



Appel à contributions pour le volume 12, n° 2(24)/ 2019

## ESSACHESS – Journal for Communication Studies<sup>1</sup>

[www.essachess.com](http://www.essachess.com)

<http://www.essachess.com/index.php/jcs/announcement/view/27>

**Genre, religions et médias: thématiques et perspectives émergentes**

### Coordination :

Magali DO NASCIMENTO CUNHA, professeure des universités, Brazilian Society on Interdisciplinary Studies on Communication/INTERCOM, Communication and Religion Research Group, Media, Religion and Culture/MIRE Study Group, BRAZIL

e-mail : magali.ncunha@gmail.com

Tout au long de l'histoire de l'humanité, des groupes sociaux ont construit des modes de vie et cultures qui ont défini des rôles spécifiques pour les hommes et pour les femmes. Avec la création de tels rôles, une nouvelle idéologie du patriarcat est apparue dans diverses cultures, qui a établi que la base de l'organisation sociale et de l'ordre social repose sur le pouvoir de l'homme comme leader, pourvoyeur pour la famille et même protecteur de l'espèce. Comme l'histoire le montre, cette idéologie a été construite, reproduite et diffusée par le biais de l'éducation, de la religion, du droit, des médias...

Dans le même temps, il est important de souligner que le but d'une idéologie est de changer la perception de la réalité et rendre les choses apparemment naturelles afin que les hommes et les femmes adoptent les nouvelles idées et attitudes, les reproduisent et les diffusent davantage. Rappelant les réflexions d'un éducateur brésilien, Paulo Freire, une nouvelle idéologie crée toujours une culture du silence et de la domestication, ce qui contribue à ancrer la nouvelle idéologie dans le tissu social au point que lorsque les gens sont appelés à réfléchir à des voies alternatives, ils s'y opposeraient en disant : « Non, ça a toujours été comme ça ».

Néanmoins, cette idéologie du patriarcat avait été de plus en plus contestée en Occident. Les mouvements féministes qui, aux XIXe et XXe siècles, ont germé de nouvelles idées sur le genre, ainsi que les progrès de la science et de la technologie ont renforcé et consolidé un processus de contestation. L'un des résultats de cette contestation a été l'émergence du concept de genre au-delà du féminin et du masculin, en tant que catégorie scientifique analytique, dérivée des réflexions de la philosophe Simone de Beauvoir, qui a déclaré qu'« on ne naît pas, mais on devient une femme ». Un autre résultat de cette contestation a été le développement de l'autonomie de la sexualité par rapport à la reproduction humaine.

Par conséquent, le concept de « genre », en tant que catégorie scientifique analytique, défie à la fois les sciences sociales et les sciences humaines, permettant d'étudier les nouvelles significations du masculin et du féminin comme genre, tout en défiant ce que signifie être un homme ou une femme du

---

<sup>1</sup> The journal *ESSACHESS* is covered in Scopus Elsevier, ProQuest CSA, EBSCO Publishing, Index Copernicus, DOAJ, Ulrich's, Gale, J-Gate, CEEOL, Genamics Journal Seek, SSRN, GESIS – Leibniz Institute for the Social Sciences, Social Science Open Access Repository (SSOAR), MLA Directory, and DRJI (Directory of Research Journal Indexing) databases. The journal is also recognized by HCERES - French Evaluation Agency for Research and higher Education and sustained by the Agence Universitaire de la Francophonie.

point de vue de la compréhension historique de ces catégories fixes. En ce sens, on peut conclure que ce n'est pas la catégorie de sexe qui détermine la compréhension de la vie, mais la catégorie de genre qui remet en question ces classifications historiques fixes conçues par le patriarcat sur ce que signifie être un « homme » ou une « femme ». Cette dynamique ouvre également de nouvelles compréhensions et perspectives sur l'homosexualité et l'homoaffectivité.

En ce qui concerne la contestation de l'idéologie patriarcale, des progrès ont été accomplis au cours de l'histoire en matière de justice pour les hommes et les femmes (reconnaissance du genre, représentation du genre, droits des femmes, etc.), mais il reste encore beaucoup à faire dans la vie sociale. Dans ce processus, les religions organisées jouent un rôle important, en particulier celles qui sont ancrées dans l'idéologie patriarcale, qui répriment les mouvements pour la justice de genre ou sont ouvertes au changement.

Les médias ont représenté et engagé la dynamique de l'idéologie patriarcale tout au long de ces tensions et de son progrès en l'affirmant ou en s'y opposant par divers processus de communication tels que le journalisme, la publicité, le divertissement, les médias sociaux, etc. En tant que telles, les religions organisées ont été identifiées non seulement en tant que participants aux récits et discours sur l'idéologie patriarcale, mais également en tant que protagonistes ou producteurs.

Bien que les études interdisciplinaires sur les médias et la religion aient été consolidées avec succès dans les domaines de l'enseignement et de la recherche, leur intersection avec les études sur le genre reste encore peu développée. Peu d'attention a été accordée au sujet de la femme et du féminin dans l'étude des relations entre médias et religion, et une attention extrêmement insuffisante a été accordée à l'homoaffectivité. Cependant, il existe une opportunité de recherche importante en raison de la diversité des thèmes et des phénomènes qui se produisent quant au genre, d'une part, et quant à l'intersection de la religion et des médias, d'autre part.

Par conséquent, le présent numéro d'*Essachess - Journal for Communication Studies* tente de combler cette lacune en explorant les thèmes et les perspectives émergents qui se situent à la triple intersection du genre, de la religion et des médias. Les propositions d'articles se focaliseront sur des approches théoriques et des études de cas axées sur les problèmes des femmes, en relation avec les thèmes de recherche suivants (non exhaustifs) :

- (1) la représentation, l'expression et l'identité des femmes au travers des contenus médiatiques laïques et religieux ;
- (2) représentations et expressions religieuses des femmes dans les médias laïques et religieux ;
- (3) place (rôle, influence, autorité, visibilité, leadership) des femmes religieuses (dans des contextes institutionnels et non institutionnels) dans les médias religieux ;
- (4) actions des femmes religieuses dans la lutte pour l'égalité des sexes dans les médias religieux et laïques ;
- (5) approches et représentations de l'égalité des genres dans les religions du monde à travers les médias laïques ;
- (6) approches et représentations de l'égalité des genres dans les religions du monde à travers les nouveaux médias.

**Dates importantes :**

- **2 avril 2019** : envoi de la proposition d'article en anglais ou en français sous forme d'un résumé d'environ 2 pages (comportant 5 mots-clés et bibliographie sélective récente) ;
- 22 avril 2019 : notification des résultats ;
- **15 juillet 2019** : soumission intégrale de l'article (6000-8000 mots) ;
- 15 octobre 2019 : acceptation définitive de l'article.

Les articles complets et les questions complémentaires doivent être adressées à :

[essachess@gmail.com](mailto:essachess@gmail.com)

Les auteurs dont les articles auront été acceptés en seront avisés par e-mail.

**La revue sera publiée en décembre 2019.**