

Les Médias en France

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Les Médias en France [Texte imprimé] ; Jean-Marie Charon

Auteur(s) : Charon, Jean-Marie (1948-....)

Editeur, producteur : Paris : Éd. la Découverte, 2003
(impr. en Belgique)

Description matérielle : : 19 x 12 cm
122 p.

Collection : Repères 374

ISBN : 2-7071-3866-5

Appartient à la collection : Repères (Maspero) 0993-7625 374

Classification décimale Dewey : 302.230 944 23

Note(s) : Bibliogr.

Résumé ou extrait : Analyse la transformation des médias français depuis 20 ans, notamment au niveau de l'offre en information et en programme, de l'évolution technologique, des instances de régulation et du cadre juridique. Etudie également les causes de la domination des médias par de grands groupes internationaux aux activités diversifiées. Montre enfin les comportements des destinataires de l'offre médiatique.

Sujet(s) : Politique des médias
Médias
Influence
France
Aspect économique
1970-2000

Sujet - Nom commun : Médias -- France
Politique des médias -- France