

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SP496	Médias et pouvoir : information, représentation et communication politique	6	3	3	0	3	5

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Français
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Licence

Objectif du Cours	<p>Description du cours :</p> <p>Ce cours propose une exploration interdisciplinaire des relations complexes entre médias, pouvoir politique et espace public. Conçu conjointement pour les étudiant·es en science politique et en communication, il vise à articuler les apports théoriques issus de la science politique, de la sociologie, du journalisme et des études médiatiques avec les enjeux contemporains de la démocratie, de la participation citoyenne et des transformations numériques.</p> <p>Le cours s'ouvre sur une réflexion théorique autour du rôle des médias dans la formation de l'opinion publique, la production du pouvoir symbolique et la représentation du politique. À partir de cette base, il interroge la médiatisation du politique, les effets d'agenda, la capture médiatique, ainsi que les mutations engendrées par les nouvelles technologies de l'information et l'essor des médias indépendants et numériques.</p> <p>S'appuyant également sur l'expérience professionnelle de l'enseignant dans les secteurs du journalisme, du conseil politique et de la communication stratégique, le cours accorde une attention particulière à la dimension empirique et pratique. Les étudiant·es seront amenés à analyser des études de cas (en Turquie et à l'international), à rencontrer des professionnel·es du journalisme et de la communication politique, et à observer directement le fonctionnement d'un média indépendant. Cette articulation entre savoir académique et expérience de terrain constitue la singularité et la richesse du cours.</p> <p>Au-delà des notions de pouvoir médiatique et de démocratie, le cours invite à réfléchir aux enjeux éthiques, économiques et technologiques qui façonnent le débat public contemporain : désinformation, fake news, algorithmes, participation politique en ligne et transformations du paysage médiatique global, y compris en Turquie.</p> <p>Bien que la langue principale d'enseignement soit le français, une partie substantielle des lectures et des discussions se fera en anglais, compte tenu de la prédominance de la littérature anglophone dans le champ académique des médias et de la communication politique. Cette orientation s'explique également par la nature même du cours, qui mobilise de nombreux exemples et études de cas issus du monde anglo-saxon, où se sont développées les principales théories et pratiques contemporaines de la communication politique et des médias. Le cours est ainsi pleinement accessible aux étudiant·es internationaux (Erasmus), qui représenteront environ un tiers des participants.</p> <p>Objectifs du cours :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offrir aux étudiant·es une compréhension critique et interdisciplinaire des relations entre médias, pouvoir politique et communication politique. • Croiser les perspectives théoriques issues des sciences politiques, de la sociologie des médias et des études en communication, tout en reliant ces cadres aux enjeux contemporains (numérique, médias alternatifs, désinformation). • Mettre en dialogue la théorie et la pratique : les étudiant·es auront l'occasion d'appliquer les concepts à des cas réels (secteur médiatique turc et international), et d'écouter des expert·es du terrain via les semestres invités. • Encourager l'aptitude à analyser des phénomènes médiatiques à l'aide d'outils conceptuels rigoureux, et à produire des textes (essais, analyses de cas) articulant recherche académique et enjeux concrets.
Contenus	<p>Le cours est structuré en deux grands volets, articulant théorie et pratique :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partie théorique : médias et pouvoir, modèles de médias, théories de l'influence, dynamiques de la médiatisation, capture médiatique et communication politique. • Partie contemporaine / appliquée : médias numériques, médias indépendants, participation politique en ligne, désinformation, stratégies de campagne, étude du paysage médiatique turc et international. • Volet pratique / terrain : séminaires étalés sur deux semaines (visite d'une structure médiatique indépendante / intervention d'un professionnel en communication politique), permettant de relier les concepts théoriques aux réalités du secteur.
Ressources	<p>CALENDRIER ET LECTURES HEBDOMADAIRES :</p> <p>(10 février) Semaine 1 : Introduction : Les médias en tant que quatrième pouvoir</p> <p>(17 février) Semaine 2 : Médias & politique I : public, pouvoir, représentation</p> <p>Cette semaine explore la relation entre médias et pouvoir politique à travers les notions de "public", de "représentation" et d'"opinion publique". Nous interrogerons les mécanismes de production de la légitimité médiatique et les formes d'influence symbolique exercées sur le champ politique.</p>

Lecture obligatoire :

• Bourdieu, P. (1973). Questions de sociologie. (Chapitre 9 : « L'opinion publique n'existe pas », pp. 222-235.) Paris : Éditions de Minuit.

https://www.pressesdesciencespo.fr/resources/titles/27246100616740/extras/Intro_Brugidou.pdf

• Strömbäck, J. (2008). « Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics ». The International Journal of Press/Politics, 13(3), 228-246.

(24 février) Semaine 3 : Médias & politique II : L'effet de médiatisation et « agenda-setting »

Cette séance est consacrée aux théories de la médiatisation et de l'«agenda-setting». À travers des études de cas contemporaines, nous analyserons comment les médias déterminent les priorités du débat public, influencent les élites politiques et participent à la hiérarchisation des enjeux sociaux.

Lecture obligatoire :

• Langer, A. I., & Gruber, J. (2020). « Political Agenda Setting in the Hybrid Media System: Why Legacy Media Still Matter a Great Deal ». The International Journal of Press/Politics, 26(2), 1-28.

Lectures complémentaires :

• Vliegthart, R & Walgrave, S. (2009). « Média et politique. Les conditions de l'effet des médias sur l'agenda parlementaire belge ». Revue internationale de politique comparée, 16(3), 423-440.

<https://doi.org/10.3917/ripc.163.0423>.

• The Guardian. (2 juillet 2024). « TV giant known for right-wing disinformation doubles down on its national news agenda ». The Guardian. <https://www.theguardian.com/us-news/article/2024/jul/02/sinclair-tv-disinformation-conservative-news>

(3 mars) Semaine 4 : Médias dans le monde et en Turquie : liberté de la presse et fonctionnement du «quatrième pouvoir»

Comparaison des systèmes médiatiques à travers différents contextes politiques. Étude des conditions de la liberté de la presse et des contraintes économiques et institutionnelles pesant sur l'indépendance journalistique.

Lectures obligatoires :

• Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). Comparing media systems: Three models of media and politics (Chapitre 2 : « Comparing media systems », pp. 21-45). Cambridge University Press.

• European Centre for Press and Media Freedom (ECPMF). (2025, Mars). Turkey's Intensifying Media Crackdown Threatens Press Freedom. Leipzig : ECPMF.

<https://www.ecpmf.eu/turkeys-intensifying-media-crackdown-threatens-press-freedom>

Lectures complémentaires :

• Reporters sans frontières (RSF). (2024). Classement mondial de la liberté de la presse 2024 – Synthèse comparative. Paris : RSF.

<https://www.rsf.org/fr/classement-mondial-de-la-libert%C3%A9-de-la-presse-2024-le-journalisme-sous-pressions-politiques>

• Türkiye Gazeteciler Sendikası (TGS). (2025). Basın Özgürlüğü Raporu 2024-2025.

<https://tgs.org.tr/wp-content/uploads/2025/05/TGS-RAPOR-2025-NORMAL-1.pdf>

(10 mars) Semaine 5 : Nouveaux-médias & médias alternatifs

Analyse de l'émergence des médias numériques et des initiatives journalistiques indépendantes. Étude de cas : médias alternatifs en Turquie et dans le monde (Mediapart, The Intercept, 140journos, Medyascope, Fayn, Aposto).

Lectures obligatoires :

• Figschou, T. U., & Ihlebæk, K. A. (2025). « Challengers to journalism: Alternative media editors' framing of editorial values and practices ». Journalism Practice, 19(1), 1-19.

<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/17512786.2025.2538121>

• Mediapart : Philippin, Y., & Candea, S. (2024, Décembre 2). « The hidden links between a giant of investigative journalism and the US government ». Mediapart.

<https://www.mediapart.fr/en/journal/international/021224/hidden-links-between-giant-investigative-journalism-and-us-government>

Lectures complémentaires :

• The Intercept: Costa, B. (2019, February 20). « "Like a punk rock band": How The Intercept Brasil built a home for investigative journalism in Brazil ». Global Investigative Journalism Network. <https://gijn.org/stories/like-a-punk-rock-band-how-the-intercept-built-a-home-for-investigative-journalism-in-brazil/>

• 140journos: <https://www.youtube.com/140journos>

(17 mars) Semaine 6 : Médias sociaux en tant que nouveau pouvoir & participation politique
Examen du rôle des plateformes numériques (Twitter/X, Instagram, TikTok) dans la formation de l'opinion publique, la mobilisation citoyenne et l'activisme en ligne.

Lecture obligatoire :

• Débattre en Sciences-po : Cagé, J., & Cardon, D. (2024, décembre). « Internet nous fait entendre les bruits de la société ». Dans *Comprendre son temps* (n° 2) (pp. 4-14). Sciences Po.

Français :

https://www.sciencespo.fr/recherche/sites/sciencespo.fr.recherche/files/CST_2.2_Debattre_Bruits_de_la_societe.pdf

English:

<https://www.sciencespo.fr/recherche/sites/sciencespo.fr.recherche/files/CST2-The-internet-let-us.pdf>

Lecture complémentaire :

• Our Media / Future of Media Project. (2025). *The Future of the Media in Turkey – Facts and Trends*.

<https://futureofmedia.seenpm.org/wp-content/uploads/2025/03/Ourmedia-Turkey-EN.pdf>

(24 mars) Semaine 7 : SEMINAIRE / VISITE : Visite du Medyascope et entretien avec Ruşen Çakır, fondateur et rédacteur-en-chef du Medyascope

Séance de terrain : visite d'un média indépendant et échange autour du fonctionnement éditorial, du financement et du positionnement politique des médias alternatifs en Turquie.

• Medyascope : <https://medyascope.tv/>

(31 mars) : EXAMEN PARTIEL

(7 avril) Semaine 8 : Propriété des médias & "media capture" — Autoritarisme, démocratie et contrôle médiatique
Réflexion sur la concentration de la propriété des médias, les logiques de capture par le pouvoir politique ou économique, et leurs effets sur le pluralisme démocratique.

Lectures obligatoires :

• Schnyder, G., et al. (2024). « Theorizing and mapping media ownership networks in authoritarian-populist contexts: A comparative analysis of Austria, Hungary, Slovenia, and Turkey ». *Media, Culture & Society*, 46(1), 38-59.

• Coşkun, G. B. (2020). « Media capture strategies in new authoritarian states: The case of Turkey ». *Publizistik*, 65(4), 637-654.

(14 avril) Semaine 9 : FAKE NEWS ! : Post-vérité, désinformation et manipulation politique

Étude de la désinformation à l'ère numérique : stratégies de propagande, fake news, bots et manipulations algorithmiques. Analyse des réponses institutionnelles et fact-checking.

Lectures obligatoires :

• West, D. M. (2024, Novembre 7). *How disinformation defined the 2024 election narrative*. Brookings Institution. <https://www.brookings.edu/articles/how-disinformation-defined-the-2024-election-narrative/>

• Teyit & IPS İletişim Vakfı. (2024). *Türkiye'de Dezenformasyon ve Doğrulama Ekosistemi Raporu*. İstanbul : Teyit.org. <https://teyit.org/turkiyede-dezenformasyon-ve-dogrulama-ekosistemi-raporu-2024>

Lecture complémentaire :

• Bronner, G. (2021). *Apocalypse cognitive*. (Chapitre 3 : « La fabrique du doute », pp. 75-104.) Paris : Presses universitaires de France (PUF).

(21 avril) Semaine 10 : Le cas de la Turquie : Transformation du paysage médiatique & la relation contemporaine entre les médias et la politique

Analyse du système médiatique turc : indépendance éditoriale, polarisation, nouvelles pratiques journalistiques et rôle de la société civile dans l'information.

Lecture obligatoire :

• Akser, M., & Baybars, B. (2024). « Media systems and media capture in Turkey: A case study ». *Media and Communication*, 12, Article 7733.

(28 avril) Semaine 11 : Communication politique : acteurs, stratégies, médiations

Introduction à la communication politique : acteurs, stratégies, professionnels et logiques de médiation. Cas d'étude : campagnes électorales récentes aux États-Unis et en Europe.

Lecture obligatoire :

• McNair, B. (2018). *An introduction to political communication* (7e éd.). (Chapitre 1 : « What is political communication? », pp. 1-18.) London : Routledge.

Lecture complémentaire :

• Kreiss, D., & McGregor, S. C. (2018). « Technology Firms Shape Political Communication: The Work of Microsoft, Facebook, Twitter and Google with Campaigns during the 2016 U.S. Election ». *Political Communication*, 35(2), 149-177.

(5 mai) Semaine 12 : Campagnes électorales & utilisation médiatique I

Analyse des stratégies médiatiques dans les campagnes : publicité politique, réseaux sociaux, storytelling, sondages et débats télévisés.

Lecture obligatoire:

• Perloff, R. M. (2021). *The dynamics of political communication: Media and politics in a digital age* (3e éd.). (Chapitre 5 : « Media and political knowledge », pp. 122-147 ; Chapitre 13 : « Political news, polls, and the presidential campaign », pp. 335-358.) London : Routledge.

• Melek, G. (2023). « Instagramming the political image: Visual campaigning strategies of successful opposition candidates in Turkey's 2019 mayoral elections ». *Visual Communication Quarterly*, 30(3), 125-139.

<https://doi.org/10.1080/15551393.2023.2232292>

(12 mai) Semaine 13 : SEMINAIRE : Campagnes électorales & utilisation médiatique II : pratiques contemporaines de la communication politique en Turquie

Séance appliquée animée par un·e professionnel·le de la communication politique : étude de cas turcs réels et discussion autour des enjeux éthiques et stratégiques.

Débat final — Les médias sont-ils encore le "quatrième pouvoir" ?

Cette séance clôt le semestre par un débat collectif autour du rôle, de la responsabilité et de l'avenir des médias dans les démocraties contemporaines. Le débat que nous mènerons cette semaine vise à réfléchir — en mobilisant l'ensemble des notions vues pendant le semestre — aux questions suivantes :

1. Les médias sont-ils encore, aujourd'hui, le "quatrième pouvoir" ?
2. Les médias peuvent-ils constituer une force en laquelle nous pouvons avoir confiance ?
3. Comment lire aujourd'hui les rapports de pouvoir entre médias, économie et politique ?
4. Les médias peuvent-ils encore prétendre façonner l'opinion publique au service de l'intérêt général ?
5. Vers où se dirige le paysage médiatique en Turquie et dans le monde ?

BIBLIOGRAPHIE SÉLECTIVE :

• Atton, C. & Hamilton J. F. (2008). *Alternative journalism*. Londres : SAGE.

• Bajomi-Lázár, P. (2024). « Media Capture Theory: A Paradigm Shift? ». *Central European Journal of Communication*, 17(2), 238-246.

• Bozdag, E., & van den Hoven, J. (2015). « Breaking the filter bubble : democracy and design ». *Ethics and Information Technology*, 17(4), 249-265. <https://doi.org/10.1007/s10676-015-9380-y>

• Bronner, G. (2021). *Apocalypse cognitive*. Paris : Presses universitaires de France (PUF).

• Cefaï, D., & Pasquier, D. (dir.). (2003). *Les sens du public*. Paris : PUF.

• Çoban, S. & Giritli İnceoğlu, Y. (dir.). (2023). *Popülizm ve Medya*. İstanbul : Ayrıntı Yayınları.

• Dragomir, M., & Horowitz, A. (2025). *Old tricks, new tech: How legacy media capture fuels digital authoritarianism*. Tech Policy Press.

• Entman, R. M. (1993). « Framing : Toward clarification of a fractured paradigm ». *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

• Ertuna, C. (2018). « Türkiye'de televizyonlarda kanaat üretimi : Haber kanallarındaki tartışma programları ve kanaat teknisyenleri ». *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 29, 57-81.

• Ertuna, C. (2023). « Whose voice resonates? A study on the news content of four alternative digital-native news

websites in Turkey ». *OPUS Journal of Society Research*, 20(55), 533-549. <https://doi.org/10.26466/opusjsr.1347398>

- Frei, M. (2023). La transformation des médias sous l'influence du numérique. *Le Regard Libre*, (100), 68-87. <https://shs.cairn.info/revue-regard-libre-2023-9-page-68>
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- McNair, B. (2018). *An introduction to political communication* (7e éd.). London : Routledge.
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication* (2e éd.). Londres : SAGE.
- Toros, S., & Toros, E. (2022). « Social media use and political participation : The Turkish case ». *Turkish Studies*, 23(3), 450-473. <https://doi.org/10.1080/14683849.2021.2023319>
- Wanta, W., & Ghanem, S. (2007). Effects of agenda-setting. Dans R. W. Preiss, B. M. Gayle, N. Burrell, M. Allen, & J. Bryant (dir.), *Mass media effects research : Advances through meta-analysis* (pp. 37-51). Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
---------	----------------------