

Les médias en France

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : Les médias en France / Jean-Marie Charon

A pour autre édition sur un support différent : Les médias en France Jean-Marie Charon 2010 Paris Cairn Repères 978-2-70716-810-8

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

Publication : Paris : Éditions la Découverte, DL 2003

Description matérielle : 1 volume (122 pages) ; 18 cm

Collection : Repères 0993-7625 374

ISBN : 2-7071-3866-5

EAN : 9782707138668

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

Classification décimale Dewey : 302.230 944 21

Note sur l'édition et l'histoire bibliographique : Autre tirage : 2004

Note sur les bibliographies et les index : Bibliographie pages 117-[119]

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 - Nom commun : Médias -- Innovation

Concentration industrielle -- France -- 1970-....

Médias -- Histoire -- France

Journalistes -- Responsabilité professionnelle -- France

Public des médias -- France

Société médiatique -- France
Médias -- Influence -- France
Politique des médias -- France