

R e l i g i o n s & m é d i a s

*

Coordination : Frédéric Antoine (UCL, ILC/Pcom) & David Douyère (Université de Tours, Prim).
Date limite d'envoi des propositions : 1^{er} décembre 2017 (articles complets).

Objectif du numéro

L'objectif de ce dossier de la *Revue française des sciences de l'information et de la communication* est de faire le point sur la recherche francophone sur les religions et les médias, voire de contribuer à la réactiver. Ce numéro voudrait en effet interroger les discours médiatiques sur le religieux, mais aussi la façon dont les religions s'approprient et se sont appropriées les médias, la façon dont, enfin, les technologies numériques d'information et de communication (TNIC) sont pensées au miroir des médias.

Perspectives scientifiques du numéro

Les religions rencontrent les médias en deux endroits : dans l'information que ces derniers donnent à leur propos et dans la façon dont elles-mêmes s'emparent de ceux-ci, en créant leurs propres médias, pour diffuser une information qui leur soit propre.

Les religions apparaissent parfois dans l'information : soit à l'occasion d'une fête, de l'action d'un religieux éminent, d'une mobilisation politique (« La Manif pour tous »), d'un fait divers, d'une actualité dramatique ou d'un scandale... Le discours qui les nomme et les décrit, l'image qui les montre dans les médias généralistes s'efforcent alors de faire connaître « un monde à part », ou de développer une enquête à leur propos. Une tension entre l'information et l'apologétique apparaît alors, car s'il s'agit de parler d'une religion, il ne s'agit pas pour autant, pour les médias d'information généralistes du moins, de s'en faire le porte-voix. Car ces médias ont bien compris que les religions mobilisaient la communication pour paraître, séduire, et amener à elles ; la parole qui les dira ne doit donc pas être prosélyte. De cette tension, peut émaner un retrait à l'égard du religieux, une façon de ne pas dire ce qui en anime le cœur. Les moines paraissent alors s'être isolés dans la montagne pour produire du fromage ou de la liqueur en toute quiétude (et en chantant), les juifs se balancent en récitant la Torah par fidélité à la tradition et par goût de l'étude sinon pour être entre soi, des bouddhistes recherchent la paix, les musulmans la pudeur et le bonheur familial, etc. La culture médiatique, ou du moins journalistique, peut également éprouver une gêne à l'égard du religieux, ou de certaines religions, sorties de la culture d'un pays ou étrangères à celle-ci. En contexte de laïcité, plus globalement, l'information à propos des religions s'inscrit dans une perspective de neutralité et de défiance, quand elle n'est pas d'accusation.

L'emprise que les religions ont pu ou peuvent souhaiter exercer sur l'espace public peut en être la cause légitime.

Les médias sont certes un lieu où se dit et se montre le religieux mais aussi un outil dont s'emparent les religions quand elles créent des magazines, un réseau radiophonique, animent une radio ou une télévision, un site internet. Les médias confessionnels ou thématiques, comme les médias d'opinion, peuvent en effet adopter une autre attitude à l'égard du religieux. Des membres de mouvements religieux se forment aux médias et en deviennent professionnels pour permettre un autre regard sur leur religion, et produire une information – ou une propagande – qui ne reconduise ni les clichés, ni les stéréotypes ni les réticences dont les médias semblent difficilement se défaire. La production médiatique sur le religieux recèle en effet des enjeux d'identité sociale et culturelle, autant que politiques.

Ce dossier de la *Revue française des sciences de l'information et de la communication* voudrait donc interroger le rapport des religions aux médias, et des médias au religieux, autour de trois axes :

- 1- *Les médias religieux* – Comment les religions réalisent une appropriation médiatique, investissent dans les médias (tels les assomptionnistes en France avec le groupe Bayard), forment leurs membres, encouragent l'action médiatique ? Quels programmes médiatiques construisent-elles, comment, avec quelles contraintes ? Quelle est la part du rituel, du « spirituel » et du profane dans les thématiques abordées ? Que contient et que propose la presse confessionnelle ? Quels programmes diffusent une radio ou une télévision, ou un site web confessionnels ? Quels rôles entendent-ils jouer au sein d'une « communauté » socio-culturelle et religieuse ? Comment leurs publics s'approprient-ils ces médias ? Quelles sont leurs relations aux autorités religieuses, quand elles existent ?
- 2- *Le religieux dans les médias* – Comment les religions apparaissent-elles dans les médias ? Qu'est-ce qui se dit et se montre d'elles ? Seulement des scandales, le rapport au sexe, au pouvoir ou à l'argent ? Quelque chose de ce qui motive et anime le propos religieux se trouve-t-il repris dans les médias ? Quelle part est-elle faite au religieux local (une paroisse, une synagogue, une mosquée) face au religieux suréminent (le pape catholique, le Grand rabbin de France, les Musulmans de France, ex-UOIF...) ? Quelle place prennent les « affaires » qui surgissent au sein de groupes religieux (pédophilie des clercs, enseignement du créationnisme, racisme, misogynie, homophobie...) dans les médias ? Comment une alarme à l'égard du religieux (comme à propos de l'Islam) se forme-t-elle dans les médias ? Comment la référence religieuse se trouve-t-elle écartée quand elle dérange (« Islam » djihadiste des attentats revendiqués par Daesh, par ex.) et vient heurter une définition et une pratique plus conventionnelle du religieux ?
- 3- *Le numérique religieux dans les médias* – Les médias se font souvent l'écho des initiatives numériques portées par des confessions religieuses (applications pour le Ramadan, pour le Chabbat, *Geoconfess*, *Click to Pray*, *Top Chrétien*, etc.), comme si le caractère innovant de ces applications contrastait avec le caractère désuet par excellence des religions. Les médias religieux mettent eux-mêmes en avant certains de ces dispositifs numériques. En quels termes le font-ils ? Quelle place est faite au lien entre technologie et religions dans

les médias ? Comment ces techniques sont-elles traitées, et dans quelle perspective ?
Permettent-elles de moderniser la représentation du religieux ?

Ce dossier entend rassembler des travaux inédits et documentés, inscrits dans une approche historique, politique, sociologique, anthropologique et avant tout communicationnelle, qui nourrissent la réflexion sur le lien entre médias et religions, dans une perspective sociale et politique, en s'intéressant aux contenus médiatiques autant qu'à leur réception, et à leur cadre structurel. Les approches discursives, sémiologiques, socio-économiques, historiques, sociologiques, sont également les bienvenues, dans leur diversité. La perspective adoptée ne porte pas sur les dispositifs numériques religieux en tant que tels, mais sur l'ensemble des médias mobilisés et constitués par des religions, ou les représentant, ce qui constitue une façon d'approcher la place du religieux dans l'espace public.

*

* *

Les articles complets attendus (pas d'envoi préalable de résumés), en langue française, comportent environ 30 000 signes espaces comprises, hors bibliographie, et seront adressés à Frédéric Antoine (frederic.antoine@uclouvain.be), professeur à l'Université catholique de Louvain (ILC/Pcom ; Comu) et David Douyère (david.douyere@univ-tours.fr), professeur à l'Université de Tours (Prim), coordinateurs du dossier, avant le 1^{er} décembre 2017, pour évaluation en double aveugle par le comité scientifique de la revue (<http://rfsic.revues.org/206>). On privilégiera la clarté et la précision du propos. Une attention particulière sera portée à la méthodologie de la recherche (corpus, terrain). Pour les normes, se référer à celles de la revue : <https://rfsic.revues.org/401>. Le dossier sera publié dans le numéro 13 de la revue en juillet 2018.

La *Revue française des sciences de l'information et de la communication* (<http://rfsic.revues.org/>) est une revue scientifique en ligne éditée par la Société française des sciences de l'information et de la communication, inscrite dans la liste des revues scientifiques établie par le Conseil national des universités (section 71, sciences de l'information et de la communication) et le Haut Conseil de l'évaluation de la recherche et de l'enseignement supérieur.

* *

*