

Call for papers “Gender and media studies. Cornici teoriche e prospettive disciplinari”

Numero monografico della rivista Sociologia della comunicazione
n. 63, 2022

a cura di: Franca Faccioli e Paola Panarese (Sapienza, Università di Roma)

Scadenza per abstract esteso: 30 settembre 2021

Scadenza per articolo: 15 gennaio 2022

Nonostante la diffusa percezione di un'abbondanza di letteratura e occasioni di confronto sul tema genere e media, «researching the gender-media dyad is still an important project for media scholars» (Ross, 2010, p. 3). Una ragione del rilievo del tema è nella ricchezza e rapidità dell'evoluzione di prodotti, tecnologie e attori dei media. Il panorama mediale contemporaneo e la sua dimensione culturale, infatti, sono frutto dell'accumulo e della giustapposizione di contenuti, forme mediali, pratiche di produzione e consumo e di quanto sta nel mezzo tra tali ambiti (Bolter, 2020). Immagini rigide e stereotipate di donne, uomini e altre soggettività convivono con contenuti critici, frutto di pratiche di remix, condivisione, co-creazione e contestazione.

La relazione tra genere e media appare di interesse anche per la crescita di studi capaci di riflettere la complessità e varietà di soggettività, identità, orientamenti e relazioni sociali e sessuali nell'universo mediale, che affiancano le più classiche analisi delle rappresentazioni. Negli ultimi due decenni, infatti, nel dibattito scientifico sono fiorite riflessioni teoriche e analisi empiriche che hanno tematizzato il binomio gender and media oltre il vistoso tema delle rappresentazioni e al di là di visioni binariamente contrapposte ed eteronormativamente determinate (Buonanno, Faccioli, 2020; Farris, Compton, Herrera, 2020; Kay, 2020; Scarcelli, Krijnen, Nixon, 2020; Ross, 2020).

Il rapporto tra genere e media si è arricchito, poi, in tempi recenti, di studi interdisciplinari di ampio respiro che guardano al tema in una prospettiva prismatica, intersezionale, che approfondisce la riflessione sull'incontro tra sociologia e feminist media studies (Corradi 2008; Buonanno, 2014; Byerly, 2017). In questo contesto, si afferma una crescente sensibilità alla prospettiva femminile e femminista e alle trasformazioni nel discorso sociale del femminismo dovute (anche) alla sua mediatizzazione e alla risignificazione dei termini femministi in una prospettiva neoliberista (Banet-Weiser, 2018; Gill, 2016; McRobbie, 2020; Rottenberg, 2018).

L'ambito del femminile è il principale oggetto di riflessione del numero monografico della rivista «Sociologia della comunicazione», con l'intento di valorizzare le zone meno visibili nella riflessione scientifica e nell'analisi empirica e con attenzione specifica all'incontro tra sociologia e feminist media studies, alla relazione tra lo studio delle audience e il femminile (Cavalcante, Press e Sender, 2018), alle nuove identità delle donne (Lotz, 2010). Ciò non vuol dire che non vengano considerati i numerosi e spesso innovativi studi che approfondiscono il tema del maschile o delle soggettività LGBTQI+ in relazione ai media.

L'obiettivo che si vuole raggiungere è proporre una lettura critica dello stato dell'arte della riflessione su genere e media, che ne evidenzii luci e ombre, e individui le principali domande di ricerca che il dibattito scientifico dovrebbe affrontare.

Le editor invitano a riflessioni teoriche e analisi empiriche che individuano elementi di continuità e rottura nel rapporto tra genere e media, soprattutto in relazione ai media mainstream.

In particolare, tra i temi di interesse, si segnalano:

- l'approccio intersezionale e i media studies
- le nuove frontiere dei reception studies:
- le donne nelle industrie culturali
- le immagini inedite del femminile nei media
- il maschile nei media mainstream e digitali
- le nuove identità sessuali e i media tra ricerca di visibilità e difesa di diritti
- i media come ambienti di produzione e legittimazione del discorso femminista o antifemminista, con particolare attenzione al caso italiano;

Autori e autrici interessati/e a presentare un contributo sono invitati/e a inviare un abstract esteso di 2500-3500 battute (esclusa la bibliografia) entro il 30 settembre 2021 alle curatrici del fascicolo agli indirizzi: franca.faccioli@fondazione.uniroma1.it; paola.panarese@uniroma1.it

L'abstract deve presentare in modo chiaro:

- gli obiettivi dell'articolo,
- i dibattiti e le teorie di riferimento,
- la domanda di ricerca, la metodologia utilizzata e i principali risultati raggiunti, nel caso di eventuali contributi empirici
- i riferimenti bibliografici

Nella selezione saranno privilegiate le proposte che propongano un avanzamento della conoscenza ed elementi di innovatività nel dibattito scientifico attuale, in termini teorici, metodologici o di evidenze empiriche.

Se la proposta di abstract sarà accettata dalla Rivista (l'esito della selezione sarà comunicato entro il 30 ottobre), le autrici e gli autori dovranno caricare sulla piattaforma della Rivista un articolo inedito, di 30.000-40.000 battute e corredato da un abstract in italiano e in inglese di 600-750 battute e di un profilo dell'autore di 300-500 battute entro il 15 gennaio 2022, inviandone contestualmente comunicazione alla redazione (Stefania Antonioni stefania.antonioni@uniurb.it) e alle curatrici (franca.faccioli@fondazione.uniroma1.it; paola.panarese@uniroma1.it).

Per l'editing dell'articolo, occorre far riferimento alle norme redazionali scaricabili dal sito della rivista.

Gli articoli saranno sottoposti a doppio referaggio cieco e la pubblicazione sarà subordinata all'esito della valutazione. Saranno pubblicati massimo 4 articoli.

Per informazioni:

<https://www.francoangeli.it/riviste/sommario.aspx?IDRivista=52&lingua=IT>

Riferimenti bibliografici

- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Durham, NC: Duke University Press.
- Bolter, J.D. (2020), *Plenitudine digitale. Il declino delle culture di élite e l'ascesa dei media digitali*. Roma: MinimumFax.
- Buonanno 2014, "Gender and media studies: progress and challenge in a vibrant research field". *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 50, pp. 5-25.
- Buonanno, M., Faccioli, F. (2020) (a cura di), *Genere e media: non solo immagini. Soggetti, politiche, rappresentazioni*, Milano: Franco Angeli.
- Byerly C. M. 2017, "Feminist Intersectionality Research in Communications: Origins, contributions and Tensions", *ex aequo*, 35, 2017, pp. 23-31.
- Cavalcante A., Press A., Sender K. (2018), (eds), *Feminist reception studies in a post-audience age: returning to audiences and everyday life*, London: Routledge.
- Corradi C. (2008) (a cura di) *I modelli sociali della violenza contro le donne: rileggere la violenza nella modernità*, Milano, Franco Angeli.
- Farris, N.D., Compton, D.R., Herrera, A. P. (eds.) (2020). *Gender, Sexuality and Race in the Digital Age*. Cham, Switzerland: Springer.
- Gill, R. (2016). "Post-postfeminism?" New feminist visibilities in postfeminist times. *Feminist Media Studies*, 16(4), pp. 610–630.
- Kay, J.B (2020), *Gender, Media and Voice. Communicative Injustice and Public Speech*. Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Lotz A. D. (2010), *Redesigning women: Television after the network era*, London, UK: Sage.
- McRobbie A. (2020), *Feminism and the politics of resilience. Essays on gender, media and the end of welfare*, Cambridge: Polity Press.
- Ross, K. (2010). *Gendered media: Women, men, and identity politics*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Ross, K. (2020) (ed.). *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication*. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell.
- Rottenberg, C. (2018). *The rise of neoliberal feminism*. New York, NY: Oxford University Press.
- Scarcelli C.M., Krijnen, T., Nixon, P. (2020). Sexuality, gender, media. Identity articulations in the contemporary media landscape, *Information, Communication & Society*, 24(8), pp. 1063-1072.

Call for papers

“Gender and media studies. Theoretical frameworks and disciplinary perspectives”.

Special issue of the journal *Sociology of Communication*
n. 63, 2022

Guest editors: Franca Faccioli and Paola Panarese (Sapienza, University of Rome)

Deadline for extended abstract: 30 September 2021

Deadline for article: 15 January 2022

Despite the widespread perception of an abundance of literature and opportunities for discussion about gender and media, “researching the gender-media dyad is still an important project for media scholars” (Ross, 2010, p. 3). One reason for the prominence of the topic is the richness and rapidity of the evolution of media products, technologies and actors. Indeed, the contemporary media landscape and its cultural dimension are the result of the accumulation and juxtaposition of content, media forms, production and consumption practices, and everything in between (Bolter, 2020). Rigid and stereotyped images of women, men and other subjectivities coexist with critical content, as the result of practices of remix, sharing, co-creation and contestation.

The relationship between gender and the media also appears to be of interest due to the growth of studies which reflect the complexity and variety of subjectivities, identities, orientations and social and sexual relations in the media universe. In the last two decades, in fact, theoretical reflections and empirical analyses have flourished in the scientific debate, thematizing the binomial gender and media beyond the conspicuous theme of representations and beyond binary opposing and heteronormatively visions (Buonanno, Faccioli, 2020; Farris, Compton, Herrera, 2020; Kay, 2020; Scarcelli, Krijnen, Nixon, 2020; Ross, 2020).

The relationship between gender and media has recently been enriched by wide-ranging interdisciplinary studies that look at the topic from a prismatic, intersectional perspective, which deepens the encounter between sociology and feminist media studies (Corradi 2008; Buonanno, 2014; Byerly, 2017).

In this context, there is an increasing sensitivity to the transformations in the social discourse of feminism due (also) to its mediatisation and the re-signification of feminist terms in a neoliberal perspective (Banet-Weiser, 2018; Gill, 2016; McRobbie, 2020; Rottenberg, 2018).

The sphere of the feminine is the main object of reflection of the special issue of the journal “*Sociology of Communication*”, whose intention is to enhance the less visible areas in the relation between sociology and feminist media studies, women and audience studies (Cavalcante, Press and Sender, 2018), the new identities of women (Lotz, 2010), but also the topic of masculinity and LGBTQI+ subjectivities in relation to the media.

The aim of this special issue is to propose a critical reading of the state of the art of reflection on gender and media, highlighting light and shade, and identifying the main research questions that the scientific debate should address.

In particular, the guest editors invite theoretical reflections and empirical analyses that identify elements of continuity and rupture in the relationship between gender and media, especially in relation to mainstream media.

Among the topics of interest:

- the intersectional approach and media studies;
- the new frontiers of reception studies
- women in cultural industries
- new images of women in the media
- male images in mainstream and digital media
- new gender and sexual identities and the media between the search for visibility and the defence of rights
- media as environment of production and legitimation of feminist or anti-feminist discourse, with particular attention to the Italian case;

Authors interested in submitting a contribution are invited to send an extended abstract of 2500-3500 characters (excluding references) by 30 September 2021 at the following addresses: franca.faccioli@uniroma1.it; paola.panarese@uniroma1.it

The abstract should clearly present:

- the objectives of the article
- the debates and theoretical background
- the research question, the methodology used and the main results achieved, in the case of any empirical contribution
- bibliographical references

In the selection process, preference will be given to proposals that offer an advancement of knowledge and innovative elements in the current scientific debate, in theoretical terms, methodological or empirical evidence.

If the abstract proposal will be accepted by the Journal (the outcome of the selection will be communicated by October 30th), the authors will have to upload on the Journal platform an unpublished article, of 30-000-40.000 characters and accompanied by an abstract of 600-750 characters and an author profile of 300-500 characters by January 15th, 2022, sending simultaneously a mail to the editorial staff (Stefania Antonioni stefania.antonioni@uniurb.it) and to the editors (franca.faccioli@uniroma1.it; paola.panarese@uniroma1.it).

For editing the article, please refer to the editorial rules that can be downloaded from the journal's website.

Articles will be double-blind refereed and publication will be subject to the outcome of the evaluation.

A maximum of 4 articles will be published.

For information: <https://www.francoangeli.it/riviste/sommario.aspx?IDRivista=52&lingua=IT>

References

- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Durham, NC: Duke University Press.
- Bolter, J.D. (2020), *Plenitudine digitale. Il declino delle culture di élite e l'ascesa dei media digitali*. Roma: MinimumFax.
- Buonanno 2014, "Gender and media studies: progress and challenge in a vibrant research field". *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 50, pp. 5-25.

- Buonanno, M., Faccioli, F. (2020) (a cura di), *Genere e media: non solo immagini. Soggetti, politiche, rappresentazioni*, Milano: Franco Angeli.
- Byerly C. M. 2017, "Feminist Intersectionality Research in Communications: Origins, contributions and Tensions", *ex æquo*, 35, 2017, pp. 23-31.
- Cavalcante A., Press A., Sender K. (2018), (eds), *Feminist reception studies in a post-audience age: returning to audiences and everyday life*, London: Routledge
- Corradi C. (2008) (a cura di) *I modelli sociali della violenza contro le donne: rileggere la violenza nella modernità*, Milano, Franco Angeli.
- Farris, N.D., Compton, D.R., Herrera, A. P. (eds.) (2020). *Gender, Sexuality and Race in the Digital Age*. Cham, Switzerland: Springer.
- Gill, R. (2016). "Post-postfeminism?" New feminist visibilities in postfeminist times. *Feminist Media Studies*, 16(4), pp. 610–630.
- Kay, J.B (2020), *Gender, Media and Voice. Communicative Injustice and Public Speech*. Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Lotz A. D. (2010), *Redesigning women: Television after the network era*, London, UK: Sage.
- McRobbie A. (2020), *Feminism and the politics of resilience. Essays on gender, media and the end of welfare*, Cambridge: Polity Press.
- Ross, K. (2010). *Gendered media: Women, men, and identity politics*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Ross, K. (2020) (ed.). *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication*. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell.
- Rottenberg, C. (2018). *The rise of neoliberal feminism*. New York, NY: Oxford University Press.
- Scarcelli C.M., Krijnen, T., Nixon, P. (2020). Sexuality, gender, media. Identity articulations in the contemporary media landscape, *Information, Communication & Society*, 24(8), pp. 1063-1072.