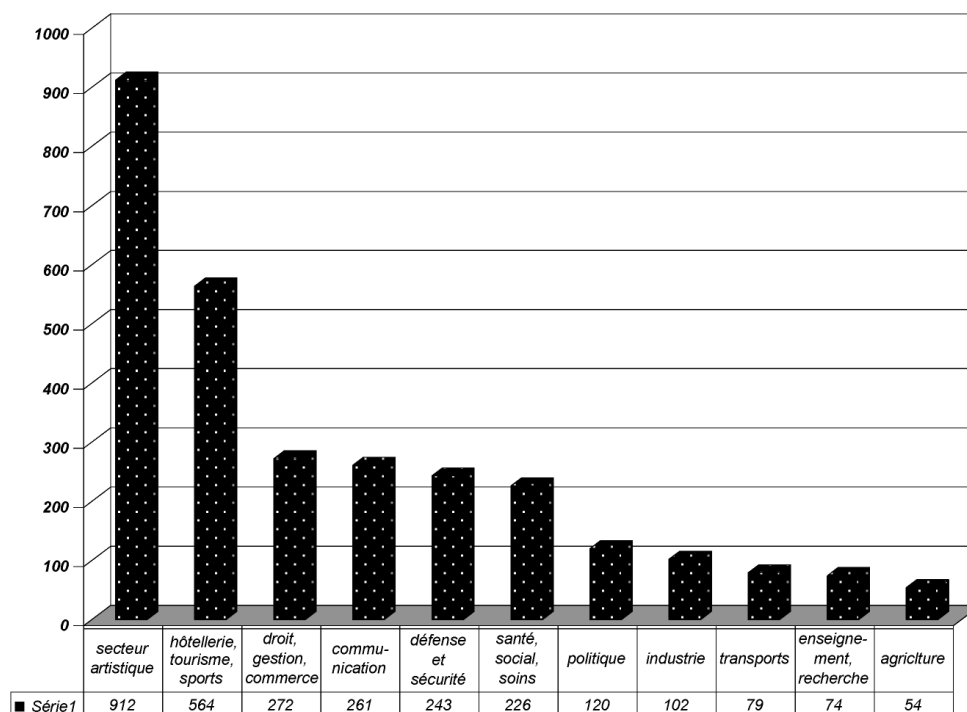


Table 2. The fields of activity

- 28 de cette catégorie à la télévision. Les femmes sont donc non seulement sous-représentées numériquement, mais elles le sont, de plus, avec des statuts professionnels inférieurs à ceux qu'elles occupent en réalité.
- 29 Ce sont les journaux télévisés et les documentaires qui concentrent la plus grande variété de métiers (40,5%). Combien montrent-ils de femmes et d'hommes, et dans quels rôles? Selon une étude canadienne⁹ portant sur 71 pays, dont la France, les femmes ne représentent que 21% des personnes interviewées dans le journal télévisé. Et 29% d'entre elles le sont en tant que victimes (contre 10% des hommes). Ces constatations rejoignent celles de Macé (2006), qui avait choisi d'étudier de façon exhaustive «une journée ordinaire de télévision».
- 30 Dans les fictions, selon le rapport de Chalvon-Demersay et Cristofoli cité par Brocard (1999), une étude menée sur les six chaînes hertziennes françaises, entre 1995 et 1997, aux heures de grande écoute, montrait que:
- on y voyait beaucoup moins de femmes que d'hommes dans les premiers rôles;
 - les héros appartenaient essentiellement à cinq catégories de professions: ordre public, santé, art et audiovisuel, intellectuelle, agriculture.
- 31 Dix ans plus tard, un regard sur les programmes montre une légère progression du nombre de premiers rôles féminins et la disparition des agriculteurs.
- 32 Afin de décrire avec plus de précision ce phénomène, nous nous sommes attachés à étudier de manière plus approfondie les professionnels montrés à la télévision relevant du secteur santé/social (nomenclature ONISEP, classification de base pour l'Autodocumentation). En effet, comme on l'a noté, ces professionnels sont particulièrement présents sur les écrans. De plus, ils présentent un intérêt majeur

relativement à la division sexuée du travail et de l'orientation. Ce secteur santé/social comprend 7,9% de la totalité des professionnels recensés, qui se répartissent équitablement entre réalité (51%) et fictions (49%). On y compte 65% d'hommes, pour 35% de femmes, soit 7% de la totalité des hommes montrés et 10% des femmes.

- 33 Dans ce secteur santé/social, ce sont essentiellement les personnels de santé qui sont représentés: d'abord les médecins, puis les infirmiers (essentiellement des infirmières) et, enfin, les aides-soignant(e)s. Au total, 54% de ces professionnels du secteur santé/social, sont des «cadres et professions intellectuelles supérieures¹⁰». Les autres catégories sont plus difficiles à différencier (il n'est pas toujours possible, par exemple, de savoir si le ou la professionnel(le) présenté(e) appartient à la catégorie aide-soignante ou infirmière). Cette représentation diffère sensiblement de la composition de la société française. Selon l'INSEE¹¹, le secteur santé/action sociale regroupait, en 1999, 11,6% de la population active. Il était composé à 11,7% de cadres et professions intellectuelles supérieures, de 30% de professions intermédiaires et de 51,3% d'employés. On peut donc conclure que, par rapport à la réalité de la vie économique française, les métiers du secteur santé/social ont été sous-représentés pendant la semaine où nous avons effectué nos observations. Par ailleurs, les personnages montrés sont beaucoup plus fréquemment du niveau cadre (notamment les médecins) que dans la «vraie vie». C'est même, à peu de chose près, une image inversée de la hiérarchie professionnelle effective de ce secteur qui a été donnée à la télévision: les professionnels apparaissent d'autant plus fréquemment sur l'écran qu'ils se situent vers le sommet étroit de la pyramide que constitue la hiérarchie des positions socioprofessionnelles.
- 34 Toutes ces observations vont donc dans le même sens: le professionnel qu'on voit le plus à la télévision est un homme appartenant aux catégories sociales supérieures. On doit ajouter qu'il est généralement jeune et de type européen («caucasien»), pour reprendre la typologie en vigueur aux États-Unis).
- 35 *Comment sont présentés les métiers et professions dans les programmes destinés au «grand public» ?* Comme on vient de le voir, le jeune Français qui regarde la télévision – que ce soit pour se divertir ou pour s'instruire – y voit une image du monde du travail – en termes de fréquence des professionnels montrés – considérablement différente de la réalité socioprofessionnelle d'aujourd'hui. Les ouvriers y sont, par exemple, quasi inexistantes, alors qu'ils constituent en 2008, selon l'INSEE, 23,6% de la population des actifs français de plus de 15 ans (et 56,6% de celle de sexe masculin!). Ceci souligné, d'autres questions restent pendantes: les métiers et professions que le téléspectateur peut voir lui sont-ils au moins montrés de manière «réaliste»? Par ailleurs, les images données de l'activité de ces professionnels vont-elles dans le sens d'un renforcement ou d'un affaiblissement des stéréotypes de genre?
- 36 Pour répondre à ces questions, nous avons étudié, avec Egault, Gil-Gonzalez, Girard-Mancini, Marinier-Sterc, Pires, Vadot, & Visiedo-Petitjean (2001), certains métiers fréquemment montrés dans des séries françaises ou américaines: avocat, commissaire de police, infirmier, instituteur, et médecin. Pour le métier d'avocat, trois séries ont été retenues: «Maître Da Costa», «Ally McBeal» et «L'avocate». N'ayant pas trouvé de série américaine dont le héros ait un grade correspondant à celui de commissaire de police, nous n'avons choisi que des séries françaises: «Julie Lescaut» et, dans ce travail-ci, «Commissaire Moulin». L'infirmier(ère) n'a été étudié que dans la série «E.R.» («Urgences»), à défaut d'une série française correspondante. À l'inverse, pour l'instituteur, nous n'avons pas trouvé de série américaine et nous sommes limités à

«L'instit». Enfin, pour le médecin, notre étude a porté sur «Urgences» et «Docteur Sylvestre».

- 37 Nous avons comparé l'image des métiers donnée par ces séries télévisées avec celles présentées, soit dans des cassettes didactiques destinées en premier lieu à l'information des élèves – ONISEP (Office National d'Information sur les Enseignements et les Professions) ou CNDP (Centre National de Documentation Pédagogique), soit, à défaut, dans des documentaires. Pour conduire ces analyses, nous avons répertorié tous les actes professionnels montrés ou décrits. Puis, nous les avons comparés avec les «Fiches métiers» correspondantes de l'ONISEP, choisies comme référence sur le plan du réalisme (elles sont actualisées régulièrement en collaboration avec les organisations professionnelles). Par ailleurs, nous nous sommes interrogés sur la masculinité, la féminité ou l'androgynie du professionnel montré en analysant ses conduites, attitudes et modes d'interaction à la lumière du «Bem Sex Role Inventory» (Bem, 1986) adapté en français par Marro (2002). Cet inventaire de soixante items différencie des traits de personnalité ou des modes de relation à soi-même, à autrui ou aux objets du monde considérés comme correspondant à des rôles sociaux masculins, féminins ou neutres en termes de genre.
- 38 La majorité des actes professionnels se sont avérés réalistes (si l'on en juge d'après les descriptions données dans les «Fiches Métiers» de l'ONISEP), tant dans les séries que dans les documentaires (certaines séries, telles «Urgences», font d'ailleurs appel à un conseiller issu de la profession pour veiller à l'exactitude de ces actes). Mais, leurs objectifs étant différents, ce ne sont pas les mêmes activités que montrent les réalisateurs de ces deux types de production. Les fictions mettent l'accent sur les aspects relationnels du métier – points forts de l'intrigue – quand les documentaires se centrent sur des actes plus techniques. La présentation diffère également. Les fictions donnent à voir, quand les documentaires, pour des raisons techniques ou déontologiques, ne font souvent que dire: les actes, les compétences, les valeurs, etc. S'agissant de télévision, les deux types de programmes sont limités par les impératifs de mise en scène (outre ceux de l'audimat): on y observe peu ou pas de trace, par exemple, du travail administratif requis d'un commissaire de police ou du personnel médical. On note, de plus, que dans les séries américaines – très présentes sur les écrans français – les professionnels agissent le plus souvent au sein d'une équipe, quand les Français sont des héros solitaires arrivant sur leur destrier: «L'instit» sur sa moto et le «Docteur Sylvestre» dans son 4x4 donnent des images prototypiques de ces héros solitaires.
- 39 À titre d'illustration, les tableaux nos 3 à 8 ci-dessous résument les diverses manières dont sont présentés les infirmiers ou infirmières et les médecins dans différents programmes.

Tableau 3. Quelques caractéristiques de chacune des infirmières montrées dans *Urgences* et dans la cassette du CNDP *Être infirmière*

Urgences		Cassette CNDP Être infirmière
Caractéristiques du film	Série américaine (1997), 52mn Tout public	Reportage CNDP (1992), 15mn Public cible: collégiens et lycéens

Personnage	Femme, infirmière en chef, la trentaine	Femme, infirmière, 32 ans
Cadre	Domicile Hôpital	Domicile (cuisine) Hôpital: plusieurs services, dont les urgences)
Activités, mise en scène	Interrelations professionnelles (médecins, infirmiers, aides-soignants, patients)	Activité à l'hôpital, interviews et témoignages (médecin-chef, surveillante, mari)
Thèmes traités ou évoqués	Éthique professionnelle, liberté du patient, désir d'enfant	Évolution du métier, travail en équipe, affronter la souffrance et la mort, concilier vie personnelle et professionnelle

Table 3. Some characteristics of the main characters of nurses in *E.R.* and the CNDP video tape *Being a nurse*

- 40 Les deux infirmières présentées sont d'âge équivalent (la trentaine). Dans les deux cas, on donne des éléments de leur vie personnelle et professionnelle. Mais l'infirmière de la série diffère de celle de la cassette didactique sur une dimension importante: la première a une fonction d'autorité et elle est écoutée. Celle de la cassette est plutôt montrée, malgré les discours, dans une position subalterne. On peut noter à ce sujet que, dans la cassette didactique, il n'y a pas toujours congruence entre le discours et les images, notamment quant au travail d'équipe. Ainsi, alors que le discours insiste sur ses responsabilités, on la montre dans une réunion de synthèse au cours de laquelle on ne lui demande pas son avis.
- 41 À degré de réalisme équivalent, la série «Urgences» met en scène essentiellement les aspects relationnels (écoute du patient, relation avec les médecins) du métier d'infirmière, qui seront les moteurs de l'action dramatique, quand la cassette didactique met l'accent sur les gestes techniques.
- 42 Dans «Urgences», série dans laquelle plusieurs personnages se partagent la vedette, l'unique personnage de premier plan dans le rôle d'infirmier est une femme. De même, dans la vidéo informative, l'infirmière est une

Tableau 4. Nombre et fréquence des différents types d'actes professionnels de l'infirmière montrés dans *Urgences* et dans la cassette du CNDP *Être infirmière*

Actes professionnels	Urgences	Cassette
	21 actes effectués par elle, 13 par les autres infirmiers (83% réalistes)	Cassette: 11 actes professionnels (tous réalistes)
Auscultation et examens	7,3%	38,4%

Relation médecins, hiérarchie	29,2%	15,4%
Soins	17,1%	15,4%
Travaux administratifs	2,5%	7,7%
Écoute du patient	24,4%	0%
Accueil du patient	4,9%	7,7%
Divers	14,6%	15,4%
Total	100%	100%

Table 4. Number and frequency of the nurses' different kinds of professional activities in *E.R.* and the CNDP video tape *Being a nurse*

Tableau 5. Fréquences des traits masculins féminins ou neutres (codés selon le BSRI) de chacune des infirmières montrées dans *Urgences* et dans la cassette du CNDP *Être infirmière*

Traits (BSRI)	Urgences	Cassette
Masculin	32	18
Féminins	37	47
Neutres	31	35
Total	100	100

Table 5. Frequency of the nurses' male, female or neuter traits (according to the BSRI) in *E.R.* and in the CNDP video tape *Being a nurse*

- 43 femme. Dans les deux cas, le métier d'infirmier est donc clairement associé au sexe féminin. On observe néanmoins que les deux infirmières diffèrent sensiblement quant à leurs traits masculins ou féminins, tels que le BSRI les différencie. L'infirmière de la cassette est dotée majoritairement de traits socialement considérés comme féminins, alors que l'infirmière de la série, responsable d'une équipe, fait montre de certaines caractéristiques socialement considérées comme masculines telles que la capacité de commander, de défendre son opinion, la confiance en soi, etc. Tous ces attributs la caractérisent dans sa vie professionnelle. Mais, dans sa vie personnelle, cette infirmière est dépeinte comme beaucoup moins sûre d'elle (la caractéristique «sûr de soi» fait partie des attributs masculins dans le BSRI). Tout se passe donc comme si toute infirmière, exerçant une profession majoritairement exercée par des femmes dans la ligne des qualités traditionnellement dévolues aux femmes, devait être montrée comme porteuse des traits traditionnellement «féminins». Elle peut avoir les attributs d'un chef en milieu professionnel, mais doit au moins correspondre au stéréotype de la femme dans sa vie personnelle.

Tableau 6. Quelques caractéristiques de chacun des médecins montrés dans *Urgences*, *Docteur Sylvestre* et dans un reportage ONISEP

	Urgences	Docteur Sylvestre	Cassette ONISEP médecin
Caractéristiques du film	Série américaine (1997), 52mn, Tout public	Téléfilm français (1995), 90mn Tout public	Reportage ONISEP (1997), 3,30mn Collégiens et lycéens
Personnage	Homme, environ 35ans	Homme, environ 45ans	2hommes, la trentaine
Cadre	<ul style="list-style-type: none"> - Le domicile: un appartement sombre, sur fond de klaxons - À l'hôpital: le service des urgences, la salle de repos, d'opération, la salle d'attente - Dans le métro 	<ul style="list-style-type: none"> - Le domicile: chez le médecin qu'il remplace (maison calme de notable de province) - Dans son cabinet - Au lycée - Au volant de son 4x4 	<ul style="list-style-type: none"> - L'un, dans son cabinet - L'autre à l'hôpital (service imagerie mentale)

Table 6. Some of the doctors' characteristics in *E.R.*, *Docteur Sylvestre* and the *ONISEP* documentary

- 44 Dans la série américaine, les actes effectués par les médecins sont en grande majorité réalistes: c'est un impératif de la série. La seule activité insolite relevée ici concerne des soins donnés à un cheval (pour les besoins de l'intrigue, le maintien du lien affectif entre le médecin et sa fille). Concernant

Tableau 7. Nombre et fréquence des différents types d'actes professionnels des médecins montrés dans *Urgences*, *Docteur Sylvestre* et dans le reportage ONISEP

Actes professionnels	Urgences	Docteur Sylvestre	Reportage ONISEP
	24 actes (91,5% sont réalistes)	44 actes (52,4% sont réalistes)	9 actes (90% sont réalistes)
Soins	14,9%	4,8%	0
Auscultation et examens	14,9%	4,3%	60%
Consultations	0	4,8%	10%
Prescriptions et conseils	6,3%	14,3%	30%

Relations subordonnés	36%	7%	0
Relation médecins	12,8%	14,8%	0
Activité médecin Éducation Nationale	0	3,5%	0
S'informe sur le patient	8,6%	19%	0
Rémunération	0	6%	0
Divers, atypiques	2,2%	6%	0
Actes extramédicaux	4,3%	15,5%	0
Total	100%	100%	100%

Table 7. Number and frequency of the doctors' different kinds of professional activities in *E.R., Docteur Sylvestre* and the *ONISEP* documentary

- 45 le reportage ONISEP, c'est le fait de voir le médecin prescrire une ordonnance avant d'ausculter le malade qui n'a pas semblé réaliste. C'est donc l'ordre des activités, et non leur nature, qui est mise en cause. Dans la série française, l'activité du docteur Sylvestre va très au-delà de la pratique habituelle d'un médecin, notamment par son implication et ses prises de position dans la vie de ses patients. Les spectateurs de la série américaine et ceux du reportage ONISEP auront donc une vision globalement plus réaliste de l'activité d'un médecin que ceux qui regarderont la série française.
- 46 Les différences entre les activités des médecins montrés dans les trois productions s'expliquent en partie par leurs conditions d'exercice et par les durées respectives des films et des vidéos: un médecin hospitalier aura évidemment beaucoup plus de relations avec l'équipe médicale que le médecin libéral, et une courte vidéo à visée informative se concentrera sur les activités que les auteurs estiment les plus représentatives. Mais on pourrait supposer que, dans la vie réelle, les activités de relations avec l'équipe ne prendraient pas au Dr Greene (de la série «Urgences») la moitié de son temps, ce que l'épisode pourrait laisser croire. Comme pour l'infirmière de la série, l'accent est mis sur les aspects relationnels du métier, qui constituent en même temps, par leur teneur émotionnelle, un important moteur de l'action. Quant aux activités des deux médecins libéraux, celles du médecin du reportage ONISEP se limitent aux examens, consultations et prescriptions, alors que celles du Dr Sylvestre couvrent un champ plus large, notamment dans le domaine des relations, toujours avec un haut niveau d'affectivité. Ces aspects émotionnels des fictions éveillent, suscitent, alimentent l'intérêt des téléspectateurs et sont plus susceptibles de garder leur attention.

Tableau 8. Fréquences des traits masculins, féminins ou neutres (codés selon le BSRI) de chacun des médecins montrés dans *Urgences*, *Docteur Sylvestre* et dans le reportage *ONISEP*

Traits (BSRI)	Urgences	Docteur Sylvestre	Reportage ONISEP
Masculin	33%	41%	27%

Féminins	36%	31%	40%
Neutres	31%	28%	33%
Total	100%	100%	100%

Table 8. Frequency of the nurses' male, female or neuter traits (according to the BSRI) in *E.R., Docteur Sylvestre* and the *ONISEP* documentary

- 47 Dans l'épisode analysé de la série «Urgences», le personnage principal est un médecin homme, ce qui n'est pas le cas de tous les épisodes. Par contre, il ne semble pas exister de série française ayant pour vedette un médecin femme. Par ailleurs, les médecins du reportage ONISEP sont tous deux des hommes. D'une manière générale, il semble bien que, pour le moment, peu de modèles de médecins femmes soient actuellement proposées aux filles. Tous les médecins présentés dans ces différents programmes font preuve de dévouement (trait que le BSRI décrit comme socialement féminin). Cependant, les médecins des séries montrent davantage d'assurance, de capacités de décision et de commandement (traits masculins) que ceux du documentaire. C'est sans doute ce qui fait d'eux des héros!
- 48 Pour étudier la façon de montrer, dans les séries françaises, deux personnages de professionnels dont l'un est un homme et l'autre une femme, nous avons, avec Caruel *et al.* (2000) comparé deux séries françaises dont le héros était commissaire de police («Julie Lescaut» et «Navarro»). En nous référant à la Fiche Métier ONISEP, nous avons d'abord constaté que les actes professionnels effectués par chacun d'eux étaient à la fois réalistes et équivalents d'une série à l'autre. C'est dans les éléments de leur vie personnelle que ces deux personnages diffèrent. En dehors du commissariat, Julie Lescaut n'est montrée qu'à la maison. Elle semble avoir des horaires réguliers, lui permettant d'être très disponible pour ses enfants. D'ailleurs, selon le journaliste Diwo (1997), son rôle a été créé en relation avec un panel de téléspectateurs en vue de la rendre crédible sans choquer: elle devait être aussi bonne mère que bonne professionnelle. On voit, par contre, Navarro plus fréquemment au «bistro», où il semble avoir ses habitudes, que dans son appartement. L'analyse, au moyen de l'adaptation française du BSRI, des caractéristiques masculines ou féminines de ces deux personnages montre qu'ils ont en commun les deux tiers de leurs traits. Ils ne diffèrent fondamentalement que sous l'angle de la gaieté, attribut de Julie Lescaut, et du caractère solennel qu'affecte Navarro. Ni hyper-masculin, ni hyper-féminine, ils se situent tous deux dans la catégorie que Bem qualifie d'androgynie. Nous notons d'ailleurs que les subordonnés de Julie Lescaut lui donnent du «patron». Quant à Navarro, mettant un jeune drogué en rapport avec un centre de soins, il déclare que «parfois, c'est utile qu'un flic joue à l'assistante sociale». Mais nous remarquons tout de même que le titre de la série «Julie Lescaut» nous donne le prénom de la commissaire, quand nous ne connaissons pas celui de Navarro, et que Julie Lescaut est nettement plus jeune que son homologue. Ce constat ne vaut pas que dans les séries françaises: aux États-Unis, Signorielli et Bacue (1999), dans une étude qui porte sur trente années de fictions aux heures de grande écoute, ont montré que les actrices sont systématiquement plus jeunes que les acteurs.
- 49 De cette rapide comparaison, il ressort que les femmes tendent à être représentées comme des professionnelles aussi compétentes que les hommes. Elles apparaissent cependant plus respectueuses de la loi, de la hiérarchie, et plus préoccupées par leurs

enfants que ces derniers. On peut croire que ces caractéristiques sont assez réalistes. On peut néanmoins se demander si elles ne sont pas susceptibles de renforcer les stéréotypes de genre chez les spectateurs.

- 50 *Métiers et professionnels dans les programmes destinés aux jeunes enfants.* Les séries étudiées jusqu'ici sont destinées à tous les publics, puisqu'elles sont diffusées aux heures de grande écoute. Mais les jeunes enfants ont, plus tôt ou le matin, des programmes qui leur sont propres. Les héroïnes ou héros en sont le plus souvent des enfants ou des animaux, mais voit-on des métiers dans ces programmes? Une telle question pourrait sembler saugrenue dans la mesure où la plupart des études qui portent sur les choix d'orientation s'intéressent aux adolescents et adultes émergents. Néanmoins, Hartung *et al.* (2004) rappellent que les enfants s'intéressent très tôt aux métiers et au monde du travail. McMahon et Patton (1997) ont observé que, dès l'âge de 5 ans, les enfants sont capables de citer les métiers dont ils rêvent (Phipps, 1995, citée par McMahon et Patton, 1997). Elles ont aussi noté, dès le début de l'école primaire, des différences entre filles et garçons: ces derniers rejetant parfois ce qu'ils perçoivent comme «métiers pour les femmes».
- 51 Compte tenu de ces observations, il nous a semblé intéressant d'esquisser un premier état des lieux en observant ce que montraient aux enfants les programmes qui leur sont destinés, s'agissant non seulement de professionnels et de métiers mais aussi de rôles masculins ou féminins. À titre d'exemple, nous avons choisi, un jour donné (le 25 avril 2004), les émissions pour enfants de deux importantes chaînes hertziennes françaises (TF1 et France 3) entre 9h et 10h30. Au cours de ces émissions, dix-sept adultes dans l'exercice d'une activité professionnelle ont été montrés. Il ne s'agit pas des héros de la série – qui sont soit des enfants, soit des personnages fantastiques – mais de personnes qui les entourent et qui concourent à l'action: un maire et son adjoint, un cirque et ses artistes, des policiers, des professeurs, un boulanger, un chauffeur de bus, etc. Seuls quatre de ces professionnels sont des femmes. En général, dans les dessins animés, les femmes peuvent être institutrice (souvent), cultivatrice (parfois), infirmière ou – plus rarement – médecin. Il arrive qu'elles soient sorcières: la méchanceté n'étant pas l'apanage des hommes! Par ailleurs, si l'on regarde non plus les métiers mais les activités des personnages centraux, on se rend compte qu'aux garçons sont dévolus la compétition, la quête de la victoire et du succès, alors qu'on attribue plutôt aux filles la recherche de l'amour, à l'exception de rares héroïnes capables de maîtriser des situations difficiles. Ces observations recourent l'étude de D.Épiphané (2006) sur la littérature enfantine. Devant ces dessins animés, on laisse les enfants en toute bonne conscience: ils ne montrent ni pornographie, ni violence. Néanmoins les enfants y sont confrontés à des modèles d'activité traditionnels dans lesquels ce sont les hommes qui sont montrés comme effectuant des activités à l'extérieur et comme ayant le pouvoir de décision, tandis que les femmes, lorsqu'elles travaillent hors de la maison, continuent à occuper essentiellement les créneaux du soin et de l'éducation, à des postes subalternes.
- 52 Ces émissions ne semblent pas de nature à bouleverser les représentations stéréotypées que se font les enfants ou les adolescents des métiers et des personnes qui les exercent, pas plus que celles des rôles sociaux masculins ou féminins. Loin de là! Certes, cette première observation n'est que très partielle. Mais elle est en tout point conforme à la situation américaine décrite par Signorielli (1991): les jeunes Français, à l'instar des jeunes Américains, risquent fort de ne trouver dans les programmes qui leur sont destinés (à quelques exceptions près) que des éléments susceptibles de conforter leurs représentations relatives aux rôles traditionnels de sexe.

- 53 *Les métiers «atypiques de sexe» à la télévision.* Si la télévision française offre à ses jeunes téléspectateurs des émissions extrêmement conformistes en matière de rôles professionnels ou sociaux masculin ou féminins, présente-t-elle par ailleurs certains modèles de transgression de ces rôles?
- 54 En analysant d'abord les grilles de programmes, puis les émissions qui nous ont semblé significatives, nous avons pu faire quelques observations:
- 55 Notons d'abord qu'il arrive rarement que la télévision montre des métiers exercés par des personnes minoritaires en termes du sexe habituel des personnes les exerçant: les emplois de secrétariat sont généralement tenus par des femmes et ceux de dirigeants d'entreprise ou de service par des hommes. Quand une exception se produit, elle tend à obéir à un schéma fondamental: il s'agit presque toujours de femmes dans des métiers traditionnellement exercés par des hommes. Elles font parfois l'objet de documentaires, souvent en seconde partie de soirée, dans des métiers «à risque», par exemple dans une organisation militaire: des femmes pilotes de chasse, pompières, gendarmes d'élite, etc. Certains reportages sur des sujets tels que la construction ou la conduite d'un navire leur consacrent parfois quelques minutes. C'est ainsi qu'on a pu voir dans l'émission «Thalassa» (émission diffusée en «prime time» sur la chaîne hertzienne FR3) une femme soudeuse sur le *Queen Mary 2* et une autre commandant un porte-containers. Ce sont sans doute les séries policières qui accordent aux femmes leurs principaux rôles dans des professions comportant encore une forte majorité d'hommes: femme commissaire de police ou procureur.
- 56 En ce qui concerne la représentation des femmes, nous pouvons constater une évolution: elles sont un peu plus nombreuses dans les premiers rôles des fictions et elles occupent un éventail de métiers un peu plus large qu'il y a une trentaine d'années (Signorielli *et al.*, 1999). Par contre, même si la publicité a enregistré la (lente) évolution des mœurs dans la vie quotidienne et a commencé à montrer des hommes nourrissant un bébé ou passant l'aspirateur, les hommes professionnellement «transgressifs» ne font pas l'objet de reportages, et sont extrêmement rares dans les fictions françaises. Signorielli fait un constat analogue aux États-Unis. Parmi les séries américaines retransmises en France nous avons pu identifier un héros professionnellement «transgressif», Tony Micelli, homme à tout faire dans la série «Who's the boss?» («Madame est servie» 1984), qui partage la vedette avec son employeur: une femme. Soulignons au passage que la traduction française du titre efface purement et simplement la question de la domination masculine. Dans les productions françaises, nous avons repéré Victor Novak, l'instituteur de «L'institut» (1992) dans l'étude présentée précédemment sur les séries (Egault *et al.*, 2001). Que nous montre-t-on de ces hommes qui exercent une fonction traditionnellement assurée par des femmes? Nous avons, pour chacune de ces séries étudié les synopsis, et visionné quelques épisodes. Chez deux héros exerçant deux métiers *a priori* si différents dans deux pays tout aussi différents, peut-on trouver des points communs?
- 57 Dans «Madame est servie», série présentée comme comédie, Tony est veuf et père d'une fillette. Angela, son employeur, publicitaire divorcée est mère d'un petit garçon. Le titre américain «Who's the boss?» («Qui est le patron») introduit bien les 196 épisodes de la sitcom, où court en filigrane la montée de l'attirance réciproque des deux héros, et où l'on voit l'homme de ménage dépasser largement les attributions habituelles de la fonction (le travail réel diffère sensiblement du travail prescrit, ou plutôt comprend des champs beaucoup plus vastes, tel que celui de l'éducation des enfants).

- 58 Dans la série dramatique «L'institut»¹² (9 saisons, 46 épisodes), Victor Novak (Gérard Klein), ancien juge pour enfants, est tardivement devenu instituteur. Effectuant des remplacements à travers toute la France (parfois même à l'étranger: au Québec, en Belgique, en Suisse, à Madagascar, en Tunisie) il se trouve dans chaque épisode confronté à un problème, lié à une question de société, concernant un enfant. Ce n'est donc pas un instituteur ordinaire. On le voit assez peu faire la classe ou préparer ses cours. Pétri de grands principes et de valeurs républicaines, il surgit dans sa nouvelle affectation, chevauchant sa moto, le temps de jouer les sauveurs ou les redresseurs de torts. Il a peu de relations hiérarchiques et n'a aucun problème d'autorité avec les enfants. Il est doté d'une aura certaine. Le prestige est au rendez-vous!
- 59 Malgré les différences d'origine et d'objectif des deux séries, on observe chez les deux héros des caractéristiques communes: chacun d'eux, après un premier métier jouissant d'un certain prestige (champion de baseball pour l'un, juge pour enfants pour l'autre), a opté pour un second métier moins valorisé, en fonction d'objectifs socialement considérés comme altruistes (un meilleur environnement pour la fille de l'un ou la prévention de la délinquance). Ce métier n'est donc pas un premier choix... tout se passe comme si un héros télévisuel ne pouvait pas choisir d'emblée un métier traditionnellement attribué aux femmes. Tous deux sont sans épouse: ce qui, joint à une grande mobilité (instituteur remplaçant, il change de lieu à chaque épisode), permet à l'instituteur de s'attaquer aux problèmes des autres, et à l'homme de ménage de développer peu à peu sa relation amoureuse avec son employeur. Si l'on examine avec le BSRI les traits de caractère que les scénaristes ont attribués à ces personnages, on trouve chez chacun d'eux autant de caractéristiques féminines que masculines: dévoués, sensibles et aimant les enfants, ce sont aussi des hommes autonomes, décidés et convaincus. Par contre, le statut du métier, s'il ne semble pas évoqué dans «l'Institut», joue un rôle dans «Madame est Servie»: dans l'un des épisodes, la fille de Tony n'ose pas avouer à ses amies la profession de son père; dans un autre, une jeune femme préfère à Tony un homme au statut plus prestigieux pour l'accompagner à une soirée. Bien que la morale de l'épisode valorise l'homme aux dépens du statut, il n'en reste pas moins que si l'histoire d'amour entre son employeur et lui se termine par un mariage, il a, entre temps, suivi des cours à l'université pour envisager une nouvelle profession. Dans ces deux séries, on voit donc des hommes occupant des fonctions traditionnellement dévolues aux femmes. Mais les scénaristes les font sortir largement du cadre de ces fonctions et leur conservent leur pouvoir de domination (les idées de «l'Institut» finissent toujours par triompher) ou de séduction, au-delà de la différence sociale. On peut se demander si cela est suffisant pour faire naître d'éventuelles vocations...
- 60 On a pu noter que les femmes «transgressives» en termes de rôles professionnels présentées dans les documentaires ou les séries exercent le plus souvent un métier considéré comme prestigieux, soit par le statut social (procureur, chirurgienne, commissaire de police...), soit par les risques pris (pilote de chasse¹³, ...), contrairement aux hommes occupant des emplois fréquemment exercés par des femmes. Cela n'est au fond pas très étonnant si l'on considère que la distinction emploi masculin-emploi féminin se combine sans doute au schéma social plus général de la domination masculine pour produire un tel état de fait. Néanmoins, si l'on observe que plus de la moitié (56,6%) des actifs de sexe masculin français âgés de plus de 15 ans exercent des emplois ouvriers, on ne peut que s'étonner que ces emplois – tenus par des hommes dans leur très grande

majorité – soient, quel que soit leur sexe, à ce point absents des écrans (des documentaires comme des fictions).

- 61 Si nous nous penchons à nouveau sur les métiers du secteur sanitaire/social, nous trouvons plusieurs séries en milieu hospitalier. L'hôpital permet-il de transgresser les rôles de sexe? On y croise quelques femmes chirurgiennes, dans un domaine qui, en France tout du moins, reste un bastion des hommes. Dans ces séries, si les hommes ne sont pas médecins, ils ne sont pas les personnages principaux. Quand ils sont infirmiers (comme dans *Urgences*), ils sont moins nombreux que les femmes (ils constituent le tiers des infirmiers-personnages secondaires ayant une identité). Ce sont évidemment d'excellents professionnels, et, deux sur trois ont des statures qui font qu'on les requiert pour maîtriser par la force certains patients ou visiteurs agressifs. Sur ce point, ils se différencient de leurs collègues femmes et peuvent reconquérir par la force le prestige que leur statut ne leur apporte pas.
- 62 Il semble donc que, d'une manière générale, les rares hommes montrés dans les séries télévisuelles dans des métiers habituellement exercés par des femmes, conservent des attributs – tels l'autonomie, le prestige, la compétence, la force – qui leur permettent de réaffirmer les rapports sociaux de sexe traditionnels.

Conclusion

- 63 Au terme de ce tour d'horizon plusieurs phénomènes peuvent être soulignés. Le premier est que la télévision tient toujours une place très importante dans les activités de loisirs de l'immense majorité des jeunes. Le second est que tous les travaux sur son éventuelle influence vont dans le sens d'une même conclusion: le fait de la regarder n'est pas sans conséquence en termes de conduites, de représentations, de manières de voir les choses, de valorisation de certains styles de vie, etc. Certes, les processus en jeu sont complexes: ils ne se réduisent pas à de simples conditionnements (même si, dans certains cas, des phénomènes de cet ordre ne sont pas à exclure). Ils renvoient aussi à des phénomènes d'identification, de «modelling», d'imitation, etc. Par ailleurs, la télévision rend particulièrement saillants certains faits sociaux qu'elle contribue sans doute parfois à produire (par exemple des débats sociaux sur de «grands thèmes» comme l'insécurité ou le réchauffement climatique). Corrélativement, la télévision contribue sans doute à l'ignorance d'importants phénomènes qu'elle laisse dans l'ombre (tels la question de l'extraordinaire déficit de travail décent dans le monde décrit depuis une dizaine d'années par le Bureau International du Travail (International Labour Office, 2001, 2006).
- 64 Notre troisième observation est que les principales chaînes de la télévision française montrent, notamment aux heures de grande écoute, de multiples professionnels, activités professionnelles et rôles professionnels, etc., que ce soit dans des fictions ou dans des films documentaires. Bien qu'il n'y ait que peu d'études rigoureuses sur ces questions, il semble bien que ces programmes exercent une influence sur les choix d'orientation des jeunes (par exemple: en générant l'idée générale de «travailler dans la communication» ou par la médiation d'une identification à un personnage de fiction).
- 65 Notre quatrième conclusion est que l'information diffusée par la télévision sur les métiers et professions – soit de manière explicite par des documentaires, soit de manière implicite à travers les activités manifestées par les personnages des fictions – n'est pas fautive. Mais elle est très partielle: des pans considérables du monde du travail sont

gommés. C'est le cas par exemple des emplois ouvriers ou employés. Le téléspectateur voit essentiellement des hommes, jeunes, blancs, exerçant des emplois qualifiés ou prestigieux. D'une manière générale, le travail en entreprise industrielle n'est pas montré. Par ailleurs, des activités qui occupent une partie considérable du temps de travail réel des personnes (par exemple: les tâches administratives des nombreux juges, avocats, commissaires de police, médecins, infirmiers, etc. qui font les beaux jours de feuilletons et séries télévisées) sont à peu totalement effacées. Si l'information est rarement fautive, elle est très fortement biaisée.

- 66 Le cinquième phénomène que nous pouvons souligner est que la télévision donne une image très traditionnelle, voire rétrograde, des rôles professionnels en termes de genre. Ainsi, les médecins sont d'autant plus fréquemment des hommes qu'ils occupent des positions de chef alors que les infirmières ou les secrétaires sont presque toujours des femmes. On observe néanmoins quelques exceptions telles que des femmes commissaires de police ou un homme instituteur. Cependant tout se passe alors comme si le stéréotype mis en cause devait être «compensé» par des traits ou des attitudes qui le rétablissent. Par exemple, si la femme infirmière-chef de la série «Urgences» exerce son rôle professionnel en y déployant des qualités considérées socialement comme masculines, à son domicile, elle manifeste tous les attributs socialement considérés comme féminins. Le schéma est le même pour la commissaire «Julie Lescaut» (qui est le prototype de la mère de famille exemplaire) et pour «L'Instit», dont la grosse moto et l'ensemble des attitudes et conduites manifestent la masculinité. Ce sont les jeunes enfants qui semblent cependant soumis à la vision la plus stéréotypée et la plus conservatrice possible des rôles professionnels: dans les émissions qui leur sont destinées, les hommes tiennent des rôles socialement masculins d'une manière tout à fait masculine et les femmes des rôles socialement féminins, d'une manière particulièrement féminine...
- 67 Au total, il y a donc peu de chances qu'un jeune (enfant, adolescent ou adulte émergent) regardant la télévision aujourd'hui en France (à l'exception de quelques rares documentaires, émissions que la majorité d'entre eux évite de regarder, si l'on en croit leur dire), y trouve des éléments d'information sur le travail tel qu'il se développe aujourd'hui pour l'immense majorité des actifs. Est-ce parce qu'une telle réalité serait trop difficile (dans tous les sens de ce terme) à montrer? Est-ce parce que les annonceurs qui financent les programmes par la publicité ne le souhaitent pas? Est-ce parce que les professionnels de la télévision vivent dans un monde socialement très éloigné de celui de la majorité des actifs d'aujourd'hui?
- 68 Quelle que soit la nature de ces obstacles, on ne peut que souhaiter voir apparaître à brève échéance des fictions qui aborderaient cette question. Afin de stimuler les scénaristes, esquissons pour conclure quelques traits de deux des personnages centraux pour une telle fiction d'un genre nouveau. L'un d'eux serait une jeune femme. Après avoir obtenu son baccalauréat bureautique, elle aurait trouvé, avec beaucoup de difficultés, un CDD d'opératrice dans un atelier de production d'automobiles, organisé de manière «toyotiste». Faisant un travail de grande qualité, elle espérerait obtenir un CDI. Elle ferait la connaissance d'un jeune collègue: un jeune homme, né en France de parents immigrés et ayant obtenu un BEP de mécanique...

BIBLIOGRAPHIE

- Beullens, K., & Van den Bulck, J. (2007). The relationship between docu soap exposure and adolescents' career aspirations. *European Journal of Communication*, 22(3), 355-366.
- Brocard, V. (1999). Les héros sont trafiqués. *Télérama* 2568, 78.
- Caille, J.-P., & de Montfort, A. (1999). Les collégiens et la télévision. Paris. *Note d'information du ministère de l'Éducation nationale, de la Recherche et de la Technologie* 99.38.
- Caruel-Fauvelle, L., Longe, C., Pertuis-Dubourg, S., & Salle, S. (2000). *Représentations des métiers à la télévision*. Mémoire de DECOP sous la direction de C.Bigeon, Paris: INETOP.
- Courbet, D., & Fourquet, M.-P. (2003). *La télévision et ses influences*. Bruxelles: De Boeck.
- Diwo, F. (1997). *La télé, si vous saviez*. Paris: Plon.
- Dumora, B. (1990). La dynamique vocationnelle chez l'adolescent de collège: continuité et ruptures. *L'Orientation Scolaire et Professionnelle*, 19(2), 111-127.
- Dumora, B. (1998). Expérience scolaire et orientation. *L'Orientation Scolaire et Professionnelle*, 27(2), 211-243.
- Egault, N., Gil-Gonzalez, A., Girard-Mancini, C., Marinier-Sterc, P., Pires, V., Vadot, C., & Visiedo-Petitjean, C. (2001). *Représentations des métiers dans les fictions et documents didactiques*. Mémoire de DECOP sous la direction de C. Bigeon. Paris: INETOP/CNAM.
- Épiphane, D. (2006, 15-17 mai). *Intériorisation des stéréotypes de sexe dans la prime enfance. L'exemple de la représentation des métiers dans les livres pour enfants*. Communication présentée au colloque *Repenser la justice dans le domaine de l'éducation et de la formation*, UMR Éducation & Politiques, Lyon France.
- Fisher-Keller, J.E. (2002). *Growing up with television: Everyday learning among young adolescents*. Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Froger, D., & Lefebvre, C. (2007). *Transformer le sexe du héros télévisé: impact sur les représentations professionnelles des adolescents*. Mémoire de DECOP sous la direction de C.Bigeon. Paris: INETOP/CNAM.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1994). *Growing up with television: The cultivation perspective*. Hillsdale (NJ): Media effects.
- Gottfredson, L.S. (1981). Circumscription and compromise: A developmental theory of occupational aspirations. *Journal of Counseling Psychology Monograph*, 28, 545-579.
- Guichard, J., & Huteau, M. (2006). *Psychologie de l'orientation*. Paris: Dunod.
- Guillaume, K., & Pautrot-David, M. (2006). *Impact des pratiques télévisuelles sur les représentations professionnelles sexuées des adolescents*. Mémoire DECOP sous la direction de C.Bigeon. Paris: INETOP/CNAM.
- Hall, S. (2008). *Identités et cultures. Politique des Cultural Studies*. Paris: éditions Amsterdam.
- Hartung, P.J., Porfeli, E.J., & Vondracek, F.W. (2004). Child vocational development: A review and reconsideration. *Journal of Vocational Behaviour*, 66, 385-419.

- Hoffner, C., Levine, K., Sullivan, Q., Crowell, D., Pedrick, L., & Berndt P. (2006). TV Characters at work: Television's role in the occupational aspirations of economically disadvantaged youth. *Journal of Career Development*, 33(1), 3-18.
- Huston A., Wright J., Fitch M., Wroblewski R., & Piemyat S. (1997). Effects of documentary and fictional television formats on childrens' acquisition of schemata for unfamiliar occupations. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 18, 563-585.
- International Labour Office. (2001). *Reducing the decent work deficit. International conference 89th session 2001* (Report to the Director General). Geneva: International Labour Office.
- International Labour Office. (2006). The decent work deficit: A new ILO report outlines the latest global employment trends. *World of Work*, 56, 12-15.
- Jacquemain, M., Casman, M.-T., Dizier, C., Nibona, M., & Willems, I. (2006). *La télévision, le sexisme, les jeunes: une relation complexe. L'intégration par les jeunes des stéréotypes sexistes véhiculés par les médias*. Institut des Sciences Humaines et Sociales Université de Liège (rapport pour la Direction de l'Égalité des Chances du ministère de la Communauté française de Belgique).
- Krumboltz, J.D. (1979). A social learning theory of career decision making. In A.M. Mitchell, G.B. Jones, & J.D. Krumboltz (Eds.), *Social Learning and Career Decision Making* (pp.19-49). Cranston, RI: The Carroll Press.
- McCombs, M.E., & Shaw D.L. (1972). The agenda setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- Macé, E. (2006). *La société et son double. Une journée ordinaire de télévision*. Paris: Armand Colin.
- Marro, C. (2002). Évaluation de la féminité et de la masculinité et auto-attribution des qualificatifs «féminin» et «masculin». Quelle relation? *L'Orientation Scolaire et Professionnelle*, 31(4), 545-563.
- McMahon, M., & Patton, W. (1997). Gender differences in children and adolescent's perceptions of influences on their career development. *The School Counselor*, 44, 368-376.
- O'Bryant, S., & Corder-Bolz, C.R. (1978). The effects of television on children's stereotyping of women's work roles. *Journal of Vocational Behavior*, 12, 233-244.
- Pasquier, D. (2005). *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*. Paris: Autrement.
- Reiser M., & Gresy, B. (2008). *L'image des femmes dans les médias*. Paris. La documentation française (Rapport de la commission de réflexion sur l'image des femmes dans les médias pour le Secrétariat d'État à la Solidarité).
- Servantie, M.-H. (2004). Il était une fois... les séries télé. *Magazine La Vie n°3075*, 72-73.
- Shapiro, S. (1999). When an ad's influence is beyond our conscious control: perceptual and conceptual fluency effects caused by incidental ad exposure. *Journal of Consumer Research*, 26, 16-36.
- Signorielli, N. (1991). *A Sourcebook on Children and Television*. New York: Greenwood Press.
- Signorielli, N., & Bacue, A. (1999). Recognition and respect: A content analysis of prime-time television characters across three decades. *Sex Roles*, 718, 527-544.
- Tisseron, S. (2000). *Enfants sous influence. Les écrans rendent-ils les jeunes violents?* Paris: Armand Colin.

NOTES

1. Cette publication s'appuie notamment sur les travaux de recherche réalisés, sous la direction de Christine Bigeon, par Florence Caruel-Fauvelle, Nathalie Egault, Delphine Froger, Ariadna Gil Gonzalez, Catherine Girard-Mancini, Karine Guillaume, Corine Lefebvre, Christèle Longe, Pascale Marinier-Sterq, Sandrine Pertuis-Dubourg, Marianne Pautrot-David, Valérie Pires, Sandrine Salle, Sandrine Vadot, Christine Visiedo-Petitjean.
 2. *Media Psychology*, revue interdisciplinaire à l'intersection de la psychologie et des médias, éditée par Taylor & Francis, Inc., 325 Chestnut Street, Suite 800, Philadelphia, PA 19106.
 3. DVD Studio Classics.
 4. Mouvement dont se réclament de grandes universités (John Hopkins), des organismes gouvernementaux ou des ONG telles «PCI-Media Impact's» («Population Communications International»). Ils utilisent les médias (séries radio et télévisuelles, bandes dessinées, documentaires, annonces de service public) pour mobiliser les individus, les communautés et l'action politique dans les domaines de la santé, l'environnement et le développement durable, les droits de la personne etc.
 5. Biberian, J.-P. (2009, 16 juin), Série «Recherches», <http://www.serie-recherches.org> (page consultée le 19 juin 2009).
 6. Deschryver, F., Critique de la série «Les chevaliers du ciel». http://www.dvdcritiques.com/critiques/DVD_visu.aspx?dvd=1639 (page consultée le 12 janvier 2009).
 7. Communiqué de presse «Mediamat mensuel», 2 octobre 2009.
 8. APEC, «Femmes cadres 2005».
 9. Media watch, Toronto (1995), «PCI-Media Impact's. A comparative study of women and the media, including data, from 71 countries throughout the world».
 10. INSEE, nomenclature 1982.
 11. <http://www.recensement-1999.insee.fr>.
 12. Série télévisée franco-suisse, créée par Pierre Grimblat avec Didier Cohen et diffusée du 17 février 1993 au 23 juin 2004 sur France 2.
 13. Reportage télévisé, «Femmes pilotes de chasse: du rêve à la réalité», diffusion France
-

RÉSUMÉS

Différents travaux en psychologie de l'orientation ont souligné le rôle que pouvaient jouer les personnages ou les personnes montrés à la télévision dans la formation des intentions d'avenir des adolescents. Par ailleurs, les spécialistes de l'étude des médias ont étudié comment la télévision pouvait infléchir certaines conduites ou représentations, voire certains styles de vie des téléspectateurs. Après avoir passé en revue ces travaux, l'article se focalise sur les professionnel(le)s donné(e)s à voir par la télévision au moyen d'une analyse systématique de tous les programmes diffusés en « prime time » sur les chaînes hertziennes françaises pendant une semaine. Si l'échantillon des professionnels représentés est sans rapport avec les réalités sociologiques du travail aujourd'hui, les activités professionnelles montrées – aussi bien dans les fictions que dans les documentaires – sont généralement réalistes. Elles occultent néanmoins certaines tâches importantes et épousent sans réserve les stéréotypes de genre relatifs aux

professions. Les émissions destinées aux jeunes enfants apparaissent particulièrement caricaturales tant elles vont dans le sens d'un renforcement massif de ces rôles sociaux de sexe.

In the field of career counselling psychology, some surveys have stressed the role that some characters or people seen on television may play in adolescents' career prospects. In other respects, media specialists have studied how television could inflect some behaviours or representations, or even some viewers' way of life. After a research literature, this paper focuses on the professionals shown on television, by analysing systematically the whole programs broadcasted in prime time on the French hertzian channels during a week. While the sample of these professionals doesn't fit the sociological realities of nowadays work, professional activities are depicted mostly realistically, in fictions as well as in documentaries. Nevertheless, they occult some important tasks and take up unreservedly the gender stereotypes about professions. Broadcasts for young children seem particularly caricatured, as they greatly emphasize those social gender roles.

INDEX

Mots-clés : Adolescent, Choix d'orientation, Enfant, Genre, Influence, Profession, Télévision

Keywords : Adolescent, Career choice, Child, Gender, Influence, Profession, Television

AUTEURS

CHRISTINE BIGEON

est Doctorante (INETOP-CNAM). Équipe «Psychologie de l'orientation» du Centre de Recherche sur le Travail et le Développement (EA4132). Courriel: christine.bigeon@aliceadsl.fr.

ODILE DOSNON

est Formatrice (INETOP-CNAM). Chercheuse associée à l'Équipe «Psychologie de l'orientation» du Centre de Recherche sur le Travail et le Développement (EA4132). Courriel: odile.dosnon@cnam.fr.

JEAN GUICHARD

Professeur de Psychologie (INETOP-CNAM) et Responsable de l'équipe de «Psychologie de l'orientation» du Centre de Recherche sur le Travail et le Développement (EA4132). Courriel: jean.guichard@cnam.fr