

# Mihaela OPRESCU

4<sup>ème</sup> année de doctorat en psychologie / Allocation doctorale de la Région Ile-de-France obtenue en 2004 / Thèse préparée sous la direction de Claude Chabrol / Groupe de recherche en psychologie de la communication, Université Paris III

**Titre de la thèse :** ANALYSE EN RÉCEPTION DE L'IMPACT DE LA PRESSE FÉMININE SUR DES FEMMES AYANT DES PROFILS DE GENRE DIFFÉRENTS

## RESUME DU PROJET

Dans la critique féministe des médias, l'image de la femme cède la place à des représentations multiples des femmes. Les femmes négocient leurs identités dans l'environnement familial, social et professionnel. L'identité n'est pas fixe et elle ne dépend pas complètement du sexe ou du genre. Une femme peut être féminine dans la sphère privée et masculine dans la sphère professionnelle ou publique, ou l'inverse. Une femme féminine est une personne de sexe féminin ayant un genre féminin, dont le profil psychologique se compose majoritairement des traits de personnalité féminins. Une femme moins féminine est une personne de sexe féminin, dont le genre varie de féminin à masculin, selon le nombre des traits de personnalité masculins de son profil.

L'influence des médias sur les femmes est un aspect très problématique, à cause des conséquences sur leur estime de soi, leur style de vie ou sur leurs habitudes alimentaires. On ne tient pas compte du fait que la réception des messages médiatiques par des femmes peut varier selon leur personnalité, féminine ou traditionnelle, ou moins féminine, voire masculine. Cette analyse a tenté de comprendre comment des femmes aux profils différents +/- féminin réagissaient à la lecture d'un article de beauté/jeunesse +/- traditionnel.

L'appréciation de l'article, de la presse féminine en général, de l'influence positive/négative de la presse sur l'image de soi ont varié significativement selon le profil des femmes sélectionnées (selon un questionnaire de personnalité effectué préalablement). Les femmes plus féminines ont été plus influencées par le discours beauté/jeunesse traditionnel (avec des normes strictes à suivre) que les femmes plus masculines, qui ont apprécié le message moins traditionnel, qui ne proposait pas de canons de beauté ou de jeunesse.

## BIBLIOGRAPHIE SÉLECTIVE

BEM Sandra L., *The Measurement of psychological androgyny*, Journal of Consulting and Clinical Psychology n°42, 1974, pp. 155-162

BUTLER Judith, *Trouble dans le genre*, Paris, Editions de la Découverte, 2005

CHABROL Claude, *Le récit féminin : contribution à l'analyse sémiologique du courrier du coeur et des entrevues ou enquêtes sur la femme dans la presse féminine actuelle*, Paris, Mouton, 1971

VAN ZONEN Liesbet, *Feminist Media Studies*, London, Sage Publications, 1994