

Médias et élections : la campagne présidentielle de 2007 et sa réception

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Médias et élections : la campagne présidentielle de 2007 et sa réception / Veyrat-Masson, Isabelle

Auteur(s) : Veyrat-Masson, Isabelle (1954-....)

Editeur, producteur : Paris : l'Harmattan [Bry-sur-Marne] : [INA éd.], DL 2011
(53-Mayenne; Impr. Jouve)

Description matérielle : 248 p. : ill., tab., graph. ; 24 cm

Collection : Les médias en actes

ISBN : 978-2-296-56197-7

EAN : 9782296561977

Appartient à la collection : Les Médias en actes 1768-7756 2011

Classification décimale Dewey : 324.944 0841 23

Note sur les bibliographies et les index : Bibliogr. en fin de chapitres

Résumé ou extrait : Cet ouvrage propose une étude sur les processus de circulation de l'information pendant la période de médiatisation maximale liée à l'élection présidentielle (janvier-mai 2007) articulée autour de 4 domaines : activité de communication des acteurs politiques, dynamique de mise à l'agenda des thèmes de campagne, production de l'information par les médias, réception de l'information par les publics.

Sujet(s) : élection présidentielle : 2007

presse écrite

presse en ligne

média

communication

France : politique

Sujet - Nom commun : Médias et politique -- France -- 1990-2020
Présidents -- France -- Élection (2007) -- Dans les médias