

Livre

Auteur(s) : Marchand, Pascal (1964-...) (Directeur de publication)

Titre(s) : Psychologie sociale des médias [Texte imprimé] / sous la dir. de Pascal Marchand.

Éditeur(s) : Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2004
(53-Bonchamp-lès-Laval : Impr. Barnéoud).

Collection(s) : (Collection Didact. Psychologie sociale).

Résumé : Propose un historique de la psychologie sociale expérimentale des médias consacré aux rapports entre violence médiatique et conduite violente individuelle. Des chercheurs français et italiens rassemblent un échantillon illustrant les études européennes actuelles dans le domaine de la communication médiatique.

Notes : Bibliogr. p. 295-324.

Sujet(s) : Médias ** Influence Sociolinguistique Médias et langage
Médias ** Aspect social



Exemplaires

Bibliothèque	Espace	Emplacement	Support	Cote	Utilisation	Situation	Date de retour	Consultation
Saint-Corneille	Adulte		Livre	302.2 PSY	Prêt normal	En rayon		