



PROGRAMME D'ETUDES

Etudes Européennes Générales

ANNEE ACADEMIQUE

2023-2024

SEMESTRE

Second

TITRE DU COURS

Nouvelle économie des médias, Fake news et espace public européen

PROFESSEUR DU COURS

Nicolas Hubé, Roger de Weck

ASSISTANTE DU COURS

Margaux Cognard

TYPE DU COURS (OBLIGATOIRE, À OPTION)

Séminaire EG

LANGUE D'INSTRUCTION

Français

CREDITS ECTS

POL: 4 ECTS, POL/EPPA: 3.5 ECTS, ECO/(ELEA, EPPA, EEIB): 3 ECTS, LAW: 3 ECTS, LAW/ELEA: 2 ECTS.

1. PROFESSEURS

Nicolas Hubé est professeur en sciences de l'information et de la communication de l'Université de Lorraine. Ses travaux portent sur la sociologie comparée de la communication politique et du journalisme, sur la sociologie politique de l'UE et des opinions, ainsi que sur les politiques publiques d'information des institutions publiques.

Roger de Weck, journaliste et auteur, a dirigé les radio-télévisions suisses et siège actuellement au « Conseil pour l'avenir » institué par les autorités allemandes en vue d'une réforme du service public audiovisuel. Il a dirigé l'hebdomadaire allemand « Die Zeit » et a présidé l'Institut des Hautes études internationales et du développement à Genève.

2. OBJECTIF DU COURS

- déterminer l'environnement politique, économique et juridique qui marque les réseaux sociaux, les *mass médias* et le journalisme, notamment à l'endroit de l'UE
- analyser l'évolution des *mass médias* et leur interaction avec les réseaux sociaux, dans le cadre des trois révolutions : mondialisation, numérisation, interactivité
- prendre la mesure des dérives médiatiques, de la lutte contre les *fake news* et des stratégies de propagande nationales et internationales
- expliquer comment se façonnent, par le cadrage, les représentations de l'UE et l'espace public européen
- analyser les politiques de l'UE en matière de plateformes et de mass médias
- comparer les débats publics nationaux, notamment au sujet des guerres au Proche Orient, en Ukraine et de la pandémie

3. OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- disposer de solides connaissances sur le fonctionnement pratique des systèmes médiatiques, leurs modèles d'affaires, leur cadre juridique et leurs mécanismes
- acquérir des bonnes connaissances (concepts, théories) relatives à l'analyse des réseaux sociaux, des *mass médias* et de l'espace public européen
- approfondir les connaissances sur la façon dont les *mass-médias* et les réseaux sociaux couvrent les enjeux européens, avec leurs éclairages nationaux
- être en mesure de déconstruire des stratégies d'influence politique
- être à même de comprendre et d'analyser les enjeux sur les nouvelles législations en matière de régulation des contenus et/ou des réseaux sociaux

4. CONTENU DU COURS (peut fortement varier selon l'actualité et les débats)

1 : le journalisme / les journalisms, journalisme d'information / journalisme d'opinion, propagande / liberté des médias et cadre juridique / les révolutions médiatiques

2 : stratégies et modèles d'affaires des groupe médias / mécanismes du système médiatique et instincts du journalisme / algorithmes, dysfonctionnements, *fake news*, *fact checking* / journalisme, nationalisme et populisme

3 : les médias et la construction européenne / comment se façonnent les représentations de l'UE / l'espace public européen, les espaces nationaux / la politique en matière de plateformes et de mass médias de l'UE, DSA et DMA / communication de l'UE. Cette séance pourra faire l'objet d'une intervention d'un(e) scientifique/spécialiste.

4 : si possible rencontre avec des praticien(ne)s, managers ou journalistes.

5. METHODE D'ENSEIGNEMENT

- cours interactif, dialogue permanent
- ancrage dans l'actualité, débats sur les aspects médiatiques de l'actualité
- comparaison de la couverture nationale de sujets d'actualité par groupes de travail
- débats à propos de brèves lectures choisies
- dans la mesure du possible rencontre avec des journalistes

6. MATERIEL D'ENSEIGNEMENT

En plus des références ci-dessous, le professeur demandera aux étudiantes et étudiants certaines lectures actuelles dans les médias.

- Aldrin Philippe, Hubé, Nicolas, *Introduction à la communication politique*, Bruxelles : De Boeck, 2022
- Blumler, Jay G. « The Fourth Age of Political Communication », *Politiques de communication*, vol. 6, no. 1, 2016, pp. 19-30
- Frinault Thomas, Karila-Cohen Pierre, Neveu Erik, *Qu'est-ce que l'opinion publique ? Dynamiques, Matérialités, Conflits*, Paris, Folio, 2023
- Marx Ferree, M., Gamson, W.A., Gerhards, J., Rucht, « Four models of the public sphere in modern democracies », *Theory and Society*, n° 31, 2002, pp. 289-324
http://userpage.fu-berlin.de/~gerhards/gerhards/four_models_of_public_sphere.pdf



- Müller Jan-Werner, « Qu'est-ce que le populisme ? Définir enfin la menace », traduit de l'allemand par F. Joly, Paris, Éd. Premier parallèle, 2016
- Van Aelst Peter *et al.*, "Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy?", *Annals of the International Communication Association*, 41:1, 2017, 3-27 Paris, Éd. Premier parallèle, 2016

7. EVALUATION

1. participation orale et aux travaux de groupes, présence aux cours 20 %
2. travail écrit (journalistique ou scientifique, choix du sujet de concert avec le professeur ou l'assistante) 40 %
3. examen oral individuel 40 %