

La Déontologie des médias

Type de contenu : Texte

Titre(s) : La Déontologie des médias [Texte imprimé] ; Claude-Jean Bertrand

Auteur(s) : Bertrand, Claude-Jean

Mention d'édition : 2e éd. corr.

Editeur, producteur : Presses universitaires de France, 1999

Description matérielle : 128 p.
: 18 x 12 cm

Collection : 3255 Que sais-je?

ISBN : 2-13-048494-8

Autres classifications : NAB_00-03

Classification décimale Dewey : 070.1

Résumé ou extrait : Les médias de la planète se sont améliorés dans la seconde moitié du XXe siècle, en raison notamment de l'apparition de nouveaux médias. Mais, si le contrôle de la communication par les dictateurs de tout poil est rendu presque impossible par les technologies de la liberté, la mainmise de vastes entreprises sur l'univers des médias s'est renforcée.

Sujet(s) : déontologie
déontologie
journalistes
journalistes