

Bon de commande

à retourner aux

Presses universitaires de Grenoble

15, rue de l'Abbé Vincent – ZI des Vouillands, Bât B1 – 38600 Fontaine

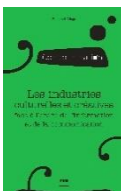
Tel : 04 76 29 43 09 / e-mail : pug@pug.fr

<i>ÉTABLISSEMENT</i>				
<i>NOM</i>		<i>PRÉNOM</i>		
<i>ADRESSE</i>				
<i>CODE POSTAL</i>		<i>VILLE</i>		
<i>e-mail</i>		<i>TÉLÉPHONE</i>		
<i>Souhaite acquérir l'ouvrage :</i>		<i>CODE</i>	<i>PRIX €</i>	<i>QUANTITÉ</i>
<i>Médias et médiatisation</i>		4280	20,50	
<i>Étudier la publicité</i>		2275	16,40	
<i>Frais de livraison (pour plus de 3 ouvrages, nous consulter pour un tarif adapté)</i>				5,00 €
<i>Règlement :</i>			TOTAL À PAYER	
<input type="checkbox"/> par chèque joint à l'ordre des PUG				
<input type="checkbox"/> par carte Visa, Master Card, Eurocard				
<input type="checkbox"/> N° de carte : _____ Date expiration : _____				
3 derniers chiffres du numéro imprimé au dos (cryptogramme visuel) : _____				
Signature : _____				
<input type="checkbox"/> autre : joindre un bon de commande administratif				

Ouvrages disponibles en librairieTéléchargez un extrait de nos ouvrages sur www.pug.fr**Parus dans la collection *Communication en plus* :****Étudier la publicité**

Simona De Iulio

2016

**Les industries culturelles et créatives**Bernard Miège
Disponible uniquement en version numérique

2017

**Sciences de l'information et de la communication (2^e ed)**S. Olivesi (dir.)
2014

Sous la direction de Benoit Lafon

Communication

Médias et médiatisation

Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques

Médias et médiatisation

Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques

Benoit Lafon (dir.)

Quelques mots sur l'ouvrage

Les médias et leurs productions, les médiatisations, ont envahi notre quotidien. Porteurs d'enjeux multiples (politiques, socioculturels, économiques), ils sont aujourd'hui tellement discutés, voire décriés, qu'il est urgent de poser un regard distancié sur les réalités médiatiques contemporaines. Comment les analyser ?

Cet ouvrage vise à donner aux étudiants, enseignants, analystes des médias et chercheurs des conseils méthodologiques, ainsi que des clés pour se poser les questions pertinentes et connaître les approches et recherches récentes. Il présente les principaux concepts puis en fait la synthèse, de manière à éviter les erreurs les plus courantes dans l'analyse des médias. Il vise à penser les médias dans leur diversité (de l'imprimé au numérique) et les produits médiatiques dans la variété de leurs formats (de l'actualité à la fiction, des textes aux vidéos). Il aborde notamment les questions de la médiatisation de l'espace public, du politique, de la science et du genre. Cette réflexion mène à un questionnement sur le journalisme et la construction des événements, au cœur des débats publics contemporains.

Quelques mots sur les auteurs

Professeur de sciences de l'information et de la communication à l'université Grenoble-Alpes, **Benoit Lafon** est directeur-adjoint du Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication).

Contributeur à l'ouvrage : Jocelyne Arquembourg, Claire Blandin, Michael Bourgate, Vincent Bullich, Isabelle Garcin-Marrou, Daniel Jacobi, Yves Jeanneret, Pierre Leroux, Marc Lits, Emmanuel Marty, Isabelle Pailliant, Franck Rebillard, Roselyne Ringoot, Philippe Riutort, Laurie Schmitt, Céline Ségur.

Les +

- ◆ 5 à 6 écrans présents en moyenne dans les foyers français (CSA) : penser les médias est plus urgent que jamais !
- ◆ Arrivée des géants de l'Internet (GAFAM, NATUM), progression des nouveaux genres (web-vidéos, séries), mutations des pratiques, mobilisations via les réseaux sociaux, enjeux du pluralisme de l'information : ce livre questionne tous les enjeux médiatiques contemporains.
- ◆ « Ce qu'il vaut mieux faire », « ce qu'il faut éviter », un guide pratique avec des conseils méthodologiques.
- ◆ Un ouvrage de synthèse sur l'analyse des médias.

Code ISBN 978-2-7061-4280-2

312 pages / 20,50€

Table des matières

Introduction générale

Les médias et les médiatisations : un modèle d'analyse

Benoit Lafon

PARTIE 1 - MEDIAS. LES PRINCIPALES APPROCHES

Chapitre 1 – Socio-économie des médias : analyser les stratégies de production-valorisation

Vincent Bullich, Laurie Schmitt

Focus 1 - Médias analogiques, médias numériques : des industries sociosymboliques

Franck Rebillard

Chapitre 2 - Pratiques médiatiques et ethnographie des publics

Céline Ségur

Chapitre 3 - Contenus et discours des médias : concepts, méthodes, outils

Emmanuel Marty

Chapitre 4 - Recourir à la démarche sémio-communicationnelle dans l'analyse des médias

Yves Jeanneret

Focus 2 - Récits médiatiques

Marc Lits

Chapitre 5 - L'histoire des médias, une approche en évolution

Claire Blandin

PARTIE 2 - MEDIATISATION. LES GRANDS ENJEUX

Chapitre 6 - Des médiatisations au processus de médiatisation

Benoit Lafon

Chapitre 7 - Médiatisation et espace public

Isabelle Pailliant

Focus 3 - Le journalisme, une médiatisation spécifique

Roselyne Ringoot

Chapitre 8 - La politique médiatisée

Pierre Leroux, Philippe Riutort

Chapitre 9 - Les médiatisations visuelles des savoirs scientifiques

Michael Bourgate, Daniel Jacobi

Chapitre 10 - Le genre au prisme des médiatisations et des médias

Isabelle Garcin-Marrou

Focus 4 - Les médias, l'improbable miroir des événements

Jocelyne Arquembourg

Index des notions