

## **The Canadian Journal of Communication**

**Éditeurs invités: Jeremy Stolow et Alexandra Boutros**

**Numéro spécial : Visible-Invisible: Religion, médias et sphère publique**

### **Appel de textes**

Bien des choses ont été dites sur le « retour du religieux » dans le monde contemporain, particulièrement en Occident, présumé berceau de la laïcité moderne. On peut soutenir, toutefois, qu'il s'agit davantage d'un éclairage nouveau porté sur le phénomène religieux qu'une réapparition de la religion. En effet, depuis quelques années, un nombre croissant d'études interdisciplinaires portent sur les relations entre religion, médias et modernité. Ces études montrent que les changements culturels, les institutions et les technologies que l'on considérait jadis comme des augures du déclin de la religion et de la sécularisation de la société se sont vus adaptés, réappropriés et récupérés par un large éventail d'acteurs, d'organisations et de mouvements religieux. Ces récentes interventions ont permis la remise en question d'hypothèses communément acceptées au regard de la place de la religion dans le monde contemporain tout en favorisant l'émergence d'espaces publics qui en ont permis une large diffusion. Plusieurs auteurs ont souligné le rôle capital des médias contemporains dans le repositionnement et la redéfinition du contenu du discours religieux. Ils jouent également un rôle signifiant dans l'émergence de nouvelles formes de contact, de partage et de circulation d'informations, tant à l'intérieur qu'au-delà des frontières des communautés religieuses (voir, par exemple, Clark (2007), Helland (2008), Hoover (2006), Lövheim & Lynch (2011), Meyer & Maures (2006) et Miedema (2005)).

Parallèlement, la question de la religion et de sa visibilité publique soulève, implicitement ou explicitement, un questionnement quant à la manière dont les connaissances, la pratique et les pouvoirs religieux se manifestent concrètement. Selon la plupart des définitions, la religion traiterait essentiellement de forces et de pouvoirs « invisibles » et/ou « immatériels ». De la même manière, les notions de croyance et de foi sont généralement réputées se référer à un registre purement symbolique, c'est-à-dire comme des prises de position quant à la structure fondamentale du cosmos ou comme des dispositions affectives à l'égard d'entités et de forces transcendantes. Cependant, comme le montrent un nombre croissant d'études, les pratiques religieuses, les diverses affiliations et les façons de comprendre le monde, d'une part, se matérialisent et s'incarnent inévitablement à travers différents moyens visant à former, à conditionner et à affiner les sens, et, d'autre part, procèdent de répertoires performatifs et de supports technologiques spécifiques afin de rendre visible l'invisible, audible l'inaudible, ou tangible l'intangible (consulter entre autres Hirschkind (2006), Meyer (2010), Morgan (2012) et Stolow (2012)).

En dépit de ces importantes avancées dans la littérature scientifique, l'analyse visant à comprendre comment les différentes technologies, structures organisationnelles et pratiques médiatiques contribuent (ou ne contribuent pas) à la visibilité publique de la religion est loin d'être complétée. Mais nous sommes convaincus que les sciences en communication puissent fortement enrichir cette discussion. C'est pourquoi ce numéro spécial de la revue *Canadian Journal of Communication* est à la recherche d'articles qui contribueront à mieux comprendre ce qui est rendu visible et ce qui demeure invisible lorsque religion et médias se rencontrent. Comment les notions de « visibilité » et d'« invisibilité » influencent notre manière de percevoir la place publique de la religion dans les sociétés contemporaines? Quelles sont les infrastructures communicationnelles qui façonnent l'« in-visibilité » religieuse? Nous invitons les auteur-e-s intéressé-e-s à soumettre des propositions de textes qui exploreront cet ensemble de préoccupations et qui feront référence à divers thèmes, exemples et considérations théoriques. Il pourrait s'agir notamment :

- de la transformation des espaces publics en des endroits où la rencontre entre religion et activisme a lieu sur une scène internationale ou pour une visibilité internationale (par exemple, le « spectacle » ultra-médiatisé du Printemps arabe)
- de la manière dont les institutions médiatiques et les régimes politiques influencent et façonnent la représentation de la religion dans la sphère publique (politiques concernant la régulation de la radiodiffusion et de la télédiffusion du religieux, par exemple)
- de différentes formes de contestation du rôle de la religion dans la vie publique (y compris, entre autres, les efforts déployés pour développer ou forcer l'application des notions juridiques et politiques concernant la « laïcité »)
- de la place qu'occupent sur la scène publique certaines personnalités, institutions ou communautés religieuses au regard de questions relatives à la citoyenneté, au nationalisme, à la mobilité transnationale et à la constitution de diasporas
- de la question des « vêtements modestes » (par exemple, le niqab) comme des formes de ce que l'on pourrait appeler « l'invisibilité vestimentaire »
- de pratiques religieuses procédant de l'« invisible » (la prière, les pouvoirs magiques, etc.)
- de la visibilité de la religion dans la sphère publique numérique

Les propositions devront compter de 250 à 500 mots et seront acceptées jusqu'au **vendredi 31 mai 2013**. L'auteur-e est prié-e d'inclure, avec le résumé de l'essai proposé, le titre provisoire de son article ainsi qu'une courte notice biographique.

Les versions complètes des essais (7000-9000 mots) devront être déposées au plus tard le **vendredi 1er Novembre 2013**.

Nous acceptons les essais rédigés en anglais et en français.

Pour soumettre votre proposition ou pour tout autre question concernant ce numéro spécial, veuillez contacter directement les éditeurs :

Jeremy Stolow: [jeremy.stolow@concordia.ca](mailto:jeremy.stolow@concordia.ca)

Alexandra Boutros: [aboutros@wlu.ca](mailto:aboutros@wlu.ca)

Pour plus d'informations à propos de la revue *Canadian Journal of Communication* et pour obtenir de l'information sur le processus de soumission de textes, veuillez consulter le site Web (en anglais seulement) au [www.cjc-online.ca/submissions.php](http://www.cjc-online.ca/submissions.php)

### **Ouvrages cités**

Clark, Lynn Schofield, ed (2007). *Religion, Media and the Marketplace*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.

Helland, Christopher (2008). "Canadian Religious Diversity Online: A Network of Possibilities." In *Religion and Diversity in Canada*, Peter Beyer and Lori Beaman, eds., Boston: Brill Academic Publishers.

Hirschkind, Charles (2006). *The Ethical Soundscape: Cassette Sermons and Islamic Counterpublics*. New York: Columbia University Press.

Hoover, Stewart (2006). *Religion in the Media Age*. New York: Routledge.

Lövheim, Mia and Gordon Lynch, eds (2011). "The Mediatisation of Religion", Special Issue of *Religion and Culture: An Interdisciplinary Journal*, Vol.12, No.2, pp.111-217.

Meyer, Birgit, ed (2010). *Aesthetic Formations: Media, Religion and the Senses*. Basingstoke: Palgrave MacMillan.

Meyer, Birgit and Moors, Annelies, eds (2006). *Religion, Media and the Public Sphere*, Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.

Miedema, Gary (2005). *For Canada's Sake: Public Religion, Centennial Celebrations, and the Re-making of Canada in the 1960s*. Montreal: McGill-Queens Press.

Morgan, David (2012). *The Embodied Eye: Religious Visual Culture and the Social Life of Feeling*. Berkeley: University of California Press.

Stolow, Jeremy, ed (2012). *Deus in Machina: Religion, Technology, and the Things in Between*. New York: Fordham University Press.