

Table des matières

Introduction

Philippe J. Maarek, Université Paris Est – UPEC, France

& Nicolas Pélissier, Université Côte d'Azur, France

Pas d'Europe, mais des Européens ? 5

Les forces centrifuges populistes et la fragmentation des enjeux

Peter Gross, University of Tennessee, États-Unis

Politique, médias et sphère publique : premiers enseignements des élections européennes de 2019 17

Faiza Naït-Bouda, Université Cote d'Azur, France

D'une cible électorale en construction sur fond d'urgence sociale : Le cas des « Gilets jaunes » et d'une politique liquide en France 35

Lars Nord & Christian Nounkeu, Mid Sweden University, Suède

Européennes 2019 : reconsidérations sur des élections de « deuxième ordre » - Une analyse de la communication politique pour les Européennes en Suède (2009-2019) 53

Amandine Astic-Rouah, Université Cote d'Azur, France

Presse écrite occidentale et partis nationaux-populistes - La médiatisation des partis nationaux-populistes par les quotidiens nationaux français, italiens et belges lors des élections européennes de 2019 67

Renáta Varga, Université de Lille, France

Au croisement des contre-discours - Viktor Orbán, figure centrale de la campagne des élections européennes de 2019 93

Médias sociaux et hybridation des médias au service des populismes

- Camelia Beciu & Mirela Lazar**, Université de Bucarest, Roumanie
Entre Facebook et parole télévisuelle, quels recadrages des enjeux nationaux et européens dans l'espace politique roumain ? 117
- Nicoleta Steluta Pandelea**, Université de Bucarest, Roumanie
Vers un populisme digital ? La construction du discours politique dans le contexte des élections européennes de 2019 143
- Marta Rebolledo, Jordi Rodríguez-Virgili & Aurken Sierra**,
Université de Navarre à Pampelune, Espagne
Les élections européennes 2019 en Espagne - De nouveaux acteurs pour un agenda à l'identique ? 165
- Gilles Brachotte & Alex Frame**, Université de Bourgogne, France
Les élections européennes sur Twitter - Premiers constats croisés des campagnes françaises de 2014 et 2019 187
- Edoardo Novelli**, Université des Études Roma TRE, Italie
European Elections Monitoring Center - Une analyse transnationale de la campagne électorale pour les élections européennes de 2019 209