

Sociologie des communications de masse

Type de contenu : Texte Image fixe

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Sociologie des communications de masse [Texte imprimé] / Lazar, Judith

Auteur(s) : Lazar, Judith

Editeur, producteur : Paris : A. Colin, 1991
(58-Clamecy; Impr. Laballery)

Description matérielle : 240 p. : tab. ; graph. ; 23 cm

Collection : Collection U Série Sociologie

ISBN : 2-200-31288-1

Appartient à la collection : Collection U. Série Sociologie 0768-1739 1991

Classification décimale Dewey : 302.2 23

Note sur les bibliographies et les index : Réf. bibliogr. en fin de chapitre
Index

Résumé ou extrait : Cet ouvrage offre une approche sociologique de la communication de masse comme processus social. Son objectif est de mieux comprendre les médias, leur structure, leur fonctionnement. A travers les études classiques ou plus récentes, il présente les grands axes de la sociologie de la communication de masse. Quelles sont les théories majeures qui analysent ce champ de recherche ? Quels sont véritablement ces outils communicationnels, comment agissent-ils, quels sont leurs effets, leurs conséquences sociales, comment peut-on les maîtriser, les apprivoiser, les exploiter même ?

Sujet(s) : sociologie
communication de l'information

Sujet - Nom commun : Communication -- Sociologie
Médias -- Sociologie