

1. Record Nr.	UNISALENTO991002408839707536
Titolo	L'ermeneutica della liberta religiosa : atti del convegno indetto dal Centro internazionale di studi umanistici e dall'Istituto di studi filosofici, Roma, 7-12 gennaio 1968 / a cura di Enrico Castelli
Pubbl/distr/stampa	Roma : Istituto di studi filosofici, 1968
Descrizione fisica	646 p. ; 25 cm
Altri autori (Persone)	Castelli, Enrico
Altri autori (Enti)	Centro internazionale di studi umanistici <Roma> Istituto di studi filosofici <Roma>
Disciplina	261.72
Soggetti	Libertà religiosa - Concetto Epistemologia
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	In testa al front.: Centro internazionale di studi umanistici, Roma

2. Record Nr.	UNINA9910132456103321
Autore	Balnaves Mark
Titolo	Rating the Audience : the business of media / / Mark Balnaves, Tom O'Regan with Ben Goldsmith
Pubbl/distr/stampa	London : , : Bloomsbury Academic, , 2011
ISBN	9781849664622 1849664625
Descrizione fisica	1 online resource (xvi, 272 pages)
Soggetti	Internet users - Measurement Mass media - Audiences
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and index.
Sommario/riassunto	"Knowing, measuring and understanding media audiences have become a multi-billion dollar business. But the convention that underpins that business, audience ratings, is in crisis. Rating the Audience is the first book to show why and how audience ratings research became a convention, an agreement, and the first to interrogate the ways that agreement is now under threat. Taking a historical approach, the book looks at the evolution of audience ratings and the survey industry. It goes on to analyse today's media environment, looking at the role of the internet and the increased difficulties it presents for measuring audiences. The book covers all the major players and controversies, such as Facebook's privacy rulings and Google's alliance with Nielsen. Offering the first real comparative study, it will be critical for media students and professionals."--Bloomsbury Publishing.