

Sociologie de la communication et des médias

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Sociologie de la communication et des médias / Maigret, Eric

Auteur(s) : Maigret, Éric

Editeur, producteur : Paris : A. Colin, 2003
(impr. en Belgique)

Description matérielle : 287 p. ; 24 cm

Collection : U Sociologie

ISBN : 2-200-26427-5

Appartient à la collection : Collection U. Série Sociologie 0768-1739 2003
Collection U 0750-7763 2003

Classification décimale Dewey : 302.23 23

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

Résumé ou extrait : Indiscutable, le rôle des médias de masse dans les sociétés contemporaines n'en est pas moins difficile à appréhender. Dans cet ouvrage, l'auteur revient d'abord sur les théories des effets pour en montrer les limites ; il examine ensuite les théories issues de ce cadre normatif pour mettre l'accent sur la complexité des mondes de la production et sur les capacités de réponses des publics aux contenus ; il aborde enfin les pensées qui lient les médias au projet démocratique.

Sujet(s) : sociologie
média
communication

Sujet - Nom commun : Communication -- Sociologie
Information, Théorie de l'