

A fejezet áttekintése

Kötetünk utolsó fejezetében arról lesz szó, milyen formai követelményeknek kell megfelelnie az általunk írott tanulmánynak. A pontos követelmények persze intézményről intézményre is változnak, feltétlenül nézzünk tehát utána, milyen elvárások vannak saját egyetemünkön. Az alábbiakban általános útmutatást igyekszünk nyújtani, de az itt felvetett szempontok feltehetőleg az egyes intézmények követelményrendszerében is érvényre jutnak. Szót ejtünk a tervezésről és az optimális időbeosztásról, majd pedig tartalmi kérdésekről, bár ez utóbbiak nyilvánvalóan kutatási témánkról függően változnak. Sorra vesszük azokat a tartalmi egységeket, amelyekkel a hasonló írásművek általában rendelkeznek, majd vetünk egy pillantást a stilisztikai kérdésekre is, különös tekintettel a leggyakoribb problémákra. Bár ez a fejezet kötetünk végén található, a benne foglaltakat a kutatás folyamán végig érdemes szem előtt tartani, hiszen ha világos elképzelésünk van arról, hogy nagyjából mit szeretnénk kiadni a kezünk közül a munka végeztével, azt is jobban fogjuk látni, mire figyeljünk az előkészítő szakaszban, kutatás közben, illetve az írás során.

Bevezetés

A megszülető írásmű formai sajátosságai kulcsfontosságúak az egész munka megítélése szempontjából. Ezeket a megfontolásokat a munka egész folyamán szem előtt kell tartanunk, vagyis már a kutatás fázisában tudnunk kell, hogyan fogjuk eredményeinket közreadni. A beadott szövegből ki kell derülnie, mi mindent végeztünk el, hiszen csak azt fogják tudni értékelni, aminek a dolgozatban nyoma van. Az alábbiakban a tanulmányírás formai sajátosságait tekintjük át, beleértve a tartalomjegyzék összeállításának fortélyait és a tudományos szövegalkotás más részleteit is. A munka végső sikere nagyban függ

lunk felvázolni kívánt gondolatmenetet, és annak logikája mentén szervezzük a fejezeteket és alfejezeteket. Az összbonyomás szempontjából az értékelésnél nagyon sokat számít a logikus és átlátható felépítés.

A KUTATÁS

Az értékelésben természetesen nagy súllyal szerepel, milyen volumenű kutatást végeztünk és milyen színvonalon. Remélhetőleg a megelőző fejezetekben ehhez sok hasznos ötlettel sikerült hozzájárulnunk. Érdemes mind a kutatás megtervezésénél, mind a kivitelezés során gyakran konzultálni a témavezetővel. Az értékelésnél elsősorban a kutatás minősége számít, de természetesen az sem egészen mellékes, mennyi munkát szántunk a dologra. A kutatásnak legalábbis annyira időigényesnek kell látszania, ami indokolja a hivatalosan vele töltött időt – ha ez egy egész tanév, akkor annyit. Ne képzeljük, hogy tanáraink nem veszik észre, ha kutatásunkat a hűsvéti szünet tíz napja vagy egy hosszú hétvége alatt csaptuk össze – ez meg fog látszani az érdemjegyükön is. Hagyjunk elég időt magára a kutatásra, csakúgy mint a tanulmány megírására.

KÜLALAK

Noha nem jár külön pontszám az aranybetűs címlapért vagy a szép színes diagramokért, nem érdemes elhanyagolni a kész mű kinézetét sem. A legfontosabb, hogy a tanulmány szerkezete világos és áttekinthető legyen. Ha videokazettát, CD-t vagy más egyebet csatolunk a dolgozathoz, mindegyikre tüntessük föl rajta a nevünket és bármilyen egyéb egyértelmű azonosítónkat, nehogy elkallódjon. Gondosan (és idejében!) tanulmányozzuk a saját karunkon, tanszékünkön érvényes formai követelményeket.

STÍLUS

Beadás előtt nagyon alaposan nézzük át a teljes szöveget – erre érdemes akár egy egész hetet is hagyni magunknak. Érdemes esetleg hangosan is felolvasni, vannak bizonyos hibák, amelyek ilyenkor jobban kiderülnek. Beadás előtt újra nézzük át a ránk vonatkozó hivatalos értékelési kritériumrendszerrel, és ne feledjük, hogy csak arra kapunk pontot, ami a beadott

attól, hogyan tudjuk megismertetni az olvasót mindazzal, amit elvégeztünk. További hasznos információkat találhatunk Judith Bell (1999) és David Silverman (2000) írásaiban.

Értékelési kritériumok

A beadott tanulmányok értékelésének kritériumai valószerűleg a legtöbb intézményben igen hasonlóak, de mindenképpen nézzünk utána, mik is pontosan a ránk vonatkozó elvárások. A pontozás mindenesetre általában az alábbi szempontok szerint történik.

AZ ELGONDOLÁS EREDETISÉGE

Mennyire új és ismeretlen területre merészkedünk kutatásunkkal? Mennyire egyedi az elgondolásunk az adott évfolyamon? Hiába mégoly eredeti az alapötlet, ha abban az évben még tíz diáknak támadt ugyanez a ragyogó gondolata... A választott téma legyen aktuális – de ne annyira, hogy mindenki más is pont azzal akarjon foglalkozni. Tanulmányunk bevezetőjében meg kell tudnunk indokolni, miben rejlik ötletünk eredetisége.

KONCEPTUALIZÁLÁS

A kutatás megtervezése a legtöbb helyen az értékelés egyik fontos szempontja. A konzulensnek, csakúgy mint az értékelést végző tanárnak tudnia kell, hogy a diák alaposan megtervezte a kutatást, majd pedig a kivitelezés során is megfelelő gondossággal járt el. Valószerűleg a kritériumok között szerepelni fog az is, érvényes és megbízható volt-e a kutatásunk között bővebben lásd az első fejezetet). Fontos, hogy kutatásunk valóban azt mérje, amit mérni szeretnénk, és ezt a megfelelő eszközökkel tegye. Demonst-rálnunk kell, hogy átgondoltuk a viszonyt kutatásunk tárgya, az alkalmazott elméleti paradigma és a felhasznált módszerek között. A kutatási kérdés megfogalmazásáról bővebben lásd az első fejezetet.

A TANULMÁNY FELEPÍTÉSE

Az értékelést nagyban megkönnyíti (és általában javítja is), ha mondani-valónkat világos és átlátható szerkezetben ismertetjük. A fejezeteknek és alfejezeteknek tömör és egyértelmű címeket adjunk. Tekintsük át az álta-

szövegből kiderül. A kritériumrendszer célja az, hogy gyakorlatossá a diákokkal a tudományos szövegalkotás stádiumait, ezért a munka során mindvégig tartsuk szem előtt.

A tervezési fázis

Célszerű már a legelején átgondolni, milyen formában fogjuk eredményeinket közreadni. A kutatás első percétől elkezdhetünk olyan mondatokat, bekezdéseket írogatni, amelyek majd a már kész tanulmányban is benne lesznek. Mindig minden szakirodalmi mű, releváns film és tévé-műsor adatait gondosan rögzítjük – azokét is, amelyek csak lehet, hogy bekerülnek majd az irodalomjegyzékbe. Tartsuk számon, melyek azok a források, amelyekhez már hozzájutottunk, és melyek azok, amelyeknek még csak a létezéséről tudunk. Ha valamit már átnéztünk, és nem találunk hasznosnak, jegyezzük fel, miért. Ha valamit különösen hasznosnak találtunk, arról készítsünk részletes jegyzetet, beleértve azt is, hogyan köthető a többi általunk felhasznált forráshoz.

Vezessünk naplót arról, mi mindent teszünk, ami a munkához kapcsolódik. Ne felejtsük ki a telefonhívásokat, a könyvtárban töltött órákat és a témavezetővel való konzultációkat sem. Ez segít, hogy mindig lássuk, mennyit haladtunk már és mi mindent kell még tennünk, és a munka kezdeti szakaszában a konzultációknak is keretet adhat.

Nagyon fontos, hogy a lehető leghamarabb készítsünk vázlatot (ahogyan ez már az első fejezetben olvasható). Ha erre szánunk időt még az elején, az hosszú távon megtakarítást jelent, sőt minél alaposabb munkát végzünk az előkészítő szakaszban, annál kevesebb akadályba ütközünk később.

A TARTALOMJEGYZÉK

Nagyon fontos, hogy mondanivalónkat logikus, átlátható részekre bontva prezentáljuk. Így mi magunk is könnyebben eligazodunk benne írás közben, és az olvasó dolgát is megkönnyítjük. A tartalomjegyzéknek a fejezetek és alfejezetek címét kell tartalmaznia tömören, lehetőleg egy oldalnál nem nagyobb terjedelemben, az oldalszámokkal együtt. A 6.1 táblázatban látható egy példa, amely megfelelő változtatásokkal bármilyen tanulmány tartalomjegyzékévé átalakítható. A benne található címek alapján fogunk haladni az alábbiakban. Maguk a tulajdonképpeni fejezetcímek már per-

szre a kutatás jellegétől függnék. Hogy erre is legyen példa, a 6.2 táblázat egy hipotetikus tartalomjegyzéket mutat be egy olyan kutatás alapján, amelynek szerzője a fekete nőknek szóló magazinok nőképét elemezte.

A BEVEZETÉS

Talán triviálisnak hangzik, de a bevezetés az első dolog, amit az olvasó elolvas a tanulmányból, ezért több iget fontos szerepe is van. Először is, tömören össze kell foglalnia, miről szól a kutatás, hogy az olvasónak legyen elképzelése, mire számíthat. Szintén nagyon tömören össze kell foglalnia azt is, hogyan zajlott maga a vizsgálat és mi volt a célja, vagyis már az elején ki kell mondanunk, miben látjuk az értékét és jelentőségét az általunk elvégzett munkának. Írjuk le, mi érdekelt bennünket és miért. Itt nem baj, ha személyesebb hangvételt használunk, hiszen az olvasónak érdekes lehet megtudni a motivációinkat. Nyilvánvaló, hogy a bevezetést csak akkor tudjuk megírni, ha már lezárult a kutatás. Amikor az íráshoz hozzálátunk, szerintem érdemes nem többet, mint negyedórát eltölteni azzal, hogy nagyon gyorsan felvázoljuk, honnan hová szeretnénk eljutni. Amikor befejeztük az írást, és már a következtetéseket is papírra vetettük, téjünk vissza a bevezetéshez, és írjuk át teljesen annak fényében, mit végeztünk el valójában. A bevezető legyen rövid és érdekes, és bár az olvasó ezt olvassa el először, mi ezt írjuk meg utoljára. A 6.2 táblázatban foglalt példánk esetében a bevezetésből ki kell derülnie, miért választotta a kutató a fekete nőknek szóló magazinok nőképének kutatását, és mit várhatnak, ha elolvassák a tanulmány további részét.

A SZAKIRODALOM ÁTTEKINTÉSE

A tanulmány elején számot kell adnunk arról, hogy ismerjük a témában addig íródott szakirodalmat és más forrásokat, legyen szó könyvekről, cikkekről, videoanyagokról vagy előadásokról, és általában bármiről, ami hatással volt a témáról való gondolkodásunkra. Noha szakirodalmi áttekintésnek hívják, önmagában ez is egy kutatás. Nem keverendő azonban össze a recenziónal, vagyis nem értékelünk kell az olvasottakat, hanem azt kell összefoglalnunk, mi mindent mond a szakirodalom, ami kutatásunk szempontjából releváns. Hipotetikus kutatásunkban ez a női magazinokra vonatkozó szakirodalmat és általában a nők reprezentációjára vonatkozó feminista irodalmat jelentené,

6.1
TÁBLÁZAT.Általános
tartalomjegyzék

Cím

1. Bevezetés
2. Szakirodalmi áttekintés
3. Hipotézis
4. Módszer
5. A kutatás
6. Az adatok értelmezése
7. Következtetések
8. Irodalomjegyzék
9. Függelékek

6.2

TÁBLÁZAT.

Hipotetikus
tartalomjegyzék

A nőiség ábrázolása fekete nőknek szóló magazinokban

1. Bevezetés
2. A női magazinokról és a nőiség ábrázolásáról szóló szakirodalom
3. Kutatási kérdés: Megerősítést nyerne-e az olvasók a fekete nőknek szóló magazinok nőképéből?
4. A kutatási módszer ismertetése: tartalom- és diskurzuselemzés
5. A *Pride* magazin hat számának elemzése
6. Az eredmények értelmezése
7. Következtetések
8. Irodalomjegyzék
9. Függelék: a kódolási utasítás

de bele kellene vennünk a fekete nők reprezentációjáról írottakat is, függetlenül attól, milyen médiumra vonatkoznak. Általánosságban kommentálnunk kell a szakirodalom erős és gyenge pontjait, de nem kell részletes kritikába bocsátkoznunk. Emeljünk ki néhány főbb témát, amelyekkel a szakirodalom foglalkozik, és nagy vonalakban vázoljuk fel, mennyire értünk egyet azzal, amit az említett szerzők mondanak.

Érdeemes a szakirodalmi áttekintést is már az elején megírni, hiszen lehet, hogy itt valami olyasmivel találkozunk, ami teljesen megváltoztatja a kérdés-sel kapcsolatos megításainkat. Olvassunk tehát minél több szakirodalmat, és minél hamarabb adjuk a témavezetőnk kezébe az általunk megismert művek listáját.

Az áttekintett szakirodalmat rendezzük tematikus egységekbe. Ehhez először is végig kell gondolnunk, milyen elv szerint tudnánk őket kategorizálni, legyen szó az azonos nézetrendszerhez tartozó szerzőkről vagy a kereskedelmi és a tudományos forrasmunkák különválasztásáról. Példánk esetében lehet egy csoport a „női magazinokra vonatkozó szakirodalom” és „fekete feminista nézőpontú írások” a másik. A szakirodalmi áttekin-

tésnek érintenie kell az összes olyan vitapontot, amellyel saját érvelésünkben foglalkozni szeretnénk.

Azért fontos az irodalomjegyzéket minél hamarabb a témavezető kezébe adni, hogy meg tudja ítélni, eleget dolgoztunk-e vele, és a megfelelő irányba indultunk-e el. A kutatási fázis során azután már aligha fogjuk gyökeresen megváltoztatni a meglévő szakirodalmi áttekintést, ha csak nem találunk valami újabb létfonosságú publikációt. A szakirodalmi áttekintés célja, hogy bemutassuk, mit írtak eddig saját témánkban és hogyan akarjuk a meglévő ismereteket tovább bővíteni saját kutatásunk alapján.

A szakirodalmi áttekintésnek azt is meg kell mutatnia, hogyan alakították szakirodalmi ismereteink (a bevezetőben tárgyalt személyes érdeklődésünkön túl) a kutatás menetét. Ennek a fejezetnek logikusan át kell vezetnie a kutatási kérdés vagy kiinduló hipotézis tárgyalásához.

A KUTATÁSI KÉRDÉS VAGY KIINDULÓ HIPOTÉZIS ISMERTETÉSE

Bármilyen jellegű kutatásról legyen is szó, meg kell tudnunk fogalmazni egyetlen jól érthető mondatban, mit akartunk demonstrálni vagy kideríteni. Ha nem is hipotézisként fogalmazzuk meg, ezt a mondatot emeljük ki vastag betűvel vagy aláhúzással a végső szövegben is. Világosnak kell lennie annak is, hogyan következik a kutatási kérdés az általunk áttekintett szakirodalomból.

AZ ÁLTALUNK HASZNÁLT MÓDSZER ISMERTETÉSE

Miután megismertettük az olvasót a kutatási kérdésünkkel, a következő lépésben ki kell fejtenünk, hogyan, milyen módszerekkel végeztük a vizsgálatot. Más szóval, hogyan operacionalizáltuk kutatási kérdésünket vagy kiinduló hipotézisünket. Nagyon világosan el kell magyaráznunk, hogyan következnek egyik a másiktól, vagyis azt, hogy a választott módszer érvényes, és megfelelő módon teszteli az általunk felállított hipotézist. Írjuk le részletesen, mit és miért tettünk a kutatás folyamán. Ne aggaszson minket, hogy mások publikációiban ezt nem mindig így látjuk – egy kezdő kutatónak még demonstrálnia kell, hogy átgondoltan kutatót, és tisztában volt vele, mit miért tett. Nagyon fontos, hogy írjunk arról is, ha kutatás közben zsákutcába tévedtünk, hiszen az olvasó számára annak is ki kell derülnie, hogy tanultunk a hibáinkból, és a kutatás során kezdeti elképzeléseink is fejlődésen, átalakuláson estek át.

Ha filmekkel dolgoztunk, soroljuk fel, mely filmeket néztük meg, és miért éppen azokat választottuk a kutatáshoz. Ha a vizsgálat során interjúkat készítettünk, itt ismertetjük, hogyan tettünk szert interjúalanyainkra, és milyen kérdéseket használtunk (például nyitott vagy zárt végűeket). Minden döntésünket tudományos érvekkel indokoljuk, vagyis ne írjunk olyasmit: „Azért csak öt emberrel készítettem interjúkat, mert péntek volt, és csak ennyien jöttek be aznap.” Ezzel szemben egy ötfős fókuszcsoportha teljesen elfogadható érv, ha azt írjuk: „Egy szűk baráti társaság tagjai kevésbé vannak zavartban ha ilyen kényes kérdésekről kell beszélniük, ezért nem nagyobb csoporttal dolgoztam.” Az általunk használt példában ha tartalomelemzéssel megvizsgáljuk a nők reprezentációját a fekete nőknek szóló magazinokban, majd pedig diskurzuselemzéssel megvizsgáljuk ezek kontextusát, az tökéletesen elfogadható mint komplett kutatás, hiszen a tartalomelemzés bevett médiaelemzési módszer, míg a diskurzuselemzés alkalmas arra, hogy árnyaltabb kérdésekre is választ adjon.

AZ EREDMÉNYEK BEMUTATÁSA

A következő fejezetben ismertettünk kell kutatásunk eredményeit. Ha empirikusabb jellegű vizsgálatot végeztünk, akkor itt kell megadnunk az általunk talált számadatokat, méghozzá világos, átlátható módon. Ezen túl azonban itt kell kifejtenünk azt is, hogyan viszonyulnak eredményeink a hipotézisünkhöz. Gondoljuk át alaposan, mi minden derült fény a kutatás során. Ez a tanulmány legfontosabb része, az olvasó is ezt fogja a legfigyelmesebben elolvasni, úgyhogy ügyeljünk, hogy minden lényeges pont szerepeljen benne. A tartalomelemzés például mint kvantitatív módszer, adatsorokat generál, amelyeket ebben a fejezetben kell ismertetnünk. Itt mutassuk be a *Pride* magazin elemzéséhez használt kódolási utasítást is, illetve készítsünk egy összefoglaló táblázatot az adatokból.

A KÖVETKEZTETÉSEK

A tanulmány utolsó részében összegeznünk kell, hogyan jutottunk el kiinduló kutatási kérdésünktől az eredményeinkig, vagyis hogyan jártuk be azt az utat, amelyet a bevezetésben felvázoltunk. Mivel ez a teljes eddigi folyamat összefoglalása, utaljunk vissza bátran a korábban írottakra. Ennek a fejezetnek szervesen kapcsolódnia kell a bevezetőhöz, mint-

egy annak tükörképeként. Ha szükséges, térjünk vissza a bevezetőhöz, és írjuk át – ez nemhogy nem csálás, hanem éppen annak bizonyítéka, hogy tudatosan viszonyulunk az írási folyamathoz. Csak akkor tudjuk megírni a darab nyitójelenetét, ha már tudjuk, mi lesz a végkifejlet. Ez a fejezet arra való, hogy elvárjuk az elvarratlanul hagyott szálakat.

AZ IRODALOMJEGYZÉK

Az irodalomjegyzékben szerepelnie kell minden olyan forrásmunkának, amely bármilyen módon befolyásolta a munkánkat. Ez azonban fordítva is igaz: ha valamit beleveszünk az irodalomjegyzékbe, azzal azt állítjuk, hogy el is olvastuk, ha nem is szóról szóra. Mindenképpen tüntessük fel valamennyi olyan forrást, amelyre a szövegben hivatkozunk – sőt, a tudományosság szigorú szabályai szerint csak azokat kell belevennünk az irodalomjegyzékbe, amelyekre hivatkozunk is.

A források felsorolásánál nemcsak az elsődleges, hanem a másodlagos forrásokra is gondolnunk kell. Ne idézzünk azonban olyasvalamit, amit másvalaki is csak idéz. Ha olyasvalamivel találkozunk idézet formájában, ami saját gondolatmenetünkhöz nélkülözhetetlen, keressük meg az eredeti forrást, és onnan idézzük, miután gondosan elolvastuk, hogy ott milyen kontextusban hangzik el. Ez azért fontos, mert előfordulhat, hogy az, aki idézte, valójában félreértette, és ha tőle vennénk át, magunk is elkövetnénk ugyanezt a hibát. Így viszont könnyen lehet, hogy az eredeti szöveg formájában egy olyan forrára bukkanunk, amely hasznosnak bizonyul kutatásunk szempontjából.

Minden tényállításunkat támasszuk alá idézetekkel, hogy az olvasók ellenőrizhessék, honnan származnak az adataink. Csak azokat a tényeket azonban nem kell referenciával ellátni, amelyeket köztudottnak vagy bárki számára könnyen hozzáférhető információnak tekinthetünk, így például azt, mikor lépett a trónra II. Erzsébet vagy ki rendezte a *Hatodik érszék*.

Az irodalomjegyzékben használható formai konvenciókról: lásd alább.

FÜGGELÉKEK

A lábjegyzeteket lehetőleg kerüljük – ha mondani akarunk valamit, mondjuk magában a szövegben. A függelékbe kerülhetnek az általunk használt kérdőív kérdései és az interjúk begépelte szövege, illetve minden

olyan adatsor, amely túl terjedelmes ahhoz, hogy a főszövegbe kerüljön. A tanulmány terjedelmébe nem szokták beleszámítani a függelékeket, de nézzünk utána, mi a szokás a mi intézményünkben.

Stilisztikai kérdések

Tekintsük át, milyen módon lehet meggyőzőbbé és átláthatóbbá tenni az általunk írottakat. Először a legyakoribb hibákkal foglalkozzunk, majd pedig az irodalomjegyzékre vonatkozó formai szabályokkal.

A PLÁGIUM

Azzal, hogy elbírálásra benyújtjuk az írásművünket, hallgatólagosan kijelentjük, hogy az saját szellemi termékünk. (Egyes intézmények erről írásos nyilatkozatot is kérnek.) A plágium, amikor az ember más munkáját, másvalaki szellemi termékét a saját neve alatt adja ki a kezéből, valójában a lopás, illetve a csalás egy formája, vagyis bűncselekmény, arról nem szólva, hogy a tudományos élet normáinak súlyos megszegése is, hiszen ez védi a tudományos közösség tagjait arról, hogy bárki learassa a nekik járó babérokát. A plágium az egyetemről való kizárást is maga után vonhatja.

HOGYAN IDÉZZÜNK?

Idézetekre szükség van, de vigyázzunk, hogy ne idézzünk túl hosszan vagy túl sokat. Egyszerre ne nagyon idézzünk öt sornál hosszabban, vagy ha mégis, szenteljünk neki külön bekezdést. Minden esetben gondosan ügyeljünk arra, hogy az idézet elváljon a saját magunk által írott szövegtől. Ne feledjük, munkánkat az alapján fogják elbírálni, mennyi eredeti gondolatot tartalmaz, de persze az is számít, megismertük-e a releváns szakirodalmat. Ezt úgy tudjuk a legjobban demonstrálni, ha minél több mindent a saját szavainkkal fogalmazunk meg és csak akkor használunk direkt idézetet, ha valami miatt fontos, hogy szó szerint reprodukáljuk a szerző szavait, ezt azonban mindig idézőjelek között tegyük.

Záró megjegyzések

Ez a kötet ahhoz igyekezett segítséget nyújtani, hogy önállóan megtervezzünk és kivitelezzünk egy kutatást a média vagy a kultúra valamely területén, majd eredményeinkről írásban számot tudjunk adni. A legfontosabb tanács azonban még mindig az: olyan témát keressünk, amellyel szívesen foglalkozunk. Az általunk olvasott szerzők, az egyetemi tanáraink feltehetőleg mind azért foglalkoznak a média kutatásával, mert ez érdekli őket, és diákként valószintűleg mi magunk is ezért kötöttünk ki ezen a területen. Ha olyan témát kutatunk, amely személyesen is közel áll hozzánk, a vele kapcsolatos problémamegoldást és a források megkeresését is élvezetesnek fogjuk találni. Bízom benne, hogy ez a kötet segítséget nyújt az olvasónak abban, hogy érdeklődése tárgyának nyomába eredjen. Különösen örülnék, ha eme bátorítás nyomán olyan témákban is készülnének kutatások, amelyekre maguk az oktatók sem gondoltának. Ha megvan bennünk az érdeklődés, a személyes elkötelezettség egy kérdés iránt, akkor mások számára is gondolatébresztő, lebilincselő módon tudunk írni róla, és a tudományterület fejlődéséhez is hozzájárulunk.

Bibliográfia

- ADORNO, THEODOR W.
1991. *The Culture Industry. Selected Essays on Mass Culture*. Edited by J. M. Bernstein. London, Routledge.
1994. *Adorno: The Stars Down to Earth and Other Essays on the Irrational in Culture*. Edited by Stephen Crook. London, Routledge.
- ADORNO, THEODOR – HORKHEIMER, MAX
1990. A kultúrpar: A felvilágosodás mint a tömegek becsapása. In Adorno–Horkheimer, *A felvilágosodás dialektikája*. Budapest, Gondolat–Atlantisz–Medvetánc, 147–200.
- AITCHISON, JEAN
1991. *Communications and Information Thesaurus*. The Hague, UNESCO.
- ALASUTARI, PERTTI
1995. *Researching Culture. Qualitative Method and Cultural Studies*. Thousand Oaks, CA – London, Sage.
- ALLEN, ROBERT C.
1992. Audience-oriented criticism and television. In Allen, Robert C. (ed.), *Channels of Discourse, Reassembled*. London, Routledge, 101–137.
- ALLEN, ROBERT C. – GOMERY, DOUGLAS
1985. *Film History. Theory and Practice*. New York, Alfred Knopf.
- ALTHUSSER, LOUIS
1968. *Marx – Az elmélet forradalma*. Budapest, Kossuth.
1984. *Essays on Ideology*. London, Verso.
- ALTMAN, RICK
1981. *Genre: The Musical*. London, Routledge and Kegan Paul.
1999. *Film/Genre*. London, British Film Institute.
- ANG, IEN
1985. *Watching 'Dallas': Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London, Methuen. (A könyv egy fejezete magyarul: Ang, Ien [1995], *A Dallas és a tömegkultúra ideológiája. Replika*, 17–18, 201–214.)
1991. *Desperately Seeking the Audience*. London, Routledge.
- BABBIE, EARL
2004. *A társadalomtudományos kutatás gyakorlata*. Budapest, Balassi.

- BALJO, TINO
1976a. The stars in business: the founding of United Artists. In Baljo, Tino (ed.), *The American Film Industry*. Madison, Wisconsin, University of Wisconsin Press, 135–152.
1976b. *United Artists. The Company Built by the Stars*. Madison, Wisconsin, University of Wisconsin Press.
1993. *Grand Design: Hollywood as a Modern Business Enterprise 1930–1939*. New York, Charles Scribner and Sons. 184 References.
1998. 'A major presence in all of the world's important markets': The globalization of Hollywood in the 1990s. In Neale, Steve – Smith, Murray (eds.), *Contemporary Hollywood Cinema*. London–New York, Routledge, 58–73.
BALJO, TINO (ed.)
1976. *The American Film Industry*. Madison, Wisconsin, University of Wisconsin Press.
1990. *Hollywood in the Age of Television*. Boston, Unwin Hyman.
BARKER, MARTIN – JULIAN PETLEY (eds.)
1997. *Ill Effects. The Media/Violence Debate*. London, Routledge.
BARTHES, ROLAND
1983. *Mitológiaák*. Budapest, Európa.
1984. *Image, Music, Text*. Translated by Stephen Heath. London, Fontana.
(A könyv egy fejezete: Barthes, Roland, A kép retorikája. *Filmkultúra*, 1990/5, 64–72.)
1992. A szemléletelméleti elemek. In Barthes, Roland, *Válogatott írások*. Budapest, Európa-Modern Könyvtár.
1997. *S/Z*. Budapest, Osiris–Gondolat.
1999. *A divat mint rendszer*. Budapest, Helikon.
BAUER, MARTIN W.
2000. Classical content analysis: a review. In Bauer, Martin W. – Gaskell, George (eds.), *Qualitative Researching with Text, Image and Sound: A Practical Handbook*. London, Sage, 131–151.
BEHARRELL, PETER
1993. AIDS and the British press. In Eldridge, John (ed.), *Getting the Message. News, Truth and Power*: Glasgow Media News Group. London, Routledge, 210–249.
BELL, ALLAN
1991. *The Language of News Media*. Oxford, Blackwell.
BELL, ALLAN – GARRETT, PETER
1998. *Approaches to Media Discourse*. Oxford, Blackwell.
BELL, JUDITH
1999. *Doing your Research Project. A Guide for First-time Researchers in Education and Social Science* (3rd edition). Buckingham, Open University Press.
BERGER, ARTHUR ASA
1987. Semiological analysis. In Boyd-Barrett, Oliver – Braham, Peter (eds.), *Media, Knowledge and Power*. London, Open University Press, 132–155.
1998a. *Media Research Techniques*. Thousand Oaks, CA – London, Sage.
1998b. *Media Analysis Techniques*. Thousand Oaks, CA – London, Sage.
BIGNELL, JONATHAN
1997. *Media Semiotics. An Introduction*. Manchester–New York, Manchester University Press.

- BORDWELL, DAVID
1996. *Elbeszélés a játékfilmben*. Budapest, Magyar Filmlélektudományi Intézet.
BORDWELL, DAVID – THOMPSON, KRISTIN – STAIGER, JANET
1985. *The Classical Hollywood Cinema: Film Style and Mode of Production to 1960*. London, Routledge.
BOURDIEU, PIERRE
1984. *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London, Routledge and Kegan Paul.
BRANIGAN, EDWARD
1992. *Narrative Comprehension and Film*. London, Routledge.
BRIGGS, ASA
1961. *The History of Broadcasting in the United Kingdom*. Volume 1: *The Birth of Broadcasting*. London, Oxford University Press.
1965. *The History of Broadcasting in the United Kingdom*. Volume 2: *The Golden Age of Wireless*. London, Oxford University Press.
1970. *The History of Broadcasting in the United Kingdom*. Volume 3: *The War of Words*. London, Oxford University Press.
1979. *The History of Broadcasting in the United Kingdom*. Volume 4: *Sound and Vision*. London, Oxford University Press.
1995. *The History of Broadcasting in the United Kingdom*. Volume 5: *Competition*. London, Oxford University Press.
BRITISH BROADCASTING CORPORATION
2000. *Annual Report*. London, BBC. (Elérhető a BBC honlapján: www.bbc.org.uk.)
BURNS, ROBERT B.
2000. *Introduction to Research Methods* (4th edition). London, Sage.
CAMERON, IAN (ed.)
1992. *The Movie Book of Film Noir*. London, Studio Vista.
CAMERON, IAN – PYE, DOUGLAS (eds.)
1996. *The Movie Book of the Western*. London, Studio Vista.
CASTELLS, MANUEL
1999. An introduction to the information age. In Mackay, Hugh – O'Sullivan, Tim (eds.), *The Media Reader: Continuity and Transformation*. London, Sage – Open University Press, 398–410.
2005. *Az információ kora: gazdaság, társadalom és kultúra*. I. kötet: *A hálósati társadalom kialakulása*. Budapest, Gondolat–Infónia.
2007. *Az identitás hatalma (Az információ kora*. II. kötet). Budapest, Gondolat–Infónia.
Budapest, Gondolat–Infónia.
CAUGHIE, JOHN
1981. *Dossier on John Ford in Theories of Authorship*. London, Routledge and Kegan Paul.
CAWELTY, JOHN G.
1976. *Adventure, Mystery and Romance. Formula Stories as Art and Popular Culture*. Chicago, University of Chicago Press.
CHARTERS, W. W.
1970. *Motion Pictures and Youth. A Summary*. New York, Arno Press.

- CHURNALL, STEVE – MURPHY, ROBERT (eds.)
1999. *British Crime Cinema*. London, Routledge.
- The Chicago Manual of Style*, 1993. 14th edition. Chicago, University of Chicago Press.
- CHILDS, PETER – STORRY, MIKE
1999. *Encyclopaedia of Contemporary British Culture*. London, Routledge.
- Collins, Richard
1999. European Union media and communication policies. In *186 References*.
- CORNER, JOHN
1998. *Studying Media: Problems of Theory and Method*. Edinburgh, Edinburgh University Press.
- CORNER, JOHN (ed.)
1991. *Popular Television in Britain. Studies in Cultural History*. London, British Film Institute.
- CRESSIER, FRANCES – GUNN, LESLEY – BALME, HELEN
2001. Women's experiences of on-line e-zine publication. *Media, Culture and Society*, 23, 457–473.
- CRISSELL, ANDREW
1999. Broadcasting: television and radio. In Stokes, Jane – Reading, Anna (eds.), *The Media in Britain. Current Debates and Developments*. London, Macmillan, 61–73.
- CUMBERBATCH, GUY
2000. *Television: The Public's View. An ITC Research Publication*. London, ITC.
- CURRAN, JAMES
2000a. *Introduction. Media Organizations in Society*. London, Arnold, 9–16.
2000b. Literary editors, social networks and cultural tradition. In Curran, James (ed.), *Media Organisations in Society*. London, Arnold, 215–239.
- CURRAN JAMES – SEATON, JEAN
1991. *Power Without Responsibility. The Press and Broadcasting in Britain* (4th edition). London, Routledge.
- DEACON, DAVID – PICKERING, MICHAEL – GOLDING, PETER – MURDOCK, GRAHAM
1999. *Researching Communications. A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*. London, Arnold.
- DORFMAN, ARIEL – MATTELART, A.
1975. *How to Read Donald Duck: Imperialist Ideology in the Disney Comics*. New York, International General.
- DUFFY, BRENDAN
1999. The analysis of documentary evidence. In Bell, Judith: *Doing Your Research Project. A Guide for First-time Researchers in Education and Social Science*. Buckingham, Open University Press, 106–117.
- DURING, SIMON (ed.)
1993. *The Cultural Studies Reader*. London: Routledge.
- DYER, RICHARD
1982. *Stars*. London, British Film Institute.
1987. *Heavenly Bodies*. London, British Film Institute.
- DYJA, EDDIE
2001. *BFI Film and Television Handbook 2002*. London, British Film Institute.

- DYSINGER, W. S. – RUCKMICK, C. A.
1970. *The Emotional Responses of Children to the Motion Picture Situation*. New York, Arno Press.
- ECO, UMBERTO
1984. *Semiotics and the Philosophy of Language*. London, Macmillan.
- ELDRIDGE, JOHN (ed.)
1993. *Getting the Message. News, Truth and Power. Glasgow University Media Group*. London, Routledge.
- ELDRIDGE, JOHN – KITZINGER, JENNY – WILLIAMS, KEVIN
1997. *The Mass Media and Power in Modern Britain*. Oxford, Oxford University Press.
- FERGUSON, M. (ed.)
1990. *Public Communication*. London, Sage.
- FEUER, JANE
1982. *The Hollywood Musical*. London, Macmillan – British Film Institute.
1992. Genre study and television. In Allen, Robert C. (ed.), *Channels of Discourse, Reassembled*. London, Routledge, 138–159.
1999. Averting the male gaze. Visual pleasure and images of fat women. In Harolovich, Mary Beth – Rabinovitz, Lauren (eds.), *Television, History and American Culture. Feminist Critical Essays*. Durham, North Carolina and London, Duke University Press, 181–200.
- FRIEDMAN, LAWRENCE S.
1999. *The Cinema of Martin Scorsese*. Oxford, Roundhouse Publishing.
- GARBER, MARJORIE
1992. *Vested Interests. Cross-Dressing and Cultural Anxiety*. London, Routledge.
- GARNHAM, NICHOLAS
1990. *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. London, Sage.
1997. Political economy and the practice of cultural studies. In Ferguson, Marjorie – Golding, Peter (eds.), *Cultural Studies in Question*. London, Sage, 56–73.
- GARRETT, PETER – BELL, ALLAN
1998. Media and discourse: a critical overview. In Bell, Allan – Garrett, Peter, *Approaches to Media Discourse*. Oxford, Blackwell, 1–20.
- GAUNTLETT, DAVID
1995. *Moving Experiences. Understanding Television's Influences and Effects*. London, John Libbey.
- GAUNTLETT, DAVID – HILL, ANNETTE
2000. *TV Living: Television, Culture and Everyday Life*. London, Routledge.
- GEERTZ, CLIFFORD
2001. *Az értelmesz hatalma. Antropológiai írások*. Válogatta: Niedermüller Péter. Fordította: GERAGHTY, CHRISTINE
Andor Eszter et al. Budapest, Osiris.
- GERAGHTY, CHRISTINE
1998. Audiences and 'ethnography': questions of practice. In Geraghty, Christine – Lusted, David, *The Television Studies Book*. London, Arnold, 141–157.
- GIBALDI, JOSEPH
1999. *MLA Handbook for Writers of Research Papers* (5th edition). Modern Language Association of America.

- GLASGOW UNIVERSITY MEDIA GROUP
 1976. *Bad News*. London, Routledge and Kegan Paul.
 1980. *More Bad News*. London, Routledge and Kegan Paul.
 1982. *Really Bad News*. London, Routledge and Kegan Paul.
 GLEDHILL, CHRISTINE
 1991. *Stardom: Industry of Desire*. London, Routledge.
 GOLDSMITHS MEDIA GROUP
 2000. Media organizations in society: central issues. In Curran, James (ed.), *Media Organizations in Society*. London, Arnold, 19–65.
 GOODWIN, PETER
 1999. The role of the state. In Stokes, Jane – Reading, Anna (eds.), *The Media in Britain: Current Debates and Developments*. London, Macmillan, 13–42.
 GRAMSCI, ANTONIO
 1971. *Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci*. Edited and translated by Quintin Hoare and Geoffrey Nowell-Smith. London, Lawrence and Wishart.
 1985. *Selections from Cultural Writings*. Edited by David Forgacs – Geoffrey Nowell-Smith. Translated by William Boelhower. London, Lawrence and Wishart.
 GRANADA PLC.
 2000. *Annual Report*. (Elérhető a www.granadamedia.com honlapon.)
 GUNTER, BARRIE
 2000. *Media Research Methods. Measuring Audience Reactions and Impact*. London, Sage.
 GUNTER, BARRIE – SANCIO-ALDRIDGE, JANE – WINSTONE, PAUL
 1993. *Television: The Public's View*. London, John Libbey.
 HABERMAS, JÜRGEN
 1999. *A társadalmi nyitottság szerkezetváltozása*. Budapest, Osiris.
 HALL, STUART
 1981. Encoding/decoding. In Hall, S. – Hobson, D. – Lowe, A. – Willis, P. (eds.), *Culture, Media, Language*. London, Hutchinson.
 1986. Media power and class power. In Curran, James – Ecclestone, Jake – Oakley, Giles – Richardson, Alan (eds.), *Bending Reality: The State of the Media*. London, Pluto, 5–14.
 HALLORAN, JAMES D.
 1998. Mass communication research: asking the right questions. In Hansen, Anders – Cottle, Simon – Negrine, Ralph – Newbold, Chris (eds.), *Mass Communication Research Methods*. London, Macmillan, 9–34.
 HANSEN, ANDERS – COTTLE, SIMON – NEGRINE, RALPH – NEWBOLD, CHRIS (eds.)
 1998. *Mass Communication Research Methods*. London, Macmillan.
 HARDY, PHIL
 1998. *Gangsters*. London, Aurum Press.
 HARRISON, JACKIE
 2000. *Terrestrial TV News in Britain. The Culture of Production*. Manchester–New York, Manchester University Press.
 HEBDIDGE, DICK
 1988. *Hiding in the Light. On Images and Things*. London, Comedia/Routledge.
 FIELD, DAVID
 1980. *Introduction to Critical Theory. Horkheimer to Habermas*. London, Hutchinson.

- HENDERSON, LESLEY
 1999. Producing serious soaps. In Philo, Greg (ed.), *Message Received. Glasgow Media Group Research 1993–1998*. Harlow, Essex, Addison Wesley Longman, 62–81.
 HERMAN, EDWARD S. – CHOMSKY, NOAM
 2002. *Manufacturing Consent. The Political Economy and the Mass Media*. New York, Pantheon Books.
 HOBSON, DOROTHY
 1982. *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*. London, Methuen.
 HOLMES, SUSAN
 2001. 'As they really are, and in close-up': @lm stars on 1950s British television. *Screen*, 42, 167–187.
 HORNIG PRIEST, SUSANNA
 1996. *Doing Media Research. An Introduction*. Thousand Oaks, CA – London, Sage.
 INDEPENDENT TELEVISION COMMISSION
 2000. *Annual Report*. London, ITC. (Elérhető az ITC honlapján: www.itc.org.uk.)
 2001. *1999 Attitudes to Television Questionnaire*. London, ITC.
 INGLIS, FRED
 1990. *Media Theory: An Introduction*. Oxford, Blackwell.
 1993. *Cultural Studies*. Oxford, Blackwell.
 INTERNATIONAL VISUAL COMMUNICATION ASSOCIATION (IVCA)
 2001. *The IVCA Business Media Handbook*. London, IVCA.
 JENKINS, HENRY
 1992. *Textual Poachers*. London, Routledge.
 JENSEN, KLAUS BRUHJ
 1991a. Introduction: the qualitative turn. In Jensen, Klaus BruhJ – Jankowski, Nicholas W. (eds.), *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London/New York, Routledge, 1–11.
 1999. Befogadásvizsgálatok: a jelentés társadalmi természete. (Fordította Gayer Zoltán.) *Replika*, 38.
 JOHNSON, RACHAEL
 2001. Playing fathers and monsters. The classical appeal of Anthony Hopkins. *CineAction*, 55, 24–30.
 KITZINGER, JENNY
 1999. A sociology of media power: key issues in audience reception research. In Philo, Greg (ed.), *Message Received. Glasgow Media Group Research 1993–1998*. Harlow, Essex, Addison Wesley Longman, 3–20.
 KRIPPENDORFF, KLAUS
 1996. *A tartalomleltetés módszertanának alapjai*. (Ford. Kállai Tibor.) Budapest, Balassi.
 KUMAR, RANJIT
 1999. *Research Methodology. A Step-by-Step Guide for Beginners*. London, Sage.
 LARKIN, COLIN
 1999. *The Virgin Encyclopaedia of Stage and Film Musicals*. London, Virgin Books.
 LIEBES, TAMAR – CURRAN, JAMES (eds.)
 1998. *Media, Ritual and Identity*. London–New York, Routledge, 237–255.
 LIEBES, TAMAR – KATZ, ELIHU
 1990. *The Export of Meaning: Cross Cultural Readings of 'Dallas'*. New York–Oxford, Oxford University Press.

- LINDLOF, THOMAS R.
1995. *Qualitative Communication Research Methods*. London, Sage.
- LIVINGSTONE, SONIA
1990. *Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation*. Oxford, Pergamon.
1998. *Relationships between media and audiences. Prospects for audience research studies*. In Tamár.
- LIVINGSTONE, SONIA – LUNY, PETER
1994. *Talk on Television: Audience Participation and Public Debate*. London, Routledge.
- LOTTE, JAKOB
2000. *Narrative in Fiction and Film. An Introduction*. Oxford, Oxford University Press.
- LULL, JAMES
1990. *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*. London, Routledge.
- MACKAY, HUGH – O'SULLIVAN, TIM
1999. *The Media Reader: Continuity and Transformation*. London, Sage – Open University Press.
- MANN, ROBIN (ED.)
2000. *The Blue Book of British Broadcasting 2000*. London, Taylor Nelson Sofres Telex.
- MARC, DAVID – THOMPSON, ROBERT J.
1995. *Prime Time, Prime Movers. From 'I Love Lucy' to 'L. A. Law' – America's Greatest TV Shows and the People who Created Them*. Syracuse, NY, Syracuse University Press.
- MARSHALL, BILL – STILWELL, ROBYNN
2000. *Musicals: Hollywood and Beyond*. Exeter, England / Portland, OR, Intellect Books.
- MARTIN-BARBERO, JESUS
1993. *Communication, Culture and Hegemony. From the Media to Mediations*. Translated by Elizabeth Fox and Robert A. White. London, Sage.
- MARX, KARL – ENGELS, FRIEDRICH
1963. A Kommunista Párt kiáltványa. In Marx, Karl–Engels, Friedrich *Válogatott művek*. I. kötet. Budapest, Kossuth.
1969. *A német ideológia*. MEM, Budapest, Kossuth.
- MAST, GERALD – COHEN, MARSHALL
1985. *Film Theory and Criticism. Introductory Readings* (3rd edition). Oxford, Oxford University Press.
- MACKENZIE, DONALD – WAJCMAN, JUDE
1999. *The Social Shopping of Technology* (2nd edition). Buckingham, Open University Press.
- MCLEOD, KIMBREW
1999. Authenticity within hip-hop and other cultures threatened with assimilation. *Journal of Communication*, 49, Autumn, 134–150.
- MCLUHAN, MARSHALL
1995. *Understanding Media* (new edition). London, Routledge.
- MCQUAIL, DENIS
1994. *Mass Communication Theory. An Introduction* (3rd edition). London, Sage.
- MESSENGER DAVIES – MOSDELL, MAIRE – MOSDELL, NICK
2001. *Consenting Children?: The Use of Children in Non-Fiction Television Programmes*. London, Broadcasting Standards Commission.

- MILLER, DANIEL
1998. *A Theory of Shopping*. Cambridge, Polity Press.
- MILLER, TOBY
2000. Stars and performance. In Stam, Robert – Miller, Toby (eds.), *Film and Theory: An Anthology*. Oxford, Blackwell.
- MILWOOD HARGRAVE, ANDREA
2000. *Delete Expletives? The Advertising Standards Authority, British Broadcasting Corporation, Broadcasting Standards Commission and the Independent Television Commission* (jointly funded research).
- MONK, CLAIRE
1999a. From underworld to underclass. Crime and British cinema in the 1990s. In Chibnall, Steve – Murphy, Robert (eds.), *British Crime Cinema*. London, Routledge, 172–188.
1999b. Heritage @lms and the British cinema audience in the 1990s. *Journal of Popular British Cinema*. Volume 2: Audiences and Reception in Britain, 22–38.
- MOORES, SHAWN
1988. The box on the dresser: memories of early radio and everyday life. *Media, Culture and Society*, 10, 23–40.
- MORLEY, DAVID
1993. *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption*. London, Sage.
1980. *The 'Nationwide' Audience*. London, British Film Institute.
(A könyv egy fejezete: Morley, David [1999], A Nationwide nézői, avagy hogyan értelmezzük a televíziózást. [Ford.: Benda Klára.] *Replika*, 12, 29.)
1986. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London, Comedia.
1992. *Television, Audiences and Cultural Studies*. London, Routledge.
- MORLEY, DAVID – SILVERSTONE, ROGER
1991. Communication and context: ethnographic perspectives on the media audience. In Jensen, Klaus Bruhn – Jankowski, Nicholas W. (eds.), *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London–New York, Routledge, 149–162.
- MORLEY, DAVID – CHEN, KUAN-HSING (eds.)
1996. *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*. London, Routledge.
- MORRISON, D.
1998. *The Search for Method: Focus Groups and the Development of Mass Communication*. Luton, University of Luton Press.
- MOTTRAM, JAMES
2000. *The Coen Brothers: The Life of the Mind*. London, BT Batsford.
- MUNBY, JONATHAN
1999. *Public Enemies, Public Heroes*. Chicago, University of Chicago Press.
- MURDOCK, GRAHAM
1997. Base notes: the conditions of cultural practice. In Ferguson, Marjorie – Golding, Peter (eds.), *Cultural Studies in Question*. London, Sage, 86–101.
- NEALE, STEVE
1992. The big romance or something wild? Romantic comedy today. *Screen*, 33, 284–299.
2000. *Genre and Hollywood*. London, Routledge.
- NEALE, STEVE – KRUTNIK, FRANK
1990. *Popular Film and Television Comedy*. London–New York, Routledge.

- NEALE, STEVE – SMITH, MURRAY (eds.)
1998. *Contemporary Hollywood Cinema*. London–New York, Routledge.
- NICHOLS, BILL
1991. *Representing Reality: Issues and Concepts in Documentary*. Bloomington, Indiana, Indiana University Press.
- O'SULLIVAN, TIM
1991. Television memories and cultures of viewing, 1950–65. In Corner, John (ed.), *Popular Television in Britain: Studies in Cultural History*. London, British Film Institute, 159–181.
- PACT (PRODUCERS ALLIANCE FOR CINEMA AND TELEVISION)
2001. *The PACT Directory of Independent Producers*. London, PACT.
- PETERSON, RUTH C. – THURSTONE, LOUIS LEON
1976. *Motion Pictures and the Social Attitudes of Children*. New York, Arno.
- PÉTRIE, DUNCAN – WILLIS, JOHN (eds.)
1995. *Television and the Household. Reports from the BFI's Audience Tracking Study*. London, British Film Institute.
- PHILO, GREG (ed.)
1996. *Media and Mental Distress*. Glasgow Media Group, Harlow, Essex, Addison Wesley Longman Ltd.
1999. *Message Received. Glasgow Media Group Research 1993–1998*. Harlow, Essex, Addison Wesley Longman Ltd.
- PINES, JIM (ed.)
1992. *Black and White in Colour: Black People in British Television Since 1936*. London, British Film Institute.
- PROPP, VLADIMIR AKOVLJEVIĆ
2007. *A mese morfológiája*. Budapest, Osiris.
- PUNCH, KEITH F.
1998. *Introduction to Social Research. Quantitative and Qualitative Approaches*. London, Sage.
- RABINOVITZ, LAUREN
1999. Ms.- Representation. The politics of feminist sitcoms. In Harolovich, Mary Beth – Rabinovitz, Lauren (eds.), *Television, History and American Culture. Feminist Critical Essays*. Durham, North Carolina – London, Duke University Press, 145–167.
- RADWAY, JANICE
1984. *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*. Chapel Hill, North Carolina, University of North Carolina Press.
- RAMAMURTHY, ANANDI
1997. Constructions of illusion: photography and commodity culture. In Wells, Liz (ed.), *Photography A Critical Introduction*. London–New York, Routledge.
- RIEBSMAN, C.
1993. *Narrative Analysis*. Newbury Park, CA, Sage.
- RIETVELD, HILLEGONDA
1998. *This is Our House*. Hampshire, Ashgate Publishing.
- RIFFE, DANIEL – LACY, STEPHEN – FIGO, FREDERICK G.
1998. *Analyzing Media Messages. Using Quantitative Content Analysis in Research*. London–Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum.
- RIGBY, JONATHAN
2000. *English Gothic. A Century of Horror Cinema*. London, Reynolds and Hearn Ltd.

- ROSENGREN, KARL ERIK (ed.)
1981. *Advances in Content Analysis*. London, Sage.
- RUBIN, MARTIN
1999. *Thrillers*. Cambridge, Cambridge University Press.
(A könyv egy fejezete: Rubin, Martin [2007], Thrillerek. Metropolis, 3.)
- SAMPEDRO, VICTOR
1998. Grounding the displaced: local media reception in a transnational context. *Journal of Communication*, 48, 125–143.
- SAPSFORD, ROGER
1999. *Survey Research*. London, Sage.
- Saussure, Ferdinand de
1997. *Bevezetés az általános nyelvészethez*. Budapest, Gondolat.
- SCANNELL, PADDY
1996. *Radio, Television and Modern Life. A Phenomenological Approach*. Oxford, Blackwell.
- SCANNELL, PADDY (ed.)
1991. *Broadcast Talk*. London, Sage.
- SCANNELL, PADDY – CARDIFF, DAVID
1991. *A Social History of Broadcasting. Volume 1: 1922–1939. Serving the Nation*. Oxford, Basil Blackwell.
- SCHATZ, THOMAS
1981. *Hollywood Genres: Formulas, Filmmaking and the Studio System*. Philadelphia, Temple University Press.
- SCHLESINGER, PHILIP
1987. *Putting Reality Together: BBC News* (2nd edition). London, Methuen.
- SCHOLES, ROBERT
1985. Narration and narrativity in *©*lm. In Mast, Gerald – Cohen, Marshall (eds.), *Film Theory and Criticism*. New York–Oxford, Oxford University Press, 390–403.
- SEALE, CLIVE (ed.)
1998. *Researching Society and Culture*. London, Sage.
- SEITZ, ELLEN
1992. Semiotics, structuralism and television. In Allen, Robert C. (ed), *Channels of Discourse Reassembled*. London, Routledge, 31–66.
- SEYMOUR-URE, COLIN
1996. *The British Press and Broadcasting Since 1945* (2nd edition). Oxford, Blackwell.
- SILVEY, ROBERT
1974. *Who's Listening? The Story of BBC Audience Research*. London, Allen and Unwin.
- SILVERMAN, DAVID
2000. *Doing Qualitative Research. A Practical Handbook*. London, Sage.
- SILVERSTONE, ROGER
1994. *Television and Everyday Life*. London, Routledge.
- SMITH, CHRIS
1998. *Creative Britain*. London, Faber and Faber.
- SMITH, MURRAY
1995. *Engaging Characters. Fiction, Emotion and the Cinema*. Oxford, Clarendon Press.
- SPARKS, COLIN
1986. The media and the state. In Curran, James – Ecclestone, Jake – Oakley, Giles – Richardson, Alan (eds.), *Bending Reality: The State of the Media*. London, Pluto, 76–86.

1999. The press. In Stokes, Jane – Reading, Anna (eds.), *The Media in Britain: Current Debates and Developments*. London, Macmillan, 41–60.
- STACEY, JACKIE
1994. *Star Gazing. Hollywood Cinema and Female Spectatorship*. London, Routledge.
- STAM, ROBERT – MILLER, TOBY (eds.)
2000. *Film and Theory: An Anthology*. Oxford, Blackwell.
- STATE UNIVERSITY OF NEW YORK AT ALBANY
Film Literature Index. Quarterly.
- STOKES, JANE
1999a. Use it or lose it: sex, sexuality and sexual health in magazines for girls. In Stokes, Jane – Reading, Anna (eds.), *The Media in Britain: Current Debates and Developments*. London, Macmillan, 209–218.
- 1999b. Anglo-American attitudes: affirmations and refutations of 'Americanicity' in British television advertising. In Kamalipour, Yahya (ed.), *U. S. Image Around the World*. Albany, NY, State University of New York Press.
- 1999c. *On Screen Reads. The Cinema and Television in Britain and the US*. London, Macmillan.
- STOKES, JANE – READING, ANNA (eds.)
1999. *The Media in Britain: Current Debates and Developments*. London, Macmillan.
- STOREY, JOHN
1993. *An Introductory Guide to Cultural Theory and Popular Culture*. Georgia, Univ. of Georgia.
1994. *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader*. London, Harvester Wheatsheaf.
- SWENEY, GAEL
2001. The man in the pink shirt: Hugh Grant and the dilemma of British masculinity. *CineAction*, 55, 57–67.
- STRATTON, JON
2001. Not really white – again: performing Jewish difference in Hollywood films since the 1980s. *Screen*, 42, 142–166.
- THOMAS, SARI
1997. Dominance and ideology in culture and cultural studies. In Ferguson, Marjorie – Golding, Peter (eds.), *Cultural Studies in Question*. London, Sage, 74–85.
- THOMPSON, JOHN B.
1995. *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. London, Polity.
- THOMPSON, KRISTIN – BORDWELL, DAVID
2007. *A film története*. Budapest, Palatinus.
- TODOROV, TZVETAN
1981. *Introduction to Poetics*. Translated by Richard Howard. Minneapolis, Minnesota, University of Minnesota Press.
- TULLOCH, JOHN
2000. *Watching Television Audiences: Cultural Theories and Methods*. London, Arnold.
- TULLOCH, JOHN – JENKINS, HENRY
1995. *Science Fiction Audiences: Watching 'Doctor Who' and 'Star Trek'*. London, Routledge.
- TUNSTALL, JEREMY
1983. *The Media in Britain*. London, Constable.
1993. *Television Producers*. London, Routledge.
1996. *Newspaper Power. The National Press in Britain*. Oxford, Clarendon Press.

- TUNSTALL, JEREMY – PALMER, MICHAEL
1991. *Media Moguls*. London, Routledge.
- TURABIAN, KATE
1996. *A Manual for Writers of Term Papers, Theses and Dissertations*. Chicago, University of Chicago Press.
- TURNER, GRAEME
1996. *British Cultural Studies. An Introduction* (2nd edition). London, Routledge.
- TURNOCK, ROBERT
2000. *Interpreting Audiences and the Death of a Princess*. London, British Film Institute.
- VAN DIJK, TEUN
1988. *News as Discourse*. Hillsdale, New Jersey, Erlbaum.
- WASKO, JANET – PHILLIPS, MARK – MEEHAN, EILEEN R. (eds.)
2001. *Dressed by Disney? The Global Disney Audiences Project*. London–New York, Leicester University Press.
- WEBER, R. P.
1985. *Basic Content Analysis*. Beverly Hills, CA, Sage.
- WHEELER, MARK
1997. *Politics and the Mass Media*. Oxford, Blackwell.
- WILLIAMS, KEVIN
1998. *Get Me a Murder a Day! A History of Mass Communication in Britain*. London, Arnold.
- WILLIAMS, MARK
1999. Considering Monty Margett's Cook's Corner: oral history and television history. In Harolovich, Mary Beth – Rabinovitz, Lauren (eds.), *Television, History and American Culture. Feminist Critical Essays*. Durham, North Carolina – London, Duke University Press, 36–55.
- WILLIAMS, RAYMOND
1963. *Culture and Society 1780–1950*. Harmondsworth, Penguin Books.
- WILLIAMSON, JUDITH
1978. *Decoding Advertisements. Ideology and Meaning in Advertising*. London–New York, Marion Boyars.
- WINNER, LANGDON
1977. *Autonomous Technology. Technics-out-of-Control as a Theme in Political Thought*. Cambridge, MA, MIT Press.
- WINSTON, BRIAN
1986. *Misunderstanding Media*. London, Routledge and Kegan Paul.
1998. *Media, Technology and Society. A History: From the Telegraph to the Internet*. London, Routledge.
- WOLLEN, PETER
1998. *Signs and Meaning in the Cinema. Expanded edition*. London, British Film Institute.
- WOOD, ROBIN
1981. *Howard Hawks*. London, British Film Institute.
2001. Hawke ascending. *CineAction*, 55, 2–13.
- WRIGHT, WILL
1979. *Six-Guns and Society*. Berkeley, CA, University of California Press.