

5.00 crédits

30.0 h

Q2

Enseignants	Jacobs Thomas ;
Langue d'enseignement	Neerlandais
Lieu du cours	Bruxelles Saint-Louis
Acquis d'apprentissage	<p><b>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</b>                      Aan het einde van deze cursus kunnen studenten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• actuele ontwikkelingen in het medialandschap historisch en politiek-economisch duiden (bv. de streaming oorlog, de strijd tussen Trump &amp; Huawei, de vraag omtrent een Vlaams Netflix, de veranderende rol van de openbare omroep in Vlaanderen) .</li> <li>• een feitelijke omschrijving geven van het nationale en internationale medialandschap en de processen die dit landschap mee vorm(d)en.</li> <li>• de belangrijkste institutionele aspecten van een selectie traditionele en nieuwe media kritisch bespreken.</li> <li>• de verschillende regulerende instanties en processen die media-inhouden mee vorm geven benoemen en bespreken.</li> <li>• communicatiewetenschappelijke terminologie uit de politieke economie correct hanteren (bv. horizontale en verticale concentratie, crossmedialiteit, ...).</li> <li>• nieuws, entertainment en reclame bespreken als het resultaat van een geïnstitutionaliseerd mediasysteem.</li> <li>• de actualiteit systematisch opvolgen en synthetiseren.</li> </ul>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>De evaluatie in eerste en tweede zit bestaan uit twee componenten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Een mondeling examen: 75%</li> <li>• Verschillende kleinere tussentijdse tests (2 tot 5) met betrekking tot de maatschappelijke actualiteit (politieke, economische, en mediagerelateerde onderwerpen): 25%</li> </ul> <p>De tussentijdse tests bestaan uit feitgerichte actualiteitstests en lees- en onderzoeksopdrachten met een focus op het ontwikkelen van een kritische en rationele houding ten opzichte van nieuws en mediaverslaggeving.</p> <p>Indien studenten om een geldige reden één of meer tussentijdse tests of opdrachten niet kan inleveren, gelden enkel de afgelegde tests. Het gewicht van de andere tests en opdrachten wordt in dat geval relatief verhoogd om aan 25% te komen. Indien studenten om geldige redenen geen van enkele test of opdracht kan maken, telt het examen voor 100% van de evaluatie in eerste zit.</p> <p>In tweede zitting maken deze kleinere tests deel uit van het mondeling examen, en worden beide onderdelen gelijktijdig afgelegd.</p>
Méthodes d'enseignement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ex cathedra</i> lessen met visuele ondersteuning</li> <li>• Collectieve bespreking van de actualiteit en van academische literatuur</li> <li>• Een of meer gastcolleges door experts en/of <i>media professionals</i></li> <li>• Een eventuele excursie naar een relevant media-gerelateerd event</li> </ul>
Contenu	<p>In het vak Analyse van de Media-Instellingen belichten we het institutionele medialandschap vanuit een historisch, politiek, en politiek-economisch perspectief. Dit laat ons toe om de productie, de distributie, en de consumptie van media <i>content</i> in Vlaanderen, België, Europa, en de wereld kritisch te benaderen.</p>

- De maatschappelijke implicaties van de institutionele organisatie van het medialandschap
- Digitalisering, sociale media, en hun impact op traditionele media
- De institutionele productie van propaganda

In het aansnijden van deze onderwerpen leggen we de nadruk op het ontwikkelen van een kritische en rationele houding ten opzichte van nieuws en verslaggeving, en op het belang van het volgen van de maatschappelijke actualiteit.

## Bibliographie

### **Bibliographie :**

Onderstaande teksten dienen als inspiratiebron voor deze cursus. Delen ervan dienen als studiemateriaal. De lijst is niet exhaustief.

Downey, J. (2006). The media industries: do ownership, size and internationalisation matter? In D. Hesmondhalgh (Ed.), *Media production* (pp. 7-48). Maidenhead: Open University Press.

Hardy, J. (2014). Chapter 1: What (is) political economy of the media? In J. Hardy (Ed.), *Critical political economy of the media: an introduction* (pp. 3-36). New York: Routledge.

Hardy, J. (2014). Chapter 4: Concentration, conglomeration, commercialisation. In J. Hardy (Ed.), *Critical political economy of the media: an introduction* (pp. 79-107). New York: Routledge.

Herman, E. S. (2000). The propaganda model: a retrospective. *Journalism studies*, 1(1), 101-112.

Hesmondhalgh, D. (2006). Chapter 2: Media organisations 0 0 -10 staande

