

Ecosystèmes des médias

Infos

Année : 4^{ème} IEP

Discipline : Ecosystèmes des médias

Nom de l'enseignant : Patrick LE FLOCH

Nombre d'heures : 22 H – Semestre 1

Nature et forme de l'épreuve : dossier + soutenance (30 minutes)

Descriptif :

Ce cours centré sur la France cherche à expliquer le fonctionnement et l'organisation des médias. Il explique l'importance des institutions qui, dans l'esprit de 1945, sont venues par sédimentation structurer les médias. Les régulations en œuvre avaient pour objectif de limiter les excès de marchés des médias concentrés, tels qu'ils ont pu être analysés à la fin du XIX^{ème} ou dans la première moitié du XX^{ème} siècle. La comparaison avec des systèmes étrangers montrera que, si l'organisation des médias à la française représente une forme d'exception, de nombreux pays ont mis en place des réglementations visant à empêcher que des actionnaires étrangers puissent être propriétaires de médias nationaux (tout particulièrement dans le domaine de la télévision).

Ce cours vise aussi à expliquer concrètement comment l'arrivée de l'Internet a bouleversé les comportements et pratiques de secteurs qui n'avaient pas été confrontés à l'apparition de nouveaux acteurs. Une attention particulière sera accordée à l'analyse des conséquences de l'arrivée d'entreprises qualifiées de « superstars », telles que Google et Meta. Le double impact d'une disruption technologique et de l'arrivée des géants du numérique sur les modèles des *news* et de la télévision seront traités en profondeur.

Plan

Chapitre 1 – Introduction à l'écosystème des médias

Chapitre 2 – Exemples d'écosystèmes de la presse écrite

Chapitre 3 – Le bouleversement du numérique :

3.1. Le modèle économique de Google

3.2 Le modèle économique de Meta

Chapitre 4 – La fragilisation des médias traditionnels

4.1. Quels futurs pour le print face au numérique ?

4.2. Quels futurs pour la télévision

BIBLIOGRAPHIE SUCCINCTE

BOMSEL O. (dir.), 2013, *Protocoles éditoriaux – Qu'est-ce que publier ?*, Coll. Recherche, Armand Colin, Paris.

BOMSEL O., 2015, « Ecosystème de médias », *Médium*, n°42, 129-136.

CAGE J., 2015, *Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie*, Editions Le Seuil/La République des Idées, Paris.

CAGE J., N. HERVE & M.L. VIAUD, 2019, « The production of information in an online world », *Review of Economic Studies*, décembre.

CARIOU C., I. LYUBAREVA & F. ROCHELANDET, 2017, « Crowdfunding et qualité de l'information », *Réseaux*, n°205, 23-50.

CHARON J.M., 2015, « Presse et numérique : l'invention d'un nouvel écosystème », Rapport pour le Ministère de la Culture et de la Communication (<https://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Rapports/Rapport-Charon-Presses-et-numerique-L-invention-d-un-nouvel-ecosysteme>)

GENTZKOW M., 2014, « Trading dollars for dollars : the price of attention online and offline », *American Economic Review, Papers & Proceedings*, 104(5), 481-488.

LARDEAU M. & P. LE FLOCH, 2013, « France : Press subsidies – Inefficient but enduring », in P. Murschetz (dir.), *State aid for newspapers – Theories, cases, actions*, Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg.

REBILLARD F. & N. SMYRNAIOS, 2010, *Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne*, La Découverte, Paris.

SONNAC N., 2013, « L'écosystème des médias : les enjeux socioéconomiques d'une interaction entre deux marchés », *Communication*, vol.32/2.

STARR P., 2004, *The creation of the media : political origins of modern communications*, Basic Book.