



JOURNEE D'ETUDES INTERNATIONALE, 23 JUIN 2022, BICHKEK, KHIRGHIZE NATIONAL UNIVERSITY

« Regards croisés : l'image de la femme dans la chanson et le cinéma contemporains en Asie centrale et en France ».

Femme mère, femme épouse, femme soumise, femme indépendante, femme célibataire ;
Femme au foyer, femme « en activité » ; jeune femme, femme mûre, femme âgée

C'est un sujet volontairement très vaste qui ouvre à un programme d'échanges scientifiques entre des chercheur.e.s d'établissements partenaires de l'université de Poitiers, notamment d'Asie centrale. Cette Journée d'Etudes, portée par le laboratoire MIMMOC et la Faculté des Langues de l'Université Nationale Kirghize constitue le premier volet d'une réflexion sur l'image de la femme dans la société contemporaine à partir de formes d'expression de culture populaire : publicité, presse grand public, cinéma, chanson. Le public concerné par cette culture est représentatif d'une grande partie de la population – tout âge, sexe, niveau social et professionnel confondus.

S'il est vrai, comme le souligne Gaëlle Lacaze, que « Durant la socialisation, le corps sexué et sexualisé incarne une subjectivité qui s'y façonne *par* et *dans* le regard d'autrui. Diffus et continu, l'effort collectif de socialisation fabrique un humain total apte à produire et reproduire son groupe. Il crée des identités distinctives instituées par un arbitraire culturel », force est de constater que dans les différentes sociétés il existe une marge d'opposition à ces normes établies.

Dans cette Journée d'Etudes, qui s'adresse tout particulièrement à un public de doctorant.e.s, il s'agira de s'interroger sur des représentations, des images plurielles de femmes qui, selon les différents lieux, milieux sociaux et contextes (ex. : contexte rural/urbain), sortent – ou essaient de sortir - des rôles traditionnels assignés tacitement dans lesquels elles étaient renfermées dans le cinéma et la chanson, jusqu'à présent.

Dans quelle mesure la répartition traditionnelle des tâches, des fonctions, des espaces entre femmes et hommes est-elle encore présente chez les jeunes générations d'aujourd'hui ? Depuis une cinquantaine d'année, dans nos sociétés « les assignations genrées » deviennent moins rigides dans les films et chansons et, en même temps, la place et le rôle des médias, d'internet et des réseaux sociaux qui les diffusent se sont considérablement accrus, devenant omniprésents dans notre quotidien. Une analyse de ces phénomènes nous apparaît donc nécessaire et particulièrement intéressante quand elle concerne des aires géographiques moins connues en Occident.

Est-ce que les médias et la culture, au cœur de la représentation du genre et de sa construction, peuvent contribuer à forger une nouvelle culture de genre ?

Pistes de réflexion (non exhaustives) :

CHANSON :

- image de la femme dans les textes des chansons de nos jours
- l'image de la femme dans les clips vidéo
- chansons interprétées par des chanteurs ou des chanteuses : points communs et différences
- réception par le public : préférence, appréciation, réactions selon la typologie du public
- canaux de diffusion de la chanson contemporaine (Festivals majeurs, différents médias ..) : quel choix de chansons et quelles modalités de diffusion sont privilégiés ?

CINEMA : regards croisés Asie centrale - France

- > étude de films qui mettent en relation des aspects de la culture de pays d'Asie centrale et de la France (approche comparative). L'image de « l'autre, femme ».
- > l'image de la femme dans le cinéma du XXIe siècle en Asie centrale : quels changements entre les jeunes de nos jours, leur mères et grand-mères ?
- > cinéastes femmes : une représentation différente des personnages féminins dans le cinéma ?

Les propositions de communication opteront, sans que la liste des perspectives ne soit exhaustive, pour une approche sociolinguistique, socio-historique, socio-culturelle ; études de genre. Langues de communication : français, anglais, russe.

Les propositions de communication seront soumises à évaluation. Les communications ne dépasseront pas 30 minutes. Vous pouvez soumettre votre proposition de communication, sous forme d'un résumé de 150 mots accompagné d'un court CV, aux adresses électroniques suivantes :

licia.bagini@univ-poitiers.fr et maria-janna@yandex.com.

Date limite d'envoi des propositions : 30 mars 2022

Organisation scientifique

Licia Bagini, MIMMOC, Université de Poitiers

Maria Akcheekeva Sultanova, National Kirghiz University