

УДК 070.1(075.8)  
ББК 76.0я73  
М42

Перевод с английского *Ю.В. Никуличева*

Главный редактор издательства  
кандидат юридических наук,  
доктор экономических наук *Н.Д. Эриашвили*

Редактор *Л.В. Речицкая*

**М42** **Медиа.** Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 550 с. — (Серия «Зарубежный учебник»)

**И. Бриггз, Адам, ред.**

ISBN 0-582-42346-5 (англ.)

ISBN 5-238-00960-7 (русск.)

Агентство СІР РГБ

В учебнике нашли отражение практически все аспекты массмедиа. Прежде всего современные медиа рассматриваются как совокупность самостоятельных видов деятельности. Обсуждаются факторы, воздействующие на СМИ извне — экономика, политика государства и крупных корпораций, модели медиаинститутов, аудитории читателей, слушателей, зрителей и др. Анализируется, как различные СМИ отражают разные стороны реального мира. Дается обзор современного состояния медиаиндустрий, рынков медиапродуктов.

Для студентов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям и специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама», а также работников СМИ.

**ББК 76.0я73**

ISBN 0-582-42346-5 (англ.)  
ISBN 5-238-00960-7 (русск.)

© Pearson Education Limited 1998, 2002  
This translation of *The Media: An Introduction, Second Edition* is published by arrangement with Pearson Education Limited.  
© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА,  
перевод, оформление, 2005

# Оглавление

---

|  |     |
|--|-----|
| Авторы книги   | X   |
| Выражение признательности  | XVI |
| Глава 1. Что нужно знать, прежде чем работать с этой книгой<br><i>Адам Бриггз и Поль Кобли</i>   | 1   |
| Часть I. Что такое медиа?  | 11  |
| Введение<br><i>Адам Бриггз и Поль Кобли</i>  | 12  |
| Глава 2. Комиксы<br><i>Роджер Сабин</i><br>Комиксы в Европе: девятая муза или гадкий утенок?   | 17  |
| Глава 3. Книгоиздание<br><i>Дэвид Сондерс</i><br>Книгоиздательская промышленность  | 29  |
| Глава 4. Реклама<br><i>Иян МакРури</i><br>Реклама и новая среда СМИ  | 47  |
| Глава 5. Агентства новостей<br><i>Оливер Бойд-Барретт и Тери Рантанен</i><br>Глобальные и национальные агентства новостей:<br>возможности и проблемы в век Интернета | 66  |
| Глава 6. PR и журналистика<br><i>Дэвид Миллер</i><br>Стратегии продвижения и власть  | 82  |
| Глава 7. Газеты<br><i>Джеймс Курран</i><br>Социология прессы   | 105 |
| Глава 8. Журналы<br><i>Брайан Брейтвейт</i><br>Журналы: переполненные киоски   | 128 |
| Глава 9. Радио<br><i>Эндрю Крайселл</i><br>Радио: общественная служба,<br>предпринимательство и парадокс выбора  | 147 |
| Глава 10. Телевидение<br><i>Ричард Патерсон</i><br>Как анализировать современное телевидение   | 163 |
| Глава 11. Кино<br><i>Анна Джекел</i><br>Кино в Европе  | 179 |

## VIII

### Глава 12. Поп-музыка

*Рой Шукер*

Продажа и распространение популярной музыки в Европе 201

### Глава 13. Технология

*Брайан МакНайер*

Новые технологии и СМИ 224

## Часть II. За пределами медиа 241

Введение

*Адам Бриггз и Поль Кобли* 242

### Глава 14. Экономика

*Патрик Барвайз и Дэвид Гордон*

Экономика СМИ 246

### Глава 15. Политика

*Сильвия Харви*

Как вырабатывается медиаполитика 273

### Глава 16. Модели медиаинститутов

*Ральф Негрин*

Медиаинституты в Европе 290

### Глава 17. Изучение аудитории

*Рей Кент*

Исследование аудиторий в Великобритании 308

### Глава 18. «Воздействие»

*Гай Камбербач*

«Воздействие» СМИ на общество: неоконченная дискуссия 324

### Глава 19. «Воздействия» и «влияния»

*Дженни Китзингер*

Еще раз о воздействии СМИ на общество:  
введение к новой волне исследований 335

### Глава 20. Активность аудиторий

*Джоук Хермес*

Активная аудитория 347

### Глава 21. Подходы

*Джон Корнер*

Форма и содержание: зачем изучать форму? 356

## Часть III. Внутри медиа 367

Введение

*Адам Бриггз и Поль Кобли* 368

|   |     |
|---|-----|
| Глава 22. Сексуальность   |     |
| <i>Энди Медхерст</i>  |     |
| Сексуальность в медиатекстах  | 374 |
| Глава 23. Гендер  |     |
| <i>Ирина Костера Мейер и Лисбет ван Зунен</i>   |     |
| От рекламы l'Oréal до университета:<br>женщины, мужчины и их имиджи в нашей жизни                     | 381 |
| Глава 24. Социальный класс  |     |
| <i>Джоан Лейси</i>  |     |
| Характеристики класса в медиатекстах  | 396 |
| Глава 25. Раса и этничность   |     |
| <i>Сарита Малик</i>   |     |
| Раса и этничность: «конструирование» черных<br>и азиатских этносов в британском кино и на телевидении | 410 |
| Глава 26. Молодежь  |     |
| <i>Билл Осгерби</i>   |     |
| «Хорошие, дурные и безобразные»:<br>репрезентация молодежи в послевоенных СМИ                         | 421 |
| Глава 27. Люди с ограниченными возможностями  |     |
| <i>Джессика Ивэнс</i>   |     |
| Подслащенная пилюля: благотворительность и тело   | 434 |
| Глава 28. Национальность  |     |
| <i>Эндрю Хигсон</i>   |     |
| Национальная идентичность и массмедиа   | 449 |
| Глава 29. Спорт   |     |
| <i>Нейл Блейн и Раймонд Бойл</i>  |     |
| Спорт как жизнь: СМИ, спорт и культура  | 464 |
| Глава 30. Производство новостей   |     |
| <i>Джерри Палмер</i>  |     |
| Ценность и качества информации  | 476 |
| Глава 31. Парламентская политика  |     |
| <i>Ивор Габер</i>   |     |
| СМИ и политика  | 494 |
| Глава 32. Фотожурналистика  |     |
| <i>Патрисия Холланд</i>   |     |
| «Прямое обращение к взгляду»? Фотография и пресса   | 510 |
| Глава 33. Порнография и цензура   |     |
| <i>Линда Рут Уильямс</i>  |     |
| Секс и цензорское сознание:<br>порнография и цензура в Великобритании                                 | 523 |