

L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise / Habermas, Jürgen

Est une traduction de : Strukturwandel der Öffentlichkeit

Auteur(s) : Habermas, Jürgen (1929-....)

Autre(s) responsabilité(s) : Buhot de Launay, Marc (1949-....) (Traducteur)

Mention d'édition : [Nouv. éd.]

Editeur, producteur : Paris : Payot, 1997
(61-Lonrai; Normandie roto impr.)

Description matérielle : XXXV-324 p. ; 23 cm

Collection : Critique de la politique

ISBN : 2-228-88013-2

Appartient à la collection : Critique de la politique 0768-3871 1997

Titre conventionnel : [Strukturwandel der Öffentlichkeit. français.]

Note sur les bibliographies et les index : Bibliogr. p. 305-313
Index

Résumé ou extrait : Le principe de publicité est le principe de contrôle que le public bourgeois a opposé au pouvoir pour mettre un terme à la pratique du secret propre à l'Etat absolu. En 1990, l'auteur propose une triple révision du concept : remise en question du concept de totalité, appréciation modifiée de la capacité critique du public, nouvelle interrogation quant à la possibilité d'un espace public.

Sujet(s) : manipulation mentale
média
opinion publique
publicité
sociologie