Médias

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM), Jahrbuch 2009/2010 / Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM), Fernsehen in Deutschland 2009 / Deutscher Werberat, Jahrbuch 2010 / KIEFER Marie Luise, Journalismus und Medien als Institution / REGOURD Serge, Vers la fin de la télévision publique? Traité de savoir-vivre du service public audiovisuel / ROTHENBERGER Liane, Von elitär zu populär ? Die Programmentwicklung im deutsch-französischen Kulturkanal arte / SCHÖLGENS Barthel (ed), 25 Jahre Urknall : Absichten – Bilanz – Ausblick. Eine medienpolitische Betrachtung. 6. Berliner Medien Diskurs / SCHULZ Wolfgang, KASERER Christoph, TRAPPEL Josef, Finanzinvestoren im Medienbereich / ZDF, ZDF Jahrbuch 2009

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rea/4207>

DOI : 10.4000/rea.4207

ISBN : 978-2-8218-0892-8

ISSN : 1965-0787

Éditeur

CIRAC

Édition imprimée

Date de publication : 26 octobre 2010

Pagination : 84

ISSN : 1156-8992

Référence électronique

« Médias », *Regards sur l'économie allemande* [En ligne], 98-99 | octobre 2010, mis en ligne le 05 novembre 2010, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rea/4207> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rea.4207>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

© CIRAC

Médias

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM), **Jahrbuch 2009/2010** /Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM), **Fernsehen in Deutschland 2009** /Deutscher Werberat, **Jahrbuch 2010** / KIEFER Marie Luise, **Journalismus und Medien als Institution** /REGOURD Serge, **Vers la fin de la télévision publique? Traité de savoir-vivre du service public audiovisuel** /ROTHENBERGER Liane, **Von elitär zu populär ? Die Programmentwicklung im deutsch-französischen Kulturkanal arte** /SCHÖLGENS Barthel (ed), **25 Jahre Urknall : Absichten – Bilanz – Ausblick. Eine medienpolitische Betrachtung. 6. Berliner Medien Diskurs** /SCHULZ Wolfgang, KASERER Christoph, TRAPPEL Josef, **Finanzinvestoren im Medienbereich** / ZDF, **ZDF Jahrbuch 2009**

RÉFÉRENCE

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM), **Jahrbuch 2009/2010**, Vistas, Berlin, 2010, 504 p.
 Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM), **Fernsehen in Deutschland 2009**, Vistas, Berlin, 2009, 280 p.
 Deutscher Werberat, **Jahrbuch 2010**, edition zaw, Berlin, 2010, 92 p.
 KIEFER Marie Luise, **Journalismus und Medien als Institution**, UVK Verlagsgesellschaft, Constance, 2010, 246 p.
 REGOURD Serge, **Vers la fin de la télévision publique? Traité de savoir-vivre du service public audiovisuel**, éditions de l'attribut, Toulouse, 2008, 240 p.
 ROTHENBERGER Liane, **Von elitär zu populär ? Die Programmentwicklung im deutsch-französischen Kulturkanal arte**, UVK Verlagsgesellschaft, Constance, 2008, 470 p.
 SCHÖLGENS Barthel (ed), **25 Jahre Urknall : Absichten – Bilanz – Ausblick. Eine medienpolitische Betrachtung. 6. Berliner Medien Diskurs**, Konrad Adenauer-Stiftung, Sankt Augustin/Berlin, 2009, 74 p.

SCHULZ Wolfgang, KASERER Christoph, TRAPPEL Josef, **Finanzinvestoren im Medienbereich**, Schriftenreihe der Landesmedienanstalten vol. 39, Vistas Verlag, Berlin, 2008, 412 p.
ZDF, **ZDF Jahrbuch 2009**, Mayence, 2010, 298 p.

- 1 Voici une sélection d'ouvrages qui donne une idée de la richesse comme du caractère incontournable du suivi des médias en Allemagne. On y trouve les rapports annuels du groupe de travail permanent des instances de régulation de l'audiovisuel privé des Länder (ALM ; sur ses activités ou l'observation des programmes TV), du Conseil de la publicité (ZAW ; sur les enfreintes au code de déontologie rencontrées dans l'année) ou du puissant opérateur public ZDF. Tous sont abondamment chiffrés et documentés dans un souci de transparence. On y trouve aussi les actes d'un de ces nombreux séminaires de réflexion entre praticiens et experts qui entretiennent le débat public sur les médias, ici sur les 25 ans d'existence du dualisme public/privé (SCHÖLGENS). On y trouve surtout en abondance des travaux scientifiques, qu'ils traitent de questions de fond comme les médias en tant qu'institution (KIEFER) ou qu'ils évaluent sous forme de rapport des mutations récentes comme la montée en puissance des investisseurs financiers dans le capital des médias allemands (SCHULZ et al.), ou encore qu'il s'agisse de travaux universitaires étudiant l'évolution de la programmation d'arte depuis sa création (ROTHENBERGER). Différences culturelles obligent, la production française se distingue plutôt par un vif intérêt pour les questions brûlantes d'actualité, comme cet essai sur la suppression de la publicité dans l'audiovisuel public en France (REGOURD). (ib)