



دانشگاه تهران

مشخصات کلی، برنامه درسی و سرفصل دروس

دوره: کارشناسی ارشد

رشته: مطالعات فرهنگی و رسانه



دانشکده: علوم اجتماعی

مصوب جلسه مورخ ۸۳/۷/۲۱ شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه

این برنامه براساس مصوبه جلسه ۵۴۰ مورخ ۸۳/۱۲/۲۲ شورای گسترش آموزش عالی مبنی بر ضرورت ایجاد رشته مطالعات فرهنگی و رسانه در دانشگاه تهران و مطابق با مواد آیین نامه واگذاری اختیارات برنامه ریزی درسی به دانشگاهها، توسط اعضای هیأت علمی گروه علوم ارتباطات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی تهیه و تنظیم شده و در نود و پنجمین جلسه شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه مورخ ۸۳/۷/۲۱ به تصویب رسیده است.





۱. مشخصات کلی رشته:

عنوان رشته: مطالعات فرهنگی و رسانه ها

دوره تحصیلی: فوق لیسانس

دوره کارشناسی ارشد فرهنگی و رسانه ها با رویکرد مطالعات فرهنگی در ارتباط با رسانه های ارتباط جمعی تدوین شده است و دانشجویان فارغ تحصیل دوره لیسانس رشته های جامعه شناسی، مردم شناسی و ارتباطات می توانند برای ورود به این رشته اقدام کنند.

۲. تعریف و هدف رشته.

مطالعات فرهنگ شناسی نگاهی است بین رشته ای به راه، روش و شیوه های زندگی^۱ مردم در قالب فرهنگ روزمره^۲، فرهنگ مردم پسند^۳ و فرهنگ نخبگان^۴ در ارتباط با منابع فرهنگ ساز خصوصا رسانه های توده وار^۵ که منشاء تولید فرهنگ توده وار^۶ می باشند. با این نگاه این رشته با هدف انجام مطالعات توصیفی و تحلیلی فرهنگ معاصر جامعه ایران شکل خواهد گرفت، که با تکیه بر تجارب نظری و عملی مطالعات حوزه های فرهنگ شناسی خصوصا مطالعات فرهنگ شناسی مکتب فرانکفورت، مطالعات فرهنگ شناسی بیرمنگام و سایر حوزه های مطالعاتی این رشته به بررسی روند های فرهنگی جامعه ایران خصوصا فرهنگ روزمره تمرکز خواهد داشت.

۳. ضرورت ایجاد رشته:

علیرغم گذشت یک قرن از تجربه تاسیس مطالعات مستقل فرهنگی در غرب، همچنان در هیچیک از دانشگاه های ایران رشته فرهنگ شناسی بطور عام و مطالعات فرهنگ و رسانه ها بطور خاص به صورت جدی دنبال نمی شود و در واقع فرهنگ شناسی در قالب کلیات و مبانی در حوزه مختلف علوم انسانی تدریس می شود و رسانه ها نیز در قالب های مستقل مورد بررسی قرار می گیرد. از طرف دیگر با توجه به خلأی که در حوزه مطالعات سنتی مردم شناسی و جامعه شناسی نسبت به

^۱ Ways of Life
^۲ Everyday Culture
^۳ Popular Culture
^۴ Elites' Culture
^۵ Mass Media
^۶ Mass Culture

فصل اول
مشخصات کلی رشته کارشناسی ارشد
مطالعات فرهنگی و رسانه



مصوبه شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه تهران در خصوص برنامه درسی

رشته : مطالعات فرهنگی و رسانه

مقطع : کارشناسی ارشد



برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه که توسط اعضای هیات علمی گروه ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی تدوین شده است با اکثریت آراء به تصویب رسید.

- این برنامه از تاریخ تصویب لازم الاجرا است.
- هر نوع تغییر در برنامه مجاز نیست مگر آنکه به تصویب شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه برسد.

رای صادره جلسه مورخ ۸۳/۷/۲۱ شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه در مورد تدوین برنامه درسی رشته مطالعات فرهنگی و رسانه در دوره کارشناسی ارشد صحیح است، به واحد ذیربط ابلاغ شود.

رضا فیاض

دکتر رضا فرجی دانا

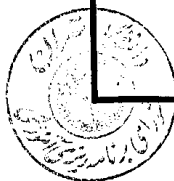
رئیس دانشگاه

دکتر سید حسین حسینی

معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی دانشگاه

دکتر علی افشار بکشلو

دبیر شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه



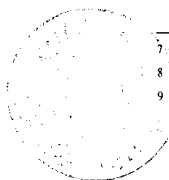
مطالعه فرهنگ روزمره، فرهنگ مردم پسند و فرهنگ نخبگان و همچنین حوزه های جدید مطالعا فرهنگی که از درون تولیدات رسانه های ارتباط جمعی و صنعت سرگرمی ها، بیرون آمده اند، نداشتن رشته مطالعات فرهنگ و رسانه ها، در واقع موجب از دست دادن یکی از حدی ترین حوزه مطالعات انسانی در جامعه معاصر می شود. نکته مهم دیگر، مرکزیت پیدا کردن فرهنگ در حوزه های اصلی جامعه و رسانه ها بعنوان مهمترین و عامترین نهاد اجتماعی جدید در مقایسه با سایر حوزه ها و نهادهای مهم اجتماعی، امری است که مورد توافق بسیار از متفکرین جدید حوزه مطالعات انسانی و اجتماعی می باشد. در واقع قدرت پیدا کردن افکار عمومی، تمایلات اجتماعی و توسعه قدرت انتخاب⁷ مردم، عرصه فرهنگ و رسانه را هم در حوزه سیاست که به نوعی با فضای عمومی⁸ درگیر می باشد و همه در قلمروهای اقتصادی که با مصرف و فرهنگ مصرف⁹ درگیر می باشند، مرکزیت نهادینه بخشیده است.

۴. تواناییها و مهارتهای دانش آموختگان رشته:



فارغ التحصیلان این رشته در حوزه های مختلفی از مشاغل تحقیقاتی و اجرایی کارشناسی خواهند داشت. بعضی از این مشاغل به قرار ذیل می باشد:

۱. مراکز تحقیقاتی فرهنگی و رسانه ای
۲. حوزه های برنامه ریزی فرهنگی و رسانه ای
۳. مراکز رسانه های ارتباط جمعی مثل مطبوعات، رادیو و تلویزیون و حتی سینما که به نوعی با فرهنگ مردم پسند در ارتباط می باشند.
۴. وزارتخانه و سازمانهای فرهنگی کشور که به تولید مواد فرهنگی برای حوزه های عمومی و نخبگان جامعه تولید کار می کنند.
۵. تدریس در مراکز آموزشی مثل آموزش و پرورش و رشته های دانشگاهی که به نوعی حوزه های متفاوت فرهنگ و رسانه مرتبط می شوند.
۶. مشاغل کارشناسی و مشاوره فرهنگی و رسانه ای در حوزه سیاسی و اقتصادی کشور مثل سازمان برنامه و بودجه، وزارت امور خارجه، وزارت کشور، استانداری های و شهرداری ها.
۷. مشاغل کارشناسی و مشاوره فرهنگی در حوزه دولتی و خصوصی اقتصادی کشور.



⁷ Power of Choice
⁸ Public Sphere
⁹ Consumer Culture

۵. طول دوره و شکل نظام آموزشی

طول دوره بر اساس ماده ۶ آئین نامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد مصوب ۱۳۷۳/۱۰/۲۵ شورایعالی برنامه ریزی عبارت از حداکثر مدتی است که دانشجویان باید دروس تعیین شده در این دوره را که شامل پایان نامه نیز می شود، بر اساس مقررات مربوطه به پایان برسانند. بر این اساس متوسط دوره تحصیلی این دوره ۲ سال و حداکثر ۳ سال پیش بینی شده است. واحدهای هر نیمسال حداقل ۹ واحد می باشد (ماده ۹ آئین نامه فوق الذکر) و دروس بصورت ترمی-واحدی ارائه خواهد شد. هر واحد درس نظری ۱۶ ساعت و درس عملی ۳۲ ساعت می باشد.

۶. تعداد واحد های درسی:



دانشجویان دوره کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه، علاوه بر دروس جبرانی و پیش نیاز لازم ۳۲ واحد درسی و تحقیقاتی به شرح زیر باید بگذرانند:

الف: ۲۰ واحد الزامی،

ب: ۸ واحد اختیاری

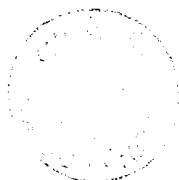
ج: ۴ واحد پایان نامه

د: دروس پیش نیاز و جبرانی، به تعداد لازم و با رعایت سقف تعیین شده زمانی، با نظر گروه آموزشی ارائه خواهد شد.

۷. شرایط ورود به دوره کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه ها:

الف: شرایط اختصاصی

۱. داشتن مدرک کارشناسی: اولویت با فارغ التحصیلان رشته های جامعه شناسی، مردم شناسی، ارتباطات، زبان و ادبیات انگلیسی، تاریخ و اقتصاد می باشد.
۲. داشتن حداقل معدل ۳ یا معادل آن در دوره کارشناسی
۳. گذراندن آزمون ورودی تخصصی (کتبی و مصاحبه)
۴. تعیین دروس مربوط به آزمون و حد نصاب قبولی بعهدده گروه آموزشی می باشد.



ب: شرایط عمومی

شرایط عمومی ورود به دوره کارشناسی ارشد بر اساس ماده ۳ آئین نامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد مصوب ۱۳۷۳/۱۰/۲۵ شورای عالی برنامه ریزی می باشد.

ج. ضرایب امتحانی

ردیف	عنوان درسی	ضریب امتحانی
۱	مطالعات فرهنگی: مفاهیم، نظریه ها و مسائل	۳
۲	روش تحقیق کمی و کیفی	۲
۳	نظریه های ارتباطات	۳
۴	مطالعات رسانه ای (مطبوعات، سینما، رادیو، تلویزیون و رسانه های جدید).	۲



فصل دوم

جداول دروس



جداول دروس دوره کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه ها

دروس کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگ و رسانه ها را به لحاظ تعداد واحد ها به تفکیکی که در جدول ذیل آمده است، می توان تعریف نمود:

مشخصات کلی تعداد واحدهای درسی

نوع درس	تعداد واحد	تعداد واحدها ارائه شده	ساعت
دروس الزامی	۲۰	۲۰ واحد	۳۲۰
دروس اختیاری	۸	۲۶ واحد	۱۲۸
رساله کارشناسی ارشد	۴		—
کل واحدها	۳۲		۵۱۲



عناوین دروس الزامی

پیشنیاز	ساعات			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
	۱۷	۳۴	۵۱	۳	نظریه های فرهنگی	۱
روش تحقیق نظری کارشناسی حضوری audit	۱۷	۱۷	۳۴	۲	روش تحقیق در مطالعات فرهنگی	۲
	-	۳۴	۳۴	۲	تاریخ تحولات فرهنگی ایران	۳
	۱۷	۳۴	۵۱	۳	مطالعات فضای مجازی	۴
۱	۱۷	۵۱	۵۱	۳	سینما و مطالعات فرهنگی	۵
۲ و ۱	-	۳۴	۳۴	۲	رسانه های جمعی و فرهنگ مردمی	۶
	۱۷	۳۴	۵۱	۳	تلویزیون و مطالعه مقایسه ای منابع فرهنگی	۷
	-	۳۴	۳۴	۲	جهانی شدن و فرهنگ	۸
	۸۵	۲۵۵	۳۴۰	۲۰	جمع کل واحدها	



عناوین دروس اختیاری

کد درس	نام درس	تعداد واحد	ساعات			پیشنیاز
			جمع	نظری	عملی	
۱	مطالعات انتقادی زندگی روزمره ایران	۲	۳۴	۳۴	-	
۲	نشانه شناسی	۲	۳۴	۱۷	۱۷	۸
۳	رسانه و فرهنگ مصرفی	۲	۳۴	۳۴	-	۸
۴	اقتصاد و فرهنگ	۲	۳۴	۳۴	-	
۵	تاریخ فرهنگی رادیو	۲	۳۴	۳۴	-	
۶	فرهنگ و قدرت	۳	۵۱	۵۱	-	۳
۷	مطالعات دینی	۲	۳۴	۳۴	-	
۸	جامعه شناسی فرهنگی	۳	۵۱	۵۱	-	
۹	رسانه ها، مطبوعات و جامعه مدنی	۲	۳۴	۳۴	-	
۱۰	نقد سیاست های فرهنگی ایران	۲	۳۴	۳۴	-	۹
۱۱	موسیقی شناسی و فرهنگ ایرانی	۲	۳۴	۱۷	۱۷	
۱۲	ارتباطات و فرهنگ عامه	۲	۳۴	۳۴	-	
جمع کل واحدها		۲۶	۴۴۲	۴۰۸	۳۴	



فصل سوم

سرفصل دروس



- عنوان درس: نظریه‌های فرهنگی (۳ واحد)

تمامی تحقیقات تجربی حوزه مطالعات متکی به چارچوبهای تئوریک خاص این رشته است. از سوی دیگر، خود این رشته که از الزامات دوران مدرن است، چرخش تئوریک در مجموعه مباحث علوم اجتماعی بوده است. بدین لحاظ ضروری است که دانشجوی این رشته با بنیانهای تئوریک آن و مفاهیم و مکاتب اساسی آن آشنا شود.

سرفصل‌ها:

- تاریخچه رشته مطالعات فرهنگی
- مکتب برمنگام
- مکتب فرانکفورت و نظریه انتقادی
- فرهنگی توده‌ای
- مکتب مارکسیستی
- مکتب فمینیستی
- نظریه‌های ساختارگرا و پساساختارگرا
- نظریات ریموند ویلیامز
- نظریات متیو آرنولد
- مکتب باختین
- نظریات له فور
- نظریات آگنس هلر

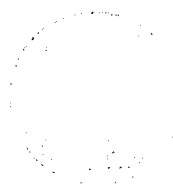


عنوان درس: روش تحقیق در مطالعات فرهنگی (۲ واحد)

رشته مطالعات فرهنگی به موازات گشودن چشم‌اندازهای تئوریک نوینی در شناخت پدیده‌های فرهنگی، روشهای متناسب با آن چشم‌اندازها را نیز در تحقیقات تجربی خود به کار بسته است. روشها و فنونی که متکی به روش‌شناسی کمابیش متفاوتی در علوم اجتماعی است. ضرورت انجام تحقیقات تجربی مربوط به ایران در حوزه مطالعات فرهنگی ایجاب می‌کند که دانشجوی این رشته با اهم این روش‌ها و چگونگی کاربرد آنها آشنا شود.

سرفصل‌ها:

- روش‌شناسی پوزیتیویستی
- روش‌شناسی انتقادی
- فلسفه روش در مطالعات فرهنگی
- تاریخ هرمنوتیک و صورت‌بندی‌های جدید آن
- تحلیل متن
- تحلیل گفتمان
- تحلیل روایت
- فنون پژوهش‌های میدانی
- تحلیل رسانه‌ها
- ثبت و تحلیل در مطالعات فرهنگی



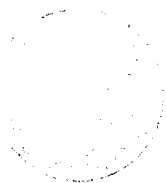
عنوان درس: تاریخ تحولات فرهنگی ایران:

هدف:

هدف اصلی درس تاریخ تحولات فرهنگی در ایران آشنا نمودن دانشجویان کارشناسی ارشد رشته ارتباطات با زمینه ها، شرایط، نحوه و فرآیند تغییرات ایجاد شده در حوزه فرهنگ در مقایسه با حوزه اقتصاد و سیاست در ایران می باشد. در صورت درک روشن از جریان تحول فرهنگی امکان مشارکت مناسب و مفید دانشجویان در حوزه فرهنگ به عنوان کنشگر و برنامه ریز و نقاد فراهم خواهد شد.

سر فصل درس:

- جلسه اول: اصول و کلیات در مورد تغییرات و تحول فرهنگ، نظریه های تغییر فرهنگ.
- جلسه دوم: بیان دیدگاه متفکران کلاسیک: الف، مارکس، وبر و زیمل و پارسنز در زمینه تغییر فرهنگی اجتماعی.
- جلسه سوم: دیدگاه متفکران معاصر، مکتب فرانکفورت و اندیشه پست مدرن در اروپا و آمریکا در زمینه تغییر فرهنگ.
- جلسه چهارم: نقدهای وارد بر دیدگاههای فوق با توجه به شرایط فرهنگی اجتماعی ایران.
- جلسه پنجم: مشخصات فرهنگی اجتماعی ایران.
- جلسه ششم: عوامل تغییر فرهنگی: عوامل تکنولوژی، اقتصادی، رسانه ای و ...
- جلسه هفتم: سازمانهای فرهنگی در ایران
- جلسه هشتم: جریانهای روشنفکری و نحوه اثرگذاری بر جریانهای فرهنگی در ایران
- جلسه نهم: روشنفکری دینی و تحولات فرهنگی در ایران
- جلسه دهم: زندگی روزمره و تغییرات فرهنگی
- جلسه یازدهم: سبک زندگی
- جلسه دوازدهم: مد
- جلسه سیزدهم: مصرف.
- جلسه چهاردهم: کنفرانس دانشجویان
- جلسه پانزدهم: جمع بندی

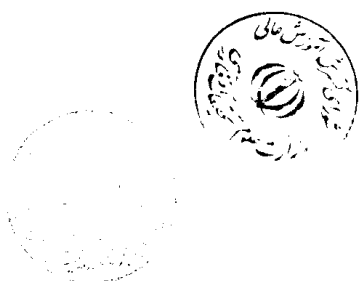


عنوان درس: مطالعات فضای مجازی

این درس با هدف بررسی تحلیلی جهان مجازی و متمایز نمودن آن با جهان واقعی طراحی شده است. تکرار ظرفیت های جهان واقعی در جهان مجازی اعم از ظرفیت های شهری، امکانات رسانه ای، تعاملات روزمره اقتصادی، سیاسی و فرهنگی مورد توجه این درس خواهد بود. مفاهیمی مثل شهر مجازی، سیاست های جهان مجازی، قوانین و مقررات جهان مجازی، واقعیت مجازی و نظریه های های حوزه مطالعات فضای مجازی ابعاد دیگری است که در این درس مورد بررسی قرار خواهد گرفت. تلاش خواهد شد با ایجاد بحث های نظری و مفهومی، ابعاد مختلف فضای مجازی مورد توجه قرار گیرد.

سرفصل دروس:

- جلسه ۱: تکنولوژیهای جدید و جهان مجازی
- جلسه ۲: دو جهانی شدن: فضای واقعی و فضای مجازی
- جلسه ۳: تاریخچه شکل گیری جهان مجازی و بنیادهای ساختاری و قانونی آن
- جلسه ۴: تاثیرات جهان مجازی بر جهان واقعی و بر عکس
- جلسه ۵: آسیب های جهان مجازی
- جلسه ۶: جهان مجازی و مسائل جهانی
- جلسه ۷: دو فضائی شدن دولت: دولت در جهان واقعی و دولت الکترونیک
- جلسه ۸: فضای مجازی: فضای عمومی و حوزه خصوصی
- جلسه ۹: فضای مجازی و انتقال فرهنگی
- جلسه ۱۰: فضای مجازی، جهان اقتصاد و قدرت انتخاب
- جلسه ۱۱: جهان مجازی و مفهوم نیتزن شیپ (شهروندی مجازی)
- جلسه ۱۲: شهرهای مجازی
- جلسه ۱۳: جهانی مجازی و مطالعات جنسیت
- جلسه ۱۴: ارتباطات در جهان مجازی

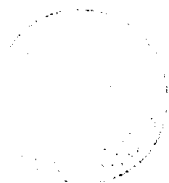


عنوان درس: سینما و مطالعات فرهنگی

هدف: در این درس سینما به عنوان یکی از اشکال بازنمایی در نوع خودش و در مقایسه با سایر هنرها و رسانه ها مطرح می گردد. اینکه چگونه اشکال فرهنگی همچون سینما، رسانه ها و هنرهای دیگر با همدیگر و با نیروهای اجتماعی، تاریخی و اقتصادی تعامل دارند موضوع این درس است.

سرفصل دروس:

- تاریخچه سینما در جهان و ایران
- تاریخچه فرهنگ مردم پسند در جهان و ایران
- مطالعات فرهنگی رسانه ها (مکتب انتقادی)
- شناخت فیلم و تلویزیون: سبک شناسی
- نظریه های فیلم
- روش تحلیل فیلم (نشانه شناسی سینما)
- فرهنگ تصویری، تصاویر و متون سینمایی
- جامعه شناسی سینما
- فیلم به عنوان صنعت فرهنگ
- جنسیت و سینما
- مخاطب و سینما
- فیلم و نظم اجتماعی
- سینما و مدرنیته فرهنگی
- تولید جمعی فرهنگ
- رابطه سینما با سایر هنرها
- رابطه سینما با سایر رسانه ها
- چند محصولی و سینما



عنوان درس: رسانه‌های جمعی و فرهنگ مردمی (۲واحد)

فرآیند اجتماعی شدن و نیز ابزارهای ارتباطی از مؤلفه‌های اساسی تمامی جوامع بشری است. اما به موازات بسط دنیای مدرن از یکسو شاهد قدرت رسانه‌های جمعی و هم‌مونی ویژه آنها و از سوی دیگر شاهد تحولات فرهنگی موازی آن هستیم. شناخت ساز و کار رسانه‌های جمعی و تکثیر ابزاری و نیز یکسان‌سازی آنها، از اصلی‌ترین حوزه‌های مطالعات فرهنگی است که ضرورتاً با مطالعه فرهنگ مردمی گره خورده است هدف این درس، آشنایی دانشجویان با چنین ساز و کارها و تحولاتی در جهان امروزی و به ویژه جامعه ایران است.

سرفصل‌ها:

- صنعت فرهنگ‌سازی
- رسانه‌ها و مصرف
- تولید رسانه‌ای و ایدئولوژی
- نظریه «زیست جهان»
- خانواده و رسانه
- رسانه‌ها و جهانی شدن
- تبلیغات و دگرگونی‌های فرهنگی
- هم‌مونی رسانه‌ای و الگوهای رفتاری
- زبان رسانه‌ای و فرهنگ مردمی
- تقابل فرهنگ رسانه‌ای و خرده‌فرهنگ‌ها



شرح درس تلویزیون و مطالعه مقایسه‌ای منابع فرهنگی

این درس به منظور تقویت بینش دانشجویان در حوزه عملکرد مقایسه‌ای منابع فرهنگی ارائه می‌شود. بنا براین بخشی از این درس به جنبه‌های عملی تاثیر مقایسه‌ای رسانه‌ها و بخشی دیگر به نظامهای نظری مقایسه رسانه‌ها خواهد پرداخت.

جلسه ۱ - فرهنگ و جامعه

اهمیت فرهنگ و فرهنگ عامه، فرایند ارتباط، پردازش اطلاعات در رسانه‌ها و فرهنگ‌سازی، پردازش اطلاعات از سوی مخاطب رسانه‌ها و تکیه به فرهنگ‌سازی رسانه‌ها کنش متقابل فرهنگ و ارتباط جمعی.

جلسه ۲

کتاب به عنوان یک منبع فرهنگی، تحول آن در بعضی کشورها و در ایران مقایسه با تلویزیون

جلسه ۳

روزنامه به عنوان یک منبع فرهنگی، تحول آن در بعضی کشورها و در ایران مقایسه با تلویزیون

جلسه ۴

رادیو به عنوان یک منبع فرهنگی، تحول آن در بعضی کشورها و در ایران مقایسه با تلویزیون

جلسه ۵

سینما به عنوان یک منبع فرهنگی، تحول آن در بعضی کشورها و در ایران مقایسه با تلویزیون

جلسه ۶

اوقات فراغت (در اشکال غیر رسانه جمعی) به عنوان یک منبع فرهنگی، تحول آن در بعضی کشورها و در ایران، مقایسه با تلویزیون

جلسه ۷

فرهنگ تلویزیون، تلویزیون به منبع فرهنگی، تلویزیون و تعالی فرهنگی، تلویزیون و تنزل فرهنگی، نظریات فیسک، گریز، نیل پسکمن

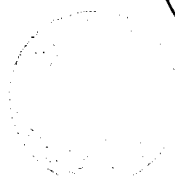
جلسه ۸

فرهنگ تلویزیون (ادامه)

جلسه ۹

تلویزیون و خشونت، اثرهای تلویزیون در مورد عقاید و رفتارهای خشن

جلسه ۱۰



تلویزیون و کودکان (فرهنگ تلویزیون و کودکان)

جلسه ۱۱

تلویزیون و گروههای قومی، بازنمایی گروههای قومی در تلویزیون، توزیع
خرده فرهنگ و فرهنگهای قومی در تلویزیون

جلسه ۱۲

تلویزیون و زنان، بازنمایی زنان در تلویزیون، تلویزیون و هویت یابی زنان



عنوان درس: جهانی شدن و فرهنگ

بر اساس تعابیر بنیانگذاران اولیه جامعه‌شناسی مثل کنت، مارکس، دورکیم، وبر و پارسونز "جامعه" بعنوان یک ذات مستقل و جدا شده و دارای مرز تعریف شده است، و حال آنکه صنعت جهانی ارتباطات، این فضای جدا شده دارای مرز را در قلمرو "جهان مجازی" به هم پیوند زده است و در "فضائی واحد" به هم متصل نموده است. این پدیده مهمی است که منشاء "زمینه" متفاوت و "متن اجتماعی" متفاوت شده است. این روند، تغییرات اجتماعی گسترده‌ای را وارد زندگی بشر بطور عام و جامعه ایرانی بطور خاص نموده است که از آن تعبیر به "زلزله فرهنگی و اجتماعی"، "جهان رها شده" (گیدنز، ۱۹۹۹)، "پایان تاریخ" و "شوک بزرگ" شده است. در این درس تلاش می‌شود تا مسائل اساسی جهانی شدن با تکیه بر بسترهای اجتماعی و فرهنگی مورد بررسی قرار گیرد. امید است محصول گفتگوهای این درس تقویت تحلیل جهان‌نگرانه^{۱۰} (هلند و همکاران، ۱۹۹۹) و همچنین نگاه بومی - جهانی^{۱۱} (رابرتسون، ۱۹۹۲) به واقعیت‌های فرهنگی باشد و منظر جدیدی از تحلیل‌های ارتباطی جامعه ایران را معرفی کند.

عناوین دروس:

- جلسه اول: روش تحقیق، مفهوم و تحلیل تاریخی جهانی شدن
- جلسه دوم: صنعت جهانی ارتباطات
- جلسه سوم: مقوله‌های معرفتی جهانی شدن
- جلسه چهارم: نظریه‌های جهانی شدن ۱
- جلسه پنجم: جهانی شدن، هویت ملی و هویت‌های پراکنده^{۱۲}
- جلسه ششم: دو جهانی شدن و جامعه جهانی اضطراب
- جلسه هفتم: جهانی شدن و پیامدهای فرهنگی
- جلسه هشتم: جهانی شدن و شهروندی
- جلسه نهم: جهانی شدن و قدرت فرهنگ
- جلسه دهم: دو جهانی شونده و هویت‌های همزمان آینده
- جلسه یازدهم: جهانی شدن و شهر
- جلسه دوازدهم: جهانی شدن فرهنگ
- جلسه سیزدهم: انتقال قدرت: از دولت ملی به دولت جهانی
- جلسه چهاردهم: جمع‌بندی و نتیجه‌گیری از مباحث درس



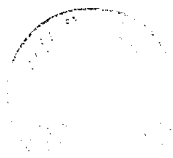
¹⁰ Globalism
¹¹ Glocalism
¹² Diasporic Identities

عنوان درس: مطالعه انتقادی زندگی روزمره ایران (۲واحد)

تا پیش از قرن بیستم عمدتاً زندگی روزمره را امری بدیهی و حاشیه ای تلقی می کردند ولی در قرن ۲۰ خصوصاً با توجه چرخش فرهنگی مطالعه زندگی روزمره به بخشی عمده و اساسی در مطالعات فرهنگی بدل شد چرا که خود این امر بدیهی به مسئله دارترین حیطه زندگی افراد بدل شد. پس از جنگ ایران و عراق و سامان یافتن زندگی مردم ایران که دچار تحولات ناشی از انقلاب و جنگ بود زندگی روزمره که عمدتاً تجلی گاهشان در خانواده است به سبب فروپاشی نظم سنتی، دچار مسئله شد. هدف این درس این خواهد بود که دانشجویی بتواند با مطالعه نظریات جامعه‌شناسان و فلاسفه زندگی روزمره در غرب تأملی انتقادی بر زندگی روزمره در ایران کنند.

سرفصل‌ها:

- بررسی دیدگاه‌های انتقادی درباره زندگی روزمره
- بررسی زمینه‌های اجتماعی مسئله دار شدن زندگی روزمره
- نقش رسانه در زندگی روزمره
- بازنمایی زندگی روزمره در تولیدات فرهنگی
- زنان و زندگی روزمره از دیدگاه مطالعات فرهنگی
- اوقات فراغت در جامعه امروز
- پاتوق‌های فرهنگی و انجمن‌ها
- جهانی شدن و زندگی روزمره
- تغییرات فرهنگی و الگوهای زندگی روزمره



عنوان درس: نشانه‌شناسی

فرهنگ را می‌توان به عنوان یک نظام و یا ساختاری از نشانه‌ها تلقی کرد. چنین مواجهه‌ای با مقوله فرهنگ، بینشی جا افتاده در پژوهش‌های مطالعه فرهنگی شده است. هرچند این بینش ریشه در تحولات زبان‌شناسی پس از سوسور دارد، اما اصحاب مطالعات فرهنگی، یافته‌های زبان‌شناسی را به طور مستمر با یافته‌های نشانه‌شناسی پیوند داده و پالایش نموده‌اند. در بسیاری از جریان‌های پژوهشی این رشته، شناخت نشانه‌های فرهنگی و رمزگشایی آنها تبدیل به موضوع تجربی با اهمیتی شده است و از طرف دیگر تلقی نشانه‌شناختی از فرهنگ نیز یکی مولفه‌های اصلی چشم‌انداز مطالعه فرهنگی است. هدف از این درس آشنایی دانشجویان با جریان‌های پژوهشی مذکور و اصول نشانه‌شناسی و مشخصاً جایگاه نشانه‌شناسی در قلمرو مطالعات فرهنگی است.

سرفصل‌ها:

- نشانه‌شناسی و زبان‌شناسی
- آشنایی با دیدگاه‌های نشانه‌شناختی
- نشانه و دلالت
- مفهوم دلالت، صورت و جوهر
- ارتباط و اشکال آن
- رمزپردازی
- رمزگانهای زیبایی‌شناختی
- رمزگانهای منطقی
- خاصیت نشانگی
- ایدئولوژی و نشانه‌پردازی
- اسطوره‌شناسی
- رمزگشایی فرهنگ



عنوان درس: رسانه و فرهنگ مصرفی

این درس رابطه در حال تغییر میان شکل گیری تکنولوژی های رسانه ای جدید و الگوی فرهنگی مصرفی را معرفی می کند. راینگولد وقتی در کتاب سال ۱۹۸۵ خود درباره تاریخ و آینده تکنولوژی های توسعه ذهن توضیح می داد هرگز این توسعه را در اندازه شکل گیری محله های مجازی تصور نمی کرد. اما در کتاب سال ۱۹۹۳ خود نه تنها به آن اشاره کرد بلکه امروز شکل گیری جهان تکنولوژی های موبایلهای هوشمند را نیز تحت نظر قرار داده است. باب استینو (۲۰۰۳) که از روش راینگولد برای تبیین این تغییرات پیروی می کند معتقد است که این نظام رسانه ای پای انسانها را به جهانی کشانده که "ماشین تجسس در درون هر شینی که ما با آن مواجه می شویم ساخته شده است". از سوی دیگر، توسعه اجتماعی نه تنها در سطح ملی از محصولات فرهنگی این تکنولوژی ها تاثیر می پذیرد بلکه در سطح فرامحلی و فراملی بر پروسه های تغییر اجتماعی و فرهنگی تاثیر می گذارند. لیسابلکمن براساس همین منطق به رابطه میان ذهنیت و تولید فرهنگی می پردازد تا نشان دهد که میان کنش فرهنگی و فرآیندهای کلان تر اجتماعی رابطه ای پیچیده برقرار شده است. فرهنگ مصرفی از میان این کنش ها شایستگی توجه نظری و تجربی ویژه ای دارد چرا که حیات انسانها را فراتر از سطح ملی دستکاری می کند. حاصل مباحث این درس ارتقاء سطح توانایی دانشجویان در حوزه شناسایی تاریخی توسعه رسانه ای تعامل آن با شکل گیری و تغییر فرهنگ مصرفی در دوران معاصر می باشد.

مباحث

هفته اول: مرور تاریخ رسانه ها و نوع شناسی جدید آنها

هفته دوم: تجربه غربی از توسعه رسانه ای و مصرف گرایی

هفته سوم: تجربه شرقی از توسعه رسانه ای، پارادایم وابستگی

هفته چهارم: اینترنت، فرهنگ و جهان مجازی

هفته پنجم: زبان و رسانه های جدید

هفته ششم: مطالعات فرهنگی، یک رویکرد نظری

هفته هفتم: ادامه

هفته هشتم: انسان شناسی فرهنگ و رسانه

هفته نهم: چهره در حال تغییر زبان در رسانه های جدید

هفته دهم: کودکان و تغییر فرهنگ مصرفی

هفته یازدهم: زنان در فرآیند مصرف رسانه ای

هفته دوازدهم: جمع بندی دو جلسه قبل

هفته سیزدهم: فهم در هم ریختگی های مفهومی، زندگی خصوصی کجاست؟

هفته چهاردهم: گذری بر جهان سرمایه: واقعیت مصرف و استفاده از رسانه چیست؟

هفته پانزدهم: آسیب ها و تنش های نوین فرهنگ مصرفی

هفته شانزدهم: نتیجه گیری و ارزیابی



عنوان درس: اقتصاد و فرهنگ

در این درس مباحث توسعه فرهنگی با رویکرد مارک رابوی (و همکاران) و مایک فدرستون به منظور آشنایی با رابطه میان توسعه صنعت فرهنگ و رشد اقتصادی ارزیابی خواهد شد. وقتی که کالاهای فرهنگی تولید می شوند تا زمانی که به مصرف می رسند فرآیندهای پیچیده ای را طی می کنند که از آن جمله می توان به سمبلیک شدن کالا تا استحاله شدن معنایی آنها اشاره کرد. بر این فرآیندها باید نسبت قدرت و جهانی شدن، تاثیر متغیر های سن و جنس را افزود تا استحاله معنایی کالاهای فرهنگی روشن تر شود. از طرف دیگر تعامل میان اقتصاد محلی و کالاهای وارداتی را نباید فراموش کرد. پسر وی های صنعت فرهنگ در اروپا در مقابل صنایع فرهنگی آمریکا تا آنجا حساسیت ایجاد کرده است که دول اروپایی از طریق اهرم های بین المللی سعی در باز سازی مفهوم آزادی تولید و مصرف می کنند.

مسائلی که میان فرهنگ و اقتصاد به شکل بالا مطرح میباشند نیاز به مفهوم سازی و استقرار در یک دستگاه نظری دارند تا بینش لازم را برای فهم مقاومت های دولتها در مقابل تحرک محصولات فرهنگی فراهم آورند.

مباحث:

هفته اول: آدورنو و صنعت فرهنگ

هفته دوم: مصرف گرایی و کالایی شدن اجتماعات

هفته سوم: تجربه ایران از دستگاههای فرهنگی در قبل و بعد از انقلاب اسلامی

هفته چهارم: ورود فرهنگ به دایره رشد اقتصادی در غرب

هفته پنجم: رادیو، تلویزیون، سینما و تولید اقتصادی-فرهنگی

هفته ششم: اقتصاد، مطالعات فرهنگی و فراهم کردن یک رویکرد نظری

هفته هفتم: نوع شناسی معاملات تجاری نوین در محیط مجازی

هفته هشتم: انسان شناسی توسعه یکنواخت در جمع مصرف کنندگان کالاهای فرهنگی

هفته نهم: مقایسه مکانیسم های نفوذ کالاها و نظام معنایی آنها

هفته دهم: کودکان، زنان و مصرف گرایی

هفته یازدهم: فرهنگ، اقتصاد و جامعه

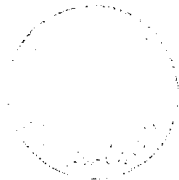
هفته دوازدهم: تغییرات فرهنگی در ایران و ارزیابی بوم گرایی مصرف

هفته سیزدهم: ادامه

هفته چهاردهم: گذری بر نظریه نوین توسعه جهان سرمایه

هفته پانزدهم: ارزیابی روش های افزایش نقش کشور در تولید سرمایه فرهنگی

هفته شانزدهم: نتیجه گیری و ارزیابی



تاریخ فرهنگی رادیو

این درس در درجه اول، نگاه تاریخی به تحولات صنعت رادیو بصورت عام، و تاریخچه رادیو در ایران و تحولات فرهنگی برنامه های رادیویی در ایران خواهد داشت. آغاز کار رادیو در ایران به سال ۱۳۱۸ ه. ش. باز می گردد که در آغاز با چند ساعت برنامه رادیویی آغاز شده و به مرور تنوع و گستردگی وسیعی پیدا کرده است. رادیوی بعد از انقلاب از خصیصه چند زبانی، چند قومی و چند فرهنگی برخوردار شده است که دوره جدیدی از کار رادیو را بیان می کند. تفاوت های رادیو با سایر رسانه های ارتباطی مثل تلویزیون در بیان مسائل فرهنگی و اجتماعی، بعد دیگری از مباحث این درس می باشد که قدرت زبانی و نمادین رادیو را در مقایسه با تلویزیون و مطبوعات منعکس می کند.

سرفصل دروس

۱. آغاز کار رادیو در غرب
۲. نظریه های رادیو
۳. رادیو، علائم و کدها
۴. سخن و موسیقی در رادیو
۵. نمایش رادیویی
۶. خبر و مسائل روز
۷. کمدی و سرگرمی ها رادیویی
۸. ظهور رادیو در ایران: ۱۳۱۸
۹. مقایسه رادیو ایران با دستورالعمل های بی بی سی
۱۰. رادیو و قومیت های فرهنگی ایران
۱۱. رادیو و جنسیت (تحلیل برنامه های رادیو تهران)
۱۲. رادیو و دین - قبل و بعد از انقلاب اسلامی ایران
۱۳. رادیو و توسعه فرهنگی
۱۴. رادیو و میراث فرهنگی و تمدنی ایران



عنوان درس : فرهنگ و قدرت(۳واحد)

یکی از مسائل مهم که مطالعات فرهنگی به آن توجه دارد مقوله «قدرت» و تغییراتی است که در توزیع آن در جامعه مدرن به وقوع پیوسته است چنین تغییراتی در دو سطح ساختارهای کلان اجتماعی و ساختارهای خرد قابل بررسی است، که شناخت روابط دیالکتیک متبیین دگرگونی‌های این دو سطح، از جمله اهداف اصلی مطالعه قدرت از زاویه مطالعات فرهنگی است. هدف این درس، آشنایی دانشجویان با تغییرات قدرت در دو سطح مذکور و تعامل آنها در جامعه امروز است.

سرفصل‌ها:

- نظریه‌های کلاسیک قدرت و اقتدار
- نظریه «هژمونی» گرامشی
- نظریه «نظام‌های به هنجارسازی» فوکو
- بابر ماس و نظریه تضعیف فرهنگی
- دیدگاه‌های فنینیستی نقد قدرت
- زبان و قدرت
- قدرت و نظام‌های معرفتی
- تحول نظام‌های تنبیبی
- تمایزات اجتماعی و قدرت



عنوان درس: مطالعات دینی (۲واحد)

یکی از ویژگی‌های زندگی‌های مدرن تغییر نگرش نسبت به مقوله دینی و به طرز خاص زندگی دینی است. چه گرایش‌ها ضد دین و چه گرایش‌ها مشهور به «سکولاریسم» که طرفدار راندن دین و زندگی دینی به حوزه خصوصی و بیرون راندن آن از حوزه عمومی هستند هر دو واکنشی هستند به تلقی سنتی از دین، یکی از مهمترین عناصر فرهنگ نیز اعتقادات دینی است نتیجه این که بخش عظیمی از مطالعات فرهنگی را مطالعات دینی تشکیل می‌دهند.

از آنجا که خصوصاً پس از انقلاب ۵۷ مسئله شیوه‌های زندگی دینی و جایگاه آن در حوزه خصوصی و عمومی به مسئله‌ای مهم تبدیل شده‌است. بررسی این پدیده و بازنمایی‌های آن در عرصه‌های متفاوت فرهنگی بسیار ضروریست.

سرفصل‌ها:

- وبر
- مارکس موس
- پتربرگر
- دورکیم
- زیمل
- ماجرای پروتستانیسم
- انقلاب
- بنیادگرایی دینی در اسلام و مسیحیت و مقایسه آنها
- سکولاریسم



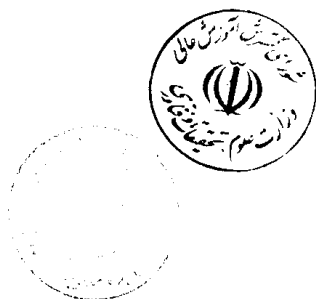
عنوان درس : جامعه‌شناسی فرهنگی (۳ واحد)

به اعتباری می‌توان حوزه مطالعات فرهنگی را - به انضمام جامعه‌شناسی فرهنگی - بخشی از حوزه جامعه‌شناسی فرهنگ دانست.

از سوی دیگر - آنچنانکه روزبه‌روز چنین ایده‌ای قوت می‌یابد- جامعه‌شناسی فرهنگ واجد تمایزاتی با مطالعات فرهنگی و جامعه‌شناسی فرهنگی می‌باشد. بنابر هر دو زاویه، ضرورت دارد که دانشجوی رشته مطالعات فرهنگی با مؤلفه‌های اساسی جامعه‌شناسی فرهنگی آشنا شود، ضمن این که چنین مؤلفه‌هایی را با شرایط جامعه ایران منطبق کند.

سرفصل‌ها:

- چشم‌اندازهای جامعه‌شناسی فرهنگ
- فرهنگ و عناصر آن
- نسبی‌گرایی فرهنگی
- مناسک فرهنگی
- فرهنگ جهانی و فرهنگ قومی
- نسبت سیاست و فرهنگ
- فرهنگ و اقتصاد
- تقابل فرهنگ سنتی و مدرن در ایران



شرح درس رسانه ها، مطبوعات و جامعه مدنی

هدف: هدف این درس توسعه ابزار نظری و رویکرد انتقادی برای بررسی عملی محصولات فرهنگی مردم پسند چون نمایش های تلویزیونی، آگهی های بازرگانی، فیلم ها، کتابها، ترانه ها و سایت های اینترنتی است که زندگی ما را انباشته است.

سرفصل دروس:

- مطبوعات، فرهنگ مردمی و فرهنگ بالا و جامعه مدنی
- رابطه بین مطالعات فرهنگی و رسانه ای-مطبوعاتی
- نظریه های جامعه مدنی و فرهنگ مردم پسند
- نشانه شناسی و روایت مطبوعاتی
- ادبیات مردم پسند و طبقه، نژاد، ایدئولوژی، جنسیت
- سینما و طبقه، نژاد، ایدئولوژی، جنسیت
- تلویزیون و طبقه، نژاد، ایدئولوژی، جنسیت
- آگهی های بازرگانی و طبقه، نژاد، ایدئولوژی، جنسیت
- موسیقی پاپ و طبقه، نژاد، ایدئولوژی، جنسیت
- مخاطب شناسی و نظریه های دریافت
- قدرت و مسئولیت رسانه های نوشتاری در جامعه مدنی
- اینترنت و جامعه جدید
- مطالعات فرهنگی فرهنگ جهانی شده
- اقتصاد سیاسی فرهنگ در جامعه مدنی



نقد سیاست های فرهنگی در ایران:

هدف: هدف اصلی این درس ضمن آشنا کردن دانشجویان با سیاستهای متعدد فرهنگی در جهان و ایران بیان مشکلات ناشی از آنها در زندگی و حیات فرهنگی و اجتماعی است. زیرا از بدو شکل گیری حوزه برنامه ریزی و سیاستگذاری متمرکز در ایران این حوزه با چالش اصلی روبرو شده است که منابع و مشروعیت سیاستگذاری فرهنگی چگونه و تحت چه شرایطی تامین می شود.

سرفصل درس:

جلسه اول: سیاستگذاری چیست و نتایج آن کدام است؟

جلسه دوم: انواع سیاستگذاری در جهان

جلسه سوم: دولت و سیاست گذاری در زمینه اقتصاد، و فرهنگ.

جلسه چهارم: انواع سازمانهای سیاستگذار فرهنگی و محدود اختیارات و امکانات آنها در ایران

جلسه پنجم: مقایسه اصول و روشهای سیاستگذاری فرهنگی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی،

وزارت علوم و شورای انقلاب فرهنگی با سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی در ایران

جلسه ششم: سیاستگذاری غیر مستقیم مراکز فرهنگی و ادبی، کانونها، و سازمانهای فرهنگی

غیردولتی.

جلسه هفتم: دانشگاه و پژوهش در سیاستگذاری فرهنگی

جلسه هشتم: دین و سیاستگذاری فرهنگی

جلسه نهم: مشکلات ساختاری متاثر از سیاستگذاری فرهنگی

جلسه دهم: سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور و سیاستگذاری فرهنگی

جلسه یازدهم: روشهای سیاستگذاری فرهنگی در کشورهای اروپایی و آسیایی.

جلسه دوازدهم: روشهای نقد و بررسی سیاستگذاری فرهنگی .

جلسه سیزدهم: سازمانهای علمی و فرهنگی در جهان

جلسه چهاردهم: تحقیقات بین المللی و سیاستگذاری فرهنگی در ایران.

جلسه پانزدهم: ارزیابی و نتیجه گیری.

جلسه شانزدهم: امتحان پایان ترم



فهرست مطالب درس موسیقی و فرهنگ

هدف:

با توجه به اهمیت موسیقی مردم در زندگی جوامع معاصر، تا کنون به صورت شایسته توجهی به این حوزه رو به گسترش در عرصه فرهنگ مردمی نشده است. با توجه به سهم مؤثر موسیقی به ویژه موسیقی مردم پسند در شکل دادن به فرهنگ مردمی و سهم آن در خرده فرهنگ های جوانان در سراسر دنیا، شناخت این موسیقی برای دانشجویان رشته مطالعات فرهنگی ضروری است. به نظر عده ای از نظریه پردازان و محققان این حوزه بدون شناخت موسیقی مردم پسند امکان شناخت فرهنگ مردم پسند بسیار اندک است. این درس بر آن است که ابتدا با روشن ساختن مفاهیم و نظریه های فرهنگی موسیقی پاپ (مردم پسند) دانشجویان را با رابطه این موسیقی با جامعه و فرهنگ معاصر بسیار مهم است.

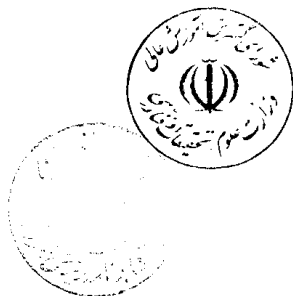
- ۱- موسیقی مردم پسند چیست؟
- ۲- مطالعات فرهنگی و موسیقی مردم پسند
- ۳- نشانه شناسی موسیقی مردم پسند
- ۴- تاریخچه و تحول در فرهنگ موسیقی مردم پسند (جهان و ایران)
- ۵- نظریه های فرهنگی و موسیقی مردم پسند
- ۶- موسیقی مردم پسند و زندگی روزمره
- ۷- موسیقی مردم پسند و خرده فرهنگ ها
- ۸- فرهنگ جوانان: هویت در جهانی پسا مدرن
- ۹- موسیقی مردم پسند در زندگی بزرگسالان
- ۱۰- موسیقی و تکنوکالچر (فرهنگ فنی)
- ۱۱- موسیقی، فضا و مکان: موسیقی مردم پسند و هویت فرهنگی
- ۱۲- موسیقی مردم پسند در فیلم و تلویزیون
- ۱۳- موسیقی پست مدرن / تفکر پست مدرن
- ۱۴- موسیقی مردم پسند، قومیت، جنسیت و سیاست
- ۱۵- موسیقی و اسطوره
- ۱۶- اقتصاد سیاسی موسیقی مردم پسند
- ۱۷- جهانی شدن و موسیقی مردم پسند



عنوان درس: فولکلور (فرهنگ عامه) در زندگی روزمره

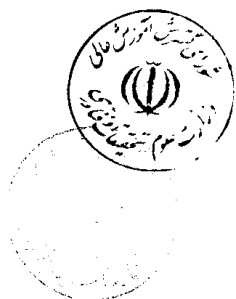
هدف این درس بررسی فولکلور به صورت بین رشته ای و به عنوان عرصه ای است که حیات فرهنگی روزمره را در گذشته و حال بیان می کند. این درس در پی آن است که به دانشجویان توان تجزیه و تحلیل و ارزیابی فولکلور را برای شناخت تمدن و فرهنگ کشور خود بدست آورد. با مطرح بحث مطالعات فرهنگی که در آن فرهنگ مردم پسند جایگاه ویژه ای دارد، توجه به فولکلور که سهم مهمی در فرهنگ مردم پسند دارد، حائز اهمیت است. علاوه بر آن، فولکلور زمینه ای که توده مردم توسط آن (از طرق لطیفه ها، افسانه ها، آوازهای عامیانه، و جشن ها و بازیها) به ارزیابی انتقادی از اوضاع و شرایط اجتماعی می پردازند و شناخت فولکلور این جنبه انتقادی را آشکار می سازد.

- ۱- فولکلور چیست؟
- ۲- مفاهیم و نظریه های فولکلور
- ۳- از فولکلوریست های سنتی تا فولکلوریست های مدرن (از گردآوری تا تحلیل)
- ۴- تاریخچه شناخت فولکلور در جهان و ایران
- ۵- مستند سازی فولکلور
- ۶- فرهنگ مادی
- ۷- چیستان ها و ضرب المثل ها
- ۸- آوازهای عامیانه، موسیقی و رقص
- ۹- بالادها یا اشعار افسانه ای (تلفیق نغمه - قصه و موسیقی)
- ۱۰- ژانرهای سنتی روایت: قصه های پریان و افسانه ها
- ۱۱- ژانرهای مدرن روایت: حکایات، تاریخ شفاهی، جوک ها و لطیفه ها
- ۱۲- فولکلور کودکان
- ۱۳- فولکلور شغلی
- ۱۴- فولکلور قومی
- ۱۵- فولکلور سیاسی
- ۱۶- جشن ها و مراسم
- ۱۷- اسطوره شناسی



فصل چهارم

منابع دروس



منابع دروس الزامی و اختیاری

۱- عنوان درس: نظریه‌های فرهنگی (۳ واحد)

منابع:

- Benjamin. W(1999) *The Arcades Project*. Cambridge. The Belknap Press of Harvard University press.
- Habermas. J (1979). *Communication and The Evolution of Society*. Boston. Beacon press.
- Jay. M (1973) , *The Dialectical Imagination, A History of the Frankfurt School and the Institute of Social Research 1923 -50* London Heinemann
- Marcuse. H (1972). *Industrialization and capitalism in the work of Max Weber in Negations, Harmondsworth*. Penguin Books.

۲- عنوان درس: روش تحقیق در مطالعات فرهنگی (۳ واحد)

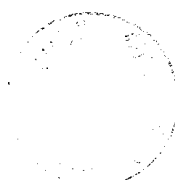
منابع:

- Paul Gee. James (1999) *An Introduction to Discourse Analysis (Theory and Method)*. Routledge. London and New York.
- Wodak. R. Meyer. *Methods of Critical Discourse Analysis*. SAGE publications. London New Dehli.
- John stone , Barbara (2002) , *Discourse Analysis*. Black well publishers.
- Mills, Sara (1999) *Discourse* . Routledge. London and New York.
- Barthes. Roland (1967) *Elements of Semiology* . Translators. Annette Lavers Colin Smith, London Cape.

۳- عنوان درس: تاریخ تحولات فرهنگی ایران:

منابع:

- آزادارمکی، تقی. *مدرنیته ایرانی: پارادایم‌های روشنفکری در ایران*، انتشارات اجتماع، ۱۳۸۱.
- آزادارمکی، تقی و چاوشیان. *سبک زندگی - نامه علوم اجتماعی*، شماره ۱۳۸۲.
- آل احمد، جلال. *غرب زدگی*. ۱۳۴۱.
- اینگلهارت، رونالد. *تغییرات فرهنگی در کشورهای پیشرفته صنعتی*. ترجمه مریم وتر، انتشارات کویر، ۱۳۷۴.
- پهلوان، چنگیز. *ریشه‌های تجدد*. نشر قطره، ۱۳۸۳.



- رجایی، فرهنگ. مشکله هویت ایرانیان امروز: ایفای نقش در عصر یک تمدن و چند فرهنگ. نشر نی، ۱۳۸۲.
- دسوقی، محمد. سیر تاریخی و ارزیابی اندیشه شرق شناسی. ترجمه محمود رضا افتخارزاده، نشر هزاران، ۱۳۷۶.
- علیخانی، علی اکبر. گسست نسل ها: رویکرد فلسفی، جامعه شناختی، روانشناسی، تاریخی و ادبی. (مقالات دکتر حمید عبداللهمیان و تقی آزادارمکی). پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی. ۱۳۸۳.
- فاستر، جرج م. جوامع سنتی و تغییرات فنی. ترجمه سید مهدی ثریا، نشر کتاب فرا، ۱۳۷۸.
- کربن، هانری. روابط حکمت اشراق و فلسفه ایران باستان. ترجمه عبدالحمید روح بخشان. انتشارات اساطیر، ۱۳۸۲.
- کوش، دنی. مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی. ترجمه فرویدون وحید، انتشارات سروش، ۱۳۸۱.
- محسنی، منوچهر. بررسی آگاهی ها، نگرشها و رفتارهای اجتماعی فرهنگی ایران. دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی، ۱۳۷۹.

۴- عنوان درس: مطالعات فضای مجازی

منابع

Aarseth, Espen J. *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore: Johns Hopkins UP, 1997. paperback

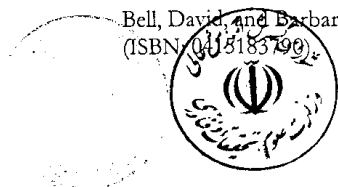
Abbate, Janet. *Inventing the Internet*. Cambridge: MIT Press, 1999

Anuff, Joey and Ana M. Cox, eds. *Suck: Worst-Case Scenarios in Media, Culture, Advertising, and the Internet*. *Hardwired*, 1997

Armitage, John, ed., "Machinic Modulations: New Cultural Theory & Technopolitics," Special Issue Aronowitz, Stanley, Barbara R. Martinsons and Michael Menser (eds.) *Technoscience and Cyberculture: A Cultural Study*. New York: Routledge, 1995 (ISBN: 0415911761)

Barrett, Edward, ed. *The Society of text: hypertext, hypermedia, and the social construction of information*. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1989. (ISBN 0262022915)

Bell, David, and Barbara M. Kennedy, eds. *The Cybercultures Reader*, Routledge, 2000. (ISBN 0415911761)



Benedikt, Michael, ed. *Cyberspace: First steps*. Cambridge, MA: The MIT Press, 1991. (ISBN: 0262521776).

Blair, Kristine and Pamela Takayoshi, eds. *Feminist Cyberscapes: Mapping Gendered Academic Spaces (New Directions in Computers and Composition Studies.)*, Ablex, 1999 (ISBN: 1567504388)

Bolter, Jay David . *The Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing*. Hillsdale, N.J.: L. Erlbaum Associates, 1991

Borgman, Christine L. *From Gutenberg to the Global Information Infrastructure: Access to Information in the Networked World*. MIT Press, 2000) (ISBN: 026202473X)

Brin. David, *The Transparent Society: Will Technology Force Us to Choose Between Privacy and Freedom?* Perseus Books, 1998

Brown, John Seely and Paul Duguid. *The Social Life of Information* .Cambridge, Mass: Harvard Business School Press, 2002 (ISBN: 0875847625)

Ceruzzi, Paul E. *A History of Modern Computing* . MIT Press, 1998 (ISBN: 0262032554)

Cherny, Lynn and Elizabeth Reba Weise, eds. *Wired Women: Gender and New Realities in Cyberspace*. Seal Pr Feminist Pub, 1996 (ISBN: 1878067737)

Compaine, Benjamin M., ed. *The Digital Divide: Facing a Crisis or Creating a Myth?*.Cambridge, Mass. MIT Press, June 2001 (ISBN 0-262-53193-3)

Crampton, Jeremy, *The Political Mapping of Cyberspace*. Univ. of Chicago Press, 2004 (ISBN: 0226117464) paperback

Dery, Mark. *Flame Wars : The Discourse of Cyberculture*, Duke Univ Pr , 1994.(ISBN: 0822315408)

Dodge, Martin and Rob Kitchin. *Mapping Cyberspace*. New York: Routledge, November 2000 (ISBN: 0415198844)

Douglas, J. Yellowlees. *The End of Books - Or Books Without End?: Reading Interactive Narratives*. University of Michigan Press, 2000 (ISBN 0-472-11114-0)

Eames, Charles and Ray Eames. *A Computer Perspective : Background to the Computer Age*. Harvard Univ Press, 1990 [ISBN: 0674156269]

Ego, Boris, ed. *Cyberghetto or Cybertopia? Race, Class and Gender on the Internet*. Praeger Publishers, 1998

Ess, Charles. *Philosophical perspectives on computer-mediated communication*. Albany, NY: State University of New York Press, 1996. (ISBN: 0791428729).

Featherstone, Mike, and Rober Burrows, eds. *Cyberspace/Cyberbodies/Cyberpunk: Cultures of technological embodiment*. London: Sage, 1995. (ISBN: 0761950850).

Gattiker, Urs E. *The Internet As a Diverse Community: Cultural, Organizational, and Political Issues Telecommunications*, Mahwah, N.J. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2001. (ISBN: 080582488X)

Gauntlett, David, ed., *Media, Gender and Identity*, New York: Routledge, 2002.

Graham, Gordon . *the internet:// a philosophical inquiry* . London and New York: Routledge, 1999

Greenia, Mark W. *History of Computing: An Encyclopedia of the People and Machines that Made Computer History*. CD-ROM, Lexikon Services, Feb 2000. [ISBN: 0944601782]

Gurak, Laura J. *Persuasion and Privacy in Cyberspace : The Online Protests over Lotus Marketplace and the Clipper Chip*. Yale UP, 1999.

Hakken, David. *Cyborgs@Cyberspace: An Ethnographer Looks to the Future*. New York: Routledge, 1999.

Heim, Michael. *Virtual Realism*. Oxford Univ Pr, 1997. (ISBN: 0195104269) [Review](#)

Holeton, Richard. *Composing Cyberspace: Identity, Community, and Knowledge in the Electronic Age*. Columbus, OH: McGraw-Hill Higher Education, 1998. (ISBN: 0070295484).[text]

Howard, Philip N. and Steve Jones. *Society Online: The Internet in Context*. Sage Publications, Inc., 2003 (pb 0761927085)

Jones, Steven G., ed., *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*. London: Sage, 1997. (ISBN: 0761955267).

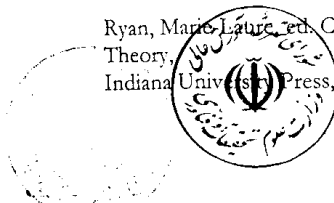
Miller, Steven E. *Civilizing Cyberspace: Policy, Power and the Information Superhighway*. New York: ACM Press ; Reading, Mass. : Addison-Wesley, 1996

Molz, Redmond Kathleen and Phyllis Dain. *Civic Space / Cyberspace: The American Public Library in the Information Age*. Cambridge, MA: MIT Press, 1999

Naughton, John. *A Brief History of the Future: Origins of the Internet*. Overlook Press, June 26, 2000 (ISBN:1585670324)

Porter, David, ed., *Internet culture*. New York: Routledge, 1997. (ISBN: 0415916844).

Ryan, Marie-Laure, ed. *Cyberspace Textuality: Computer Technology and Literary Theory*. Indiana Univ (s) Press, May 1999



Samoriski, Jan H. Issues in Cyberspace, 1st ed., Pearson Allyn & Bacon, 2001 (ISBN: 020532262X)

Shade, Leslie Regan. Gender & community in the social construction of the Internet. New York: P. Lang, 2002 (ISBN: 0820450235) paperback

Shields, Rob, ed. Cultures of Internet : Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies. London; Thousand Oaks, Calif : Sage Publications, 1996. (ISBN: 0803975198).

Slevin, James. The Internet and Society. Cambridge, UK: Polity Press, 2000. (ISBN: 0745620876).

Smith, Marc A., and Peter Kollock, eds. Communities in Cyberspace . London: Routledge, 1999. (ISBN: 0415191408.)

Stoll, Clifford. Cuckoo's egg: tracking a spy through the maze of computer espionage. New York: Doubleday, 1995

Sundén, Jenny. Material virtualities: approaching online textual embodiment. New York : P. Lang, 2003. (ISBN: 0820462047) paperback

Tapscott, Don. Growing Up Digital. New York : McGraw-Hill, 1998 (ISBN: 0-07-063361-4)

Tyner, Kathleen . Literacy in a Digital World : Teaching and Learning in the Age of Information. Lawrence Erlbaum Assoc., September 1998 (ISBN: 0805822267)

Wallace, Patricia. The psychology of the Internet, Cambridge: Cambridge University Press, 1999. ISBN: 0521632943).

Werry, Chris and Miranda Mowbray. Online Communities: Commerce, Community Action, and the Virtual University. Prentice Hall, 1st ed., 2000 (ISBN: 0130323829)

Wertheim, Margaret. The Pearly Gates of Cyberspace: A History of Space from Dante to the Internet. W.W. Norton & Company, April 1999 (ISBN: 03930469)

Whittle, David B. Cyberspace : The Human Dimension. New York: W.H. Freeman, 1997

Wilhelm, Anthony. Democracy in a Digital Age: Challenges to Political Life in Cyberspace. New York: Routledge, 2000

Winston, Brian. Media technology & society: a history from the telegraph to the internet. London: Routledge, 1998. (ISBN: 041514230x).

Yee, Douglas, J. The End of Books? Or Books Without End? Reading Hypertext Narratives. Ann Arbor, University of Michigan Press.

Young, Kimberly S. Caught in the Net: How to Recognize the Signs of Internet

Addiction and a Winning Strategy for Recovery. New York: John Wiley & Sons, 1998

Zuboff, Shoshana. In the Age of the Smart Machine: The Future of Work and Power. New York: Basic Books, 1988

بعضی از سایت های مرتبط با مباحث درس

ACW (Alliance for Computers and Writing annotated bibliography

<<http://english.ttu.edu/acw/database/print/bib.index.html>>

Composition & Rhetoric Bibliographic Database - Lee Honeycutt - Iowa State

University <<http://www.public.iastate.edu/~honey1/bib/index.html>>

Help! I'm Lost! - cyberculture resources, includes some bibliographic info.

<<http://www.msu.edu/user/hungerf2/map.html>>

Hypertext - University of Colorado at Denver. School of Education

<http://www.cudenver.edu/~mryder/itc_data/hypertext.html#theory>

Hypertext Resources - Eastgate Systems, Inc.

<<http://www.eastgate.com/Hypertext.html>>

Journal of Computer-Mediated Communication - Margaret McLaughlin and Sheizaf

Rafaël, eds. <<http://www.ascusc.org/jcmc/>>

Online Cyber Resources and Scholarship - Virginia Montecino

<<http://mason.gmu.edu/~montecin/cyber-resources.htm>>



۵- عنوان درس: شرح درس سینما و مطالعات فرهنگی

منابع و مآخذ:



فارسی:

- جینکز، ویلیام: ادبیات فیلم؛ جایگاه سینما در علوم انسانی، محمد تقی حکیمیان تورانی، حکیمیان، انتشارات سروش: ۱۳۶۴
- حیدری، غلام: سینمای ایران؛ برداشت ناتمام، نشر چکامه: ۱۳۷۰
- دادلی، اندرو: تئوری های اساسی فیلم، مسعود مدنی: ۱۳۶۵
- سورلن، پیر: سینمای کشورهای اروپایی، حمید لاری، سروش: ۱۳۷۹
- صدر، حمیدرضا: تاریخ سیاسی سینمای ایران، نشر نی: ۱۳۸۱
- نایت، آرتور: تاریخ سینما، نجف دریابندری، امیرکبیر: ۱۳۴۱
- هواکو، جورج: جامعه شناسی سینما، بهروز تورانی، نشر آینه: ۱۳۶۱

لاتین:

Thwaites, Tony; Davis, Lloyd; Mules, Warwick: **Introducing Cultural and Media Studies: A Semiotic Approach**, Palgrave: 2002

Mirwoeff, Nicholas: **An Introduction to Visual Culture**, Routledge: 1999

Fuery, Patrick: **New Developments in film Theory**, ST.Martin's Press: 2000

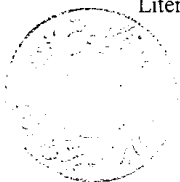
Branson, Gill: **Cinema and Cultrual Modernity**, Open University Press: 2000

Graeme, Turner (ed.): **The film cultures reader**, Routledge: 2002

۶- عنوان درس: رسانه های جمعی و فرهنگ مردمی (۲واحد)

منابع :

- Thwaites. T. davis. Imales. W. (2002) introducing cultural an media studies. Asemiotie approach. London . palgrave.
- A domot. (1991) the Cultural Industry Selected Essayson Mass Culture. London Routledge.
- Baudrill ard. J. (1985) . The masses: the impbsien of the social in the media New Literary History. 16 (3) :577-89



- Baudrillard J (1990) Mass media culture in Revenge of the crustal: selected writings on the modern object and its Destiny. 1968 -1983 ed. And trans. Paul Foss and Julian petanis. London, Pluto press.
- Benfamin. W. (1973) the workof Art in an age of mechanical reproduction in Illuminations, London, Fontana.
- تامیسون . ج (۱۳۷۸) ایدئولوژی و فرهنگ مدرن ترجمه مسعود اوحدی، موسسه فرهنگی آینده پویان، تهران



۷- عنوان درس: تلویزیون و مطالعه مقایسه‌ای منابع فرهنگی

منابع:

- 1- Mass Media, Mass Culture Wilson 1995
- 2- Understanding Mass Communication M. Defleurt E Dennis 2002.
- 3- ILL Effects the media/violence debate Martine Bardert Julian Petley 1997.
- 4 – Media and Society in the Twentieth Century Lyn Gorman T David Mole an 2003.
- 5- Television and Society Harry Skornia 1965.
- 6- Understanding Television Andrew Goodwin Garry Whannel 1990
- 7- The Television Handbook Patricia Holland 1997.
- 8- Television Culture John Fisk 1987
- 9- How to Study Television Keith Selby + Ron Cowperly 1995
- 10- Action T.V Bill Osgerby + Anna Gough – Yates 2001
- 11- Women Dimention in Television ILa Joshi 1991.

۱۲- مجموعه گزارشهای تحقیق مصرف کالاهای فرهنگی وزارت ارشاد

۱۳- گزارشهای تحقیق نگرش ایرانیان مرحله اول و دوم

۱۴- رساله دکتری ارتباطات : نظام مطلوب رادیو و تلویزیون - علیرضا حسینی پاکدهی ، دانشگاه

علامه طباطبایی



۸- عنوان درس: جهانی شدن و فرهنگ

منابع فارسی



۱. آلبرو، مارتین (۱۳۸۰) عصر جهانی: جامعه شناسی پدیده جهانی شدن، ترجمه نادر سالارزاده و بیتا اسکندی نژاد، تهران، موسسه انتشارات آزاد اندیشان.
۲. بهکیش، م. م. (۱۳۸۰) اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن، تهران، نشر نی.
۳. پیتر مارتین، هانس و شومف هارالر (۱۳۸۱) دام جهانی شدن: تهاجم به دموکراسی و رفاه، ترجمه حمید رضا شه میرزادی و محمد رضا مالک، تهران، موسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر.
۴. تامیلسون، ج. (۱۳۸۱) جهانی شدن فرهنگ، ترجمه محسن حکیمی، تهران، دفتر پژوهشهای فرهنگی
۵. تامیلسون، ج. (۱۳۸۰) رسانه و مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه، ترجمه مسعود اوحدی، تهران، انتشارات سروش.
۶. ترنر، ب. (۱۳۸۱) شرق شناسی، پست مدرنیسم و جهانی شدن، ترجمه غلامرضا کیانی و محمد رضا تاجیک، تهران، مرکز بررسی های استراتژیک، فرهنگ گفتمان ریاست جمهوری.
۷. تهرانیان، م و همکاران (۱۳۸۰) جهانی شدن، چالش ها و نا امنی ها، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۸. رابرتسون، ر. (۱۳۸۰) جهانی شدن: تئوری اجتماعی و فرهنگی جهانی، ترجمه کمال پولادی، تهران، نشر ثالث.
۹. رجایی، ف. (۱۳۸۰) پدیده جهانی شدن: وضعیت بشری و تمدن اطلاعاتی، تهران، انتشارات آگاه.
۱۰. روسنائو، پ. م. (۱۳۸۰) پست مدرنیسم و علوم اجتماعی، ترجمه محمد حسن کاظم پور، تهران، نشر آئینه.
۱۱. ساسمن، ج. و لنت، ج. (۱۳۷۴) ارتباطات فراملی و جهان سوم، ترجمه طاهره ژیان احمدی، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
۱۲. سجادیپور، م. ک. (۱۳۸۱) گرد آورنده مجموعه مقالات: جهانی شدن: برداشت ها و پیامدها، تهران، وزارت امور خارجه.
۱۳. سلیمی، ح. (۱۳۸۰) فرهنگ گرایی، جهانی شدن و حقوق بشر، تهران، مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.



۱۴. سیف، ا. (۱۳۸۰) جهانی کردن فقر و فلاکت، استراتژی ساختاری در عمل، تهران، انتشارات آگاه.

۱۵. شوارتز، پیتر و لیدن، پیتر و هیات، جونل (۱۳۸۱) عصر شکوفائی: نگرش به روند جهانی شدن اقتصاد و چالش های جهان در ۵۰ سال آتی، ترجمه ناهید سپهرپور، تهران، رخس.

۱۶. صانعی پور، م. (۱۳۸۰) استراتژی جهانی شدن شرکت ها و موسسات، تهران، موسسه فرهنگی، هنری بشیر علم و ادب.

۱۷. عاملی، س. ر. (۱۳۸۱) تعامل جهانی شدن و شهروندی، نامه علوم اجتماعی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

۱۸. عاملی، س. ر. (۱۳۸۲) جهانی شدن: دو جهانی شدن و جامعه جهانی اضطراب، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

۱۹. عاملی، س. ر. (۱۳۸۲) گفتگوی تمدن ها در تعامل با جهانی شدن، مجموعه مقالات همایش دانشگاه و گفت و گوی تمدن ها، بابلسر، دانشگاه مازنداران.

۲۰. عاملی، س. ر. (۱۳۸۲) دو جهانی شدن و آینده جهان، کتاب ماه علوم اجتماعی.

۲۱. قره باغی، ع. ا. (۱۳۸۰) تبار شناسی پست مدرنیسم، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.

۲۲. کاظمی، ع. ا. (۱۳۸۰) جهانی فرهنگ و سیاست تهران، نشر توس.

۲۳. کستلز، م. (۱۳۸۰) اقتصاد، جامعه و فرهنگ (جلد اول) عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه ای، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، ویراستار ارشد: علی پایا، تهران، انتشارات طرح نو.

۲۴. کستلز، م. (۱۳۸۰) اقتصاد، جامعه و فرهنگ (جلد دوم) عصر اطلاعات: قدرت هویت، ترجمه چاووشیان، ویراستار ارشد: علی پایا، تهران، انتشارات طرح نو.

۲۵. کستلز، م. (۱۳۸۰) اقتصاد، جامعه و فرهنگ (جلد سوم): عصر اطلاعات: پایان هزاره، مترجم احد علیقلیان و افشین خاکباز، سرویراستار علی پایا، تهران، انتشارات طرح نو.

۲۶. کسلز، آ. (۱۳۸۰) ایدئولوژی و روابط بین الملل در دنیا مدرن، ترجمه محمود عبدالله زاده، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی با همکاری مرکز بین المللی گفتگوی تمدن ها.

۲۷. گریفین، ک. (۱۳۷۸) مروری بر جهانی شدن و گذار اقتصادی، ترجمه محمد رضا فرزین، تهران، سازمان برنامه و بودجه، مرکز مدارک اقتصادی اجتماعی و انتشارات.

۲۸. گنو، ژ. م. (۱۳۸۰) آینده آزادی: چالش های جهانی شدن دموکراسی، ترجمه عبدالحسین نیک گهر، تهران، وزارت امور خارجه.

۲۹. گیدنز، آ. (۱۳۷۹) جهانی شدن، گفتارهایی در باره یکپارچگی جهانی، ترجمه علی اصغر سعیدی، انتشارات علم و ادب.

۳۰. مارفلیت، ف. (۱۳۸۰) جهانی شدن و جهان سوم، ترجمه حسن سوزانی، تهران، وزارت امور خارجه.





۳۱. مگداف، ه. (۱۳۸۰) جهانی شدن با کدام هدف؟، ترجمه ناصر زرافشان، تهران، انتشارات آگاه.
۳۲. واترز، م. (۱۳۷۹) جهانی شدن، ترجمه اسماعیل مردانی گیوی و همکاران، تهران، سازمان مدیریت صنعتی
۳۳. هابرماس، ی. (۱۳۸۰) جهانی شدن و آینده دموکراسی، منظومه پسا ملی، ترجمه کمال پولادی، تهران، نشر مرکز.
۳۴. هارل، ا. و همکاران (۱۳۸۱) ناامنی جهانی: بررسی چهره دوم جهانی شدن، ترجمه اصغر افتخاری، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۳۵. هینس، ج. (۱۳۸۱) دین، جهانی شدن و فرهنگ سیاسی در جهان سوم، ترجمه داوود کیانی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۳۶. هودشتیان، ع. (۱۳۸۰) مدرنیته، جهانی شدن و ایران، تهران، چاپخش.

منابع انگلیسی

1. Albrow, M. (1996) *The Global Age*, Cambridge, Polity Press.
2. Ameli, S. R. (2002a) *Globalizations, Americanization and British Muslim Identity*, London, ICAS Press.
3. Barker, C. (1999) *Television, Globalization and Cultural Identities*, Buckingham and Philadelphia, Open University Press.
4. Bauman, Z. (1998) *Globalization: The Human Consequences*, Cambridge, Polity Press.
5. Beyer, P. (1994) *Religion and Globalization*, London, Sage.
6. Chorafas, D. N. (1992) *The Globalization of Money and Securities*.
7. Clark, I. (1999) *Globalization and International Relations Theory*, Oxford, Oxford University Press.
8. Cohen, R. and Kennedy, P. (2000) *'Global Sociology'*, London, McMillan Press Ltd.
9. Giddens, A. (2001) *Sociology*, Cambridge, Polity Press.
10. anson, J. (1980) *Trade in Transition: Exports form the Third World, 1840-1900*, New York: Academic Press.
11. Berger, P. L. and Huntington, P. L. (2002) *Many Globalizations: Cultural Diversity in the Contemporary World*, Oxford, Oxford University Press.
12. Ohmae, K., (1995) *The End of The Nation State*, New York, Free Press.
13. Robertson, R. (1992) *Globalization: Social Theory and Global Culture*, London, SAGE Publication.
14. Robertson, R., (1995) *Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity in Featherstone, S., Lash, S. and Robertson, R.(eds), Global Modernities*, London, Thousand Oaks and New Delhi, Sage.1994).



14. Waters, M. (1995) 'Globalization', London and New York, Routledge.



۹- عنوان درس: مطالعه انتقادی زندگی روزمره ایران (۲واحد)

منابع:

- *Bskhtin, M(1965) Rabelais and his world. Massachusettes . MIT
- * Certive, M.de (1984) The practice of Everyday life. Berkeley, The University of California press.
- * Certive, M.de (1077), culture in the plural . Minneapolis. The University of Minnesota.
- * Certive, M.de (2000), Critiques of Everyday life. London and NewYork, Routlege.
- Heller, anges (1984) of Everyday life. London Routlege.
- Heller,A(1986), The Social Reproduction of Organization and Culture, London, Sage.

۱۰- عنوان درس: نشانه شناسی

منابع:

- ؟؟؟؟ ساختارگرا، تزوتان تودوروف، ترجمه محمد نبوی، انتشارات آگه.
- Barthes R.S.Z. Oxford. Basil Blackwell. 1990
- Barthes R. mytheologies London. Vintage books 1993
- Carey I.W: Communication as Culture: Essays on Media and society. Boston: Un win Hyman. 11989
- Kurzweil, E: the Age of Structuralism : Levi-Strauss to Foucault. New york: Colmbia University Press, 1980

۱۱- درس: رسانه و فرهنگ مصرفی

منابع

Negri, Antonio
2000 Empire, Cambrdige: Harvard University Press

۱۲- منابع: درس اقتصاد و فرهنگ

Featherstone, Mike
1998 Consumer Culture and Postmodersism, London:
Rutledge.





۱۳- عنوان درس: تاریخ فرهنگی رادیو

منابع

- برخوردار، ا. (۱۳۸۱) اصول تهیه برنامه های رادیویی، تهران، انتشارات تحقیق و توسعه صدا. جوادى یگانه، م. ر. و عباسى لآخانى، م. (۱۳۸۰) تغییرات اجتماعی برنامه ریزی شده، تهران، انتشارات تحقیق و توسعه صدا.
- خجسته، ح. (۱۳۸۰) در آمدی بر جامعه شناسی رادیو، تهران، انتشارات تحقیق و توسعه صدا. دهقان، ع. (۱۳۸۲) مخاطب شناسی، فصلنامه ارتباطات و فرهنگ، شماره ۱(۱)، ص ص ۲۰۵-۲۳۲. راودراد، ا. (۱۳۸۲) تخیل و نقش آن در رادیو، فصلنامه ارتباطات و فرهنگ، شماره ۱ (۱)، ص ص ۱۸۵-۲۰۴.
- عبداللهیان، ح. (۱۳۸۲) مطالعه مقایسه ای کارکردهای ویژه رادیو در ایران و آمریکای شمالی، فصلنامه ارتباطات و فرهنگ، شماره ۱ (۱)، ص ص ۷۵-۹۴.
- کرایسل، ا. (۱۳۸۱) درک رادیو، ترجمه معصومه اعتصام، تهران، انتشارات تحقیق و توسعه صدا. کوثری، م. (۱۳۸۲) توزیع جغرافیایی مصرف رادیو در ایران، فصلنامه ارتباطات و فرهنگ، شماره ۱ (۱)، ص ص ۲۳۳-۲۴۶.
- مک کوایل، د. (۱۳۸۰) مخاطب شناسی، ترجمه دکتر مهدی منتظر قائم، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
- منتظر قائم، م. (۱۳۸۲) سنخ شناسی رادیو در دوران معاصر: با تکیه بر دو مفهوم مالکیت سازمانی و هویت مخاطبان، فصلنامه ارتباطات و فرهنگ شماره ۱(۱)، ص ص ۵۳-۷۴.
- هولاب، ر. (۱۳۷۵) یورگن هابرماس: نقد در حوزه عمومی، ترجمه دکتر حسین بشیریه، تهران، نشر نی.

Arnheim, R. (1936). *Radio* (Margaret Ludwig and Herbert Read, Trans.). London: Faber and Faber Ltd. (Reprinted by Ayer Co., Salem, N.H., 1986)

Crisell, Andrew, 1994, 2nd ed., *Understanding Radio*, New York and London: Routledge.

Crook, Tim, 1999, *Radio Drama: Theory and Practice*, London: Routledge.

Douglas, S. J. (1999). *Listening In: Radio and the American Imagination*. New York: Times Books.

Fowler, G., & Crawford, B. (2002). *Border Radio: Quacks, Yodelers, Pitchmen, Psychics, and Other Amazing Broadcasters of the American Airwaves*. (Revised ed.). Austin: Univ. of Texas Press.

Hayes, J. E. (2000). Did Herbert Hoover Broadcast the First Fireside Chat? Rethinking the Origins of Roosevelt's Radio Genius. *Journal of Radio Studies*, 7(1), 76-92.

Mott, R. L. (1993). *Radio Sound Effects*. Jefferson, N.C.: McFarland.

Wang, J. H. (2002). "The Case of the Radioactive Housewife": Relocating Radio in the Age of Television. In M. Hilmes & J. Loviglio (Eds.), *Radio Reader* (pp. 343-366). New York and London: Routledge.

Weber, D. (1997). Memory and Repression in Early Ethnic Television. In J. Foreman (Ed.), *The Other Fifties*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.



۱۴- عنوان درس : فرهنگ و قدرت (۳ واحد)

منابع:

- P. Bourdieu. Distinction. London. Rotledge. 1994
- P. Bourdieu. The Field of Cultural Theory. Cambridge Plity. 1995
- M. Foucault, Discipline and Punish: The Birth of the Prison, New York: Vintage Books. 1979
- J. Habermas, The Philosophical Discourse of Modernity Cambridge. MA MIT press, 1987
- M. Foucault, Power Knowledge. New York. Pantheon Books, 1980

۱۵- عنوان درس: مطالعات دینی (۲ واحد)

منابع:

- * H. GIBB. article "Tarikh" dans studies . on the Civilization of Islam, Boston 1962
- * E. I. M Rosenthal , Political Thought in Medieval Islam. Cambridge University press, 1962
- * Ozay Mehmet, Islamic identity and development. London. New York . Routledge, 1990.

** اسلام و مدرنیته، عبدالله الغروی، ترجمه امیررضایی، تهران انتشارات قصیده سرا، ۱۳۸۱



۱۶- عنوان درس : جامعه‌شناسی فرهنگی (۳ واحد)

منابع:

- Thomson, E.P. (1979). The Poverty of Theory and other Essays. London, Merlin
- Williams, R. (1958), culture and society. London. Chatto and Windus
- Williams, R. (1962), Communication, London. Chatto and Windus
- Williams, R. (1974), Television, Tehnology and Cultural Form. London. Fontana
- Williams, R. (1978), Means of Communication as means of Production. London, Newleft Books.
- Williams, R. (1983), Keywords, London. Fontana



۱۷- عنوان درس: شرح درس رسانه ها، مطبوعات و جامعه مدنی

منابع و مأخذ:

فارسی:

- آسابرگر، آرتور: روایت در فرهنگ عامیانه و زندگی روزمره، ترجمه محمد رضا لیراوی، سروش: ۱۳۸۰
- آسابرگر، آرتور: روش های پژوهش رسانه ها، ترجمه محمد حفاظی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها: ۱۳۷۳
- آسابرگر، آرتور: روشهای تحلیل رسانه ها، ترجمه پرویز اجلالی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها: ۱۳۷۹
- ارنبرگ، اندرو و باروایز، پاتریک: تلویزیون و مخاطبان آن، ترجمه فرهاد رادپور، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه ای سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران: ۱۳۷۸
- اینگلیس، فرد: نظریه رسانه ها، ترجمه محمود حقیقت کاشانی، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه ای سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران: ۱۳۷۷
- برت، تری: نقد عکس، ترجمه اسماعیل عباسی و کاوه میرعباسی، نشر مرکز: ۱۳۸۰
- پراتکانیس، آنتونی و آرنسون، الیوت: عصر تبلیغات، ترجمه کاووس سید امامی و محمد صادق عباسی، سروش: ۱۳۷۹
- سلبی، کیت و کاودری، ران: راهنمای بررسی تلویزیون، ترجمه علی عامری مهابادی، سروش: ۱۳۸۰
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز: نظریه های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، دانشگاه تهران: ۱۳۸۱



کیانی، افشین: تبلیغات تجاری در اینترنت، اداره کل تحقیق و توسعه صدا: ۱۳۸۰
لادریز، ژان: رویارویی علم و تکنولوژی با فرهنگ ها، ترجمه پروانه سپرده، موسسه پژوهشی
فرهنگ، هنر و ارتباطات: ۱۳۸۰
مک کویل، دنیس: مخاطب شناسی، ترجمه مهدی منتظر قائم، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه
ها: ۱۳۸۰

لاتین:

Alexander, Victoria: **Sociology of the Arts**, Blachwell Publishing: 2003
Fiske, J: **Understanding popular culture**, London, Routledge: 1994
Van Zoonen, Liesbet: **Feminist media studies**, Sage Publication: 2002



۱۸- عنوان درس: نقد سیاست های فرهنگی در ایران:

منابع:

- آزادارمکی، تقی. اندیشه نوسازی. انتشارات دانشگاه تهران. ۱۳۸۰.
برس، ادوارد. کنترل فرهنگ (نقش بنیادهای کارنگی، فورد، و راکفلر در سیاست خارجی
آمریکا). ترجمه حمید الیاسی، نشر نی، چاپ سوم، ۱۳۷۳.
حسینی، محمد. حصایص مدیران فرهنگی. انتشارات تبیان، ۱۳۷۹.
حسین لی، رسول. اصول و مبانی سیاست فرهنگی در آسیا و آفریقا. انتشارات آن، ۱۳۷۹.
سن، آمارتیا. توسعه به مثابه آزادای. ترجمه سید احمد موثقی. انتشارات دانشکده حقوق و علوم
سیاسی دانشگاه تهران، ۱۳۸۱.
فوران، جان. مقاومت شکننده: تاریخ تحولات اجتماعی ایران از صفویه تا سالهای پس از
انقلاب اسلامی. ترجمه احمد تدین، موسسه خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۷۷.
کاظمی، ویسری. برنامه ریزی توسعه صنایع سنگین. سازمان مدیریت صنعتی. ۱۳۷۷
سازمان برنامه و بودجه. سند برنامه: برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
جمهوری اسلامی ایران. ۱۳۷۸
سازمان برنامه و بودجه. سند برنامه: برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
جمهوری اسلامی ایران. ۱۳۸۳
لاجوردی، حبیب. خاطرات عبدالمجید مجیدی. گام نو، ۱۳۸۲.



معاونت پژوهشی و آموزشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. سیاست فرهنگی و الگوی ارائه گزارش در فعالیت های فرهنگی. انتشارات باز، ۱۳۷۸.
 موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی. آمار آموزش عالی ایران: (مجموعه گزارشها تفکیک شده سالی).



۱۹- عنوان درس: درس موسیقی و فرهنگ
 فهرست منابع

- 1- Adolescents and Their Music: If it's too Loud, You're too old by Jonathon Epstein (ed).
- 2- Analyzing Popular Music, by Allan F. Moore, Cambridge Univ. Press 2003.
- 3- Are the Kids All Right? : The Sociology of Youth Culture: Sex and Drugs and Rock 'n' Roll by Mike Brake, [1980]. Between Montmartre and the Mudd Club: Popular Music and the Avant-Gardes, by Bernard Gendron [Univ. of Chicago Press
- 5- China's New Voices: Popular Music, Ethnicity, Gender and Politics 1978-1997, by Nimrod Baranovitch.
- 6- Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital by Sarah Thornton
- 7- Comparative Youth Cultures : The Sociology of Youth Cultures in America, Britain and Canada by Michael Brake.
- 8- Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style, by David Muggleton, NY Univ. Press.
- 9- Microphone Fiends: Youth Music & Youth Culture by Aldrew Ross, Tricia Rose.
- 10- Music and Cultural Theory by John Shepherd, Peter Wicke, Polity.
- 11- Music and Technoculture (Music Culture) by Rene Lysloff, Leslie Gay (ed.), Oxford Univ. Press.
- 12- Music, Space and Place: Popular Music and Cultural Identity , by Sheila Whitley, Andy Bennett, Stan Hawkins, Ashgate, 2004.
- 13- Popular Music and Youth Culture: Music, Identity and Place, by Andy Bennett Palgrave/MacMillan.
- 14- Popular Music in Theory: An Introduction by Keith Negus.
- 15- Popular Music Perspectives: Ideas, Themes, and Patterns in Contemporary Lyrics by B. Lee Cooper.
- 16- Popular Music Studies , by David Hesmondhakgh, et al (ed.)
- 17- Rebel Rock: The Politics of Popular Music, by John Street, Blackwell.
- 18- Rock and Popular Music: Politics, Policies, Institutions by Tony Bellett, Graeme Turner, John Shepherd, et al (ed.).
- 19- Rock Over the Edge: Transformations in Popular Music Culture, by Roger Beebe, et al (ed.)
- 20- Sex & Drugs & Rock 'n Roll by Paul King [Professional Counselor Books.
- 21- Sex N Drugs N Rock N Roll American Culture since 1945 by John N. Ingham (ed.), Canadian Scholars Press.
- 22- The Clubcultures Reader: Readings in Popular Cultural Studies, by Steve Redhead, et al (ed.) [Blackwell
- 23- The Cultural Study of Music, by Martin Clayton, et. al., Routledge, 2002.

- 24- The Sixties: Cultural Revolution in Britain, France, Italy and the United States 1958-1974 , by Arthur Marwick, Oxford Univ. Press.
- 25- The Subcultures Reader , by Ken Gelder, Sarah Thornton (ed.)
- 26- Understanding Popular Music, by Roy Shuker, Routledge 1994.
- 27- Western Music and Its Others: Difference, Representatin and Appropriation in Music, by Georgina Born, David Hesmondhalgh (eds) [Univ. of Calif. Press.
- 28- Interpreting Popular Music, by David Brackett [Univ. of California.



۲۰- عنوان درس: فولکلور (فرهنگ عامه) در زندگی روزمره

فهرست منابع:

- 1- Popular Culture Genres: Theories and Texts, by Arthur Asa Berger, Sage Publications; (May 12, 1992).
- 2- Identity and Everyday Life: Essays in the Study of Folklore, Music, and Popular Culture (Music Culture), by Harris M. Berger, Giovanna P. Del Negro, Wesleyan Univ Pr; (April 2004).
- 3- Trash Culture: Popular Culture and the Great Tradition, by Richard Keller Simon, University of California Press; (November 1999).
- 4- Following Tradition: Folklore in the Discourse of American Culture, by Simon J. Bronner, Utah State University Press; (March 1998).
- 5- Folk Culture in a World of Technology (Folklore Studies in Translation), by Hermann Bausinger, Elke Dettmer.
- 6- Material Culture, by Henry Glassie, Henry Glassie, Indiana University Press; (September 1999).
- 7- Of Corpse: Death and Humor in Folklore and Popular Culture, by Peter Narvaez, Utah State University Press; (July 2003).



2004 postgraduate prospectus

UNIVERSITY OF
SUSSEX
BACK TO HOMEPAGE



Home > subject areas > Media and Cultural Studies

Media and Cultural Studies

Media and Cultural Studies addresses major issues in contemporary and modern societies, by critically analysing the structural elements of social communications. Whether focusing on mass media forms such as broadcasting or the press, or digital technologies such as the internet, questions of economy, meaning, power and representation are central to understanding cultural practices and mediated forms. These cultures of modern life are framed by conceptions of histories and futures, of narratives and identities, interests that characterise key research at Sussex. We also have a vibrant research culture in creative media practice, supported by excellent dedicated technical facilities.



Research Programmes

Research students are based in the School of Social Sciences and Cultural Studies.

Faculty have expertise in the following areas: digital art, documentary, working class cultures, globalisation, new media technologies, media audiences, popular culture, Hollywood cinema, radio, media and the public sphere, lesbian and gay studies, advertising and consumption, identity and cultural space, representation. Students interested in pursuing research in these fields are particularly encouraged to apply.

Recent and current DPhil thesis titles

- *Middle England - An Analysis of the Mediated Cultures of the Home Counties*
- *Lesbian Magazines of the 1950s*
- *Net class, net culture or net generation? Young people's use of the Internet in the European information society*
- *Amicus: an alternative to Hammer as a model of British horror cinema*
- *A comparison of press coverage of contemporary events in CNN and Al Jazeera*

Admission requirements

Students normally have a first degree in Media Studies or a related field.

Funding

For information on AHRB and ESRC funding, please see Awards for graduate studies

Coursework

There are two modes of entry for research students: the first is MSc/DPhil (the 'New Route' required by the ESRC for their studentship support; see Awards for graduate studies) or 'New Route' DPhil (see Postgraduate study at Sussex) offering an integrated four-year programme of taught coursework in research methods and professional skills and supervised doctoral research. The second is direct entry to an MPhil/DPhil. All new research students will be required to participate in the programme of research training courses and to take other courses that may be recommended by the supervisor of their research (exemption from research training courses can be granted to those who have already taken such courses at postgraduate level); students can also qualify for interim awards, such as the Postgraduate Diploma and Certificate in Social Research Methods, for any research training courses taken concurrently with their research. See Postgraduate study at Sussex.

Taught Programmes

Postgraduate Diploma in Media and Cultural Studies

Key facts

Research programme

- MPhil, DPhil: Media Studies
- New Route DPhil: Media Studies
- DPhil in Creative/Cultural Media Studies

Taught programmes

- Postgraduate Diploma in Media and Cultural Studies
- MA Digital Media
- MA Gender and Herstory
- MA Media and Cultural Studies
- MSc Social Research (Media and Cultural Studies)

Further information

website:
www.sussex.ac.uk/med

MA in Media and Cultural Studies

Dr Kate Lacey, Media and Cultural Studies,
University of Sussex, Falmer,
BN1 1RQ
Tel: +44 (0)1323 875222
Email: k.lacey@sussex.ac.uk

MA in Digital Media:

Mary Agnes Krell, Media and Cultural Studies,
University of Sussex, Falmer,
BN1 1RQ
Tel: +44 (0)1323 875222
Email: m.a.krell@sussex.ac.uk

Related areas of study

- Cultural Politics
- English Literature
- Film, TV and Media Studies
- Gender Studies
- History
- Art and Cultural Studies

- 1 year full-time
- 1 years part-time

The MA is designed as an advanced training in media and cultural studies. It provides an intellectual framework for the study of the modern media and culture, as well as an understanding of some of the substantive areas of theory and methods in research. The programme is aimed at graduates with relevant first degrees who wish to advance their interests, and also those who wish to enter the field for the first time.

Admission requirements

Normally we would expect a first degree in a cognate discipline or relevant professional experience. See also the requirements and selection.

Funding

You can apply for a postgraduate AHRB studentship. Contact Joy Blake for further information: telephone (+44) 1323 379111 or email a.j.blake@sussex.ac.uk

PROGRAMME STRUCTURE

The MA is structured either around a two-term core course plus one optional course in each of the first two terms or, for graduates in Media and Cultural Studies, there is the choice of taking an option-only route, comprising two optional courses in the autumn and spring terms. The two-term core course in Media and Cultural Theory and Research offers an opportunity to study thematic, conceptual, methodological and policy-related issues. At its centre is a concern with communication as a process: with the production, consumption and regulation of social and cultural definitions, meanings and values in modern society and in everyday life. In addition, the core course has a significant methodological component. Options may be offered on a bi-annual basis.

The Postgraduate Diploma is a taught-only course that consists of four courses that are completed by Easter (or over two years, one course per term in the part-time mode). It is particularly suitable for those who wish to enhance their professional development but who do not wish to pursue the research element of the MA qualification.

Autumn term: students taking the core course Media and Cultural Theory and Research choose one option, which may include Gender, Media and Nation; Political Economy of the New Communications Media; Promotional Culture; and Sexuality/Sexual Difference. Students taking the option-only route choose two options from this list.

Spring term: students on the core course route continue with Media Theory and Research, and choose another option, which may include Gender, Media and Nation; Media, Technology and Everyday Life; Space and Representation; Media Audiences; Queering Popular Culture; European Media in Transition; Science, Technology, Culture; and Theories of Representation: Memories of the Holocaust. Students taking the option-only route choose two options from this list.

Assessment

As well as two term papers of 2,000 words each for the core course, you write a term paper for each of the options.

MA Digital Media

- 1 year full-time
- 1 years part-time

This MA combines theoretical and practical work to offer a degree studying all aspects of new media. The programme locates and explores the emerging area of digital media within the theoretical contexts of media studies/cultural studies while also offering students hands-on experience in designing and developing new media products using industry-standard equipment and authoring tools.

Admission requirements

Students often have a first degree in Media Studies or a related field but we welcome applications from suitably qualified candidates from most disciplines or with relevant professional experience. See also the requirements listed on Admissions and Selection.

Funding

For further details, contact Joy Blake for further information: telephone (+44) 1323 379111 or email a.j.blake@sussex.ac.uk

- Social and Political
- Sociology

PROGRAMME STRUCTURE

Autumn term: you take two courses: Media and Cultural Theory and Research I and Political Economy of the New Communications Media. You also begin a series of Practical Workshops.

Spring term: you take Theory and Practice of Interactive Media, a course combining practical workshops and theoretical seminars. In addition, you choose one option from a list that may include Media, Technology and Everyday Life; Space and Representation; Science, Technology and Culture; and Media Audiences.

Summer term: you undertake either supervised work on a 10,000 word dissertation, or an industry placement leading to completion of a practical project and accompanying report, or produce an independent practical project and 10,000 word report.

Assessment

Assessment is by term papers and project work, and by a dissertation or multimedia project and report.

MA Gender and Media

1 year full-time
2 years part-time



The MA in Gender and Media focuses on the production and reception of powerful media understandings and representations of masculinity, femininity and sexuality. It explores a growing intellectual area, which opens into some of the key social, cultural and policy issues of the present day. The programme provides perspectives and information for people either already in the media field or wishing to enter it, or in any occupation where gender awareness would be an advantage. Drawing on the strengths of the Media Studies and Gender Studies faculties at the University of Sussex, this MA is virtually the only one of its kind in Great Britain.

Admission requirements

Students normally have a first degree or comparable experience. See also Applications and selection.

Funding

See Awards for graduate studies.

PROGRAMME STRUCTURE

The MA contains two core courses, which introduce conceptual frameworks, particularly from feminist, postmodern and queer theory, and explore key case studies. The optional courses aim to strengthen the grasp of theory and methodology, allow for exploration of key issues that span a range of media forms, or lead to analysis in depth of one kind of media.

Autumn term: You take the core course Gender and Representation and one option chosen from: Masculinities and Contemporary Culture; Media Theory and Research I; Promotional Culture; Media, Technology and Everyday Life.

Spring term: You take the core course The Politics of Gender, plus one of the following optional courses: Gender and New Media Technologies; Queering Popular Culture; Psychoanalysis, Literature and the Cinema II; Media Audiences; Gender, Media, Nation; and Media Theory and Research II.

Summer term and vacation: You undertake work on the MA dissertation under faculty supervision.

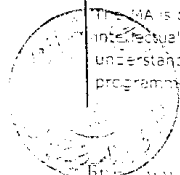
Assessment

All courses are assessed by 2,000 word term papers. You are also required to submit a dissertation of 10,000 words.

MA Media and Cultural Studies

1 year full-time
2 years part-time

The MA is designed as an advanced training in media and cultural studies. It provides an intellectual framework for the study of the modern media and culture, as well as an understanding of some of the substantive areas of theory and methods in research. The programme is aimed at graduates with relevant first degrees who wish to advance their



interests, and also those who wish to enter the field for the first time.

Admission requirements

Normally we would expect a first degree in a cognate discipline or relevant professional experience. See also Applications and selection.

Funding

You can apply for a competitive AHRB studentship. Contact Joy Blake for further information: tel +44 (0)1323 574711 or email j.blake@sussex.ac.uk

PROGRAMME STRUCTURE

The MA is structured either around a two-term core course plus one optional course in each of the first two terms or, for graduates in Media and Cultural Studies, there is the choice of taking an option-only route, comprising two optional courses in the autumn and spring terms. The two-term core course in Media and Cultural Theory and Research offers an opportunity to study theoretical, conceptual, methodological and policy-related issues. At its centre is a concern with communication as a process: with the production, consumption and regulation of social and cultural definitions, meanings and values in modern society and in everyday life. In addition, the core course has a significant methodological component. Options may be offered on a bi-annual basis.

Autumn term: students taking the core course Media and Cultural Theory and Research choose one option, which may include Gender, Media and Nation; Political Economy of the New Communications Media; Promotional Culture; and Sexuality/Sexual Difference. Students taking the option-only route choose two options from this list.

Spring term: students on the core course route continue with Media Theory and Research, and choose another option, which may include Gender, Media and Nation; Media, Technology and Everyday Life; Space and Representation; Media Audiences; Queering Popular Culture; European Media in Transition; Science, Technology, Culture; and Theories of Representation: Memories of the Holocaust. Students taking the option-only route choose two options from this list.

Summer term and vacation: students undertake supervised work on the MA dissertation.

Assessment

As well as two term papers of 2,000 words each for the core course, you write a term paper for each of the options and a 10,000 word final dissertation.

MSc Social Research Methods (Media and Cultural Studies)

1 year full-time

1 years part-time

A Postgraduate Diploma and Certificate are also available.

The aim of this MSc degree is to provide students with competence in a broad range of social scientific methods appropriate for researching media and cultural studies, and to equip students to pursue specialist research for a DPhil degree in the field.

Admission requirements

Applicants are normally expected to have a first degree in Media or Cultural Studies or a related field, but applicants from other backgrounds may be considered. You are also welcome to apply if you hold a Master's qualification that did not include research training.

Funding

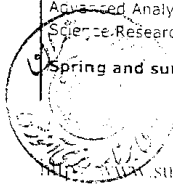
This programme qualifies for ESRC support under their 1+1 system of doctoral support. For further details please see Awards for graduate studies on page 17.

PROGRAMME STRUCTURE

There are three main elements to the MSc programme that run concurrently through the academic year: a Research Elective, involving supervised reading on your individual research area; credited courses in the philosophy and methodology of research; and training in both quantitative and qualitative research skills.

Autumn term: you take Research Elective (comprising supervised reading and Seminar in Advanced Analysis in Cultural and Media Studies) and Philosophy of Science and Social Science Research Practice.

Spring and summer terms: in the spring term you take Research Design in Social



Sciences. The Research Elective continues across both terms, culminating in the writing of a dissertation. In addition, you select six courses from the programme of courses in Data Collection and Analysis (these courses are offered primarily between weeks 2 and 4 of the spring term and weeks 1 and 2 of the summer term).

Assessment

Taught course units are variously assessed by term papers of 1,000-2,000 words, equivalent coursework portfolios or practical exercises. The Research Elective is assessed by a dissertation of 10,000 words.

Faculty Profiles

Clicking on the following links will open up the faculty member's profile, providing their research interests, publications and contact details.

Jenny Alexander	Melanie Friend	Andy Medhurst
Caroline Bassett	Patrick Fuery	Sally Munt
Michael Bull	PETRA Gemeinboeck	Elizabeth Thynne
Wilma de Jong	Mary Krell	Claudia Vieira
Barbara Einhorn	Kate Lacey	Janice Winship

[Text-Only](#) [Feedback](#) [Disclaimer](#)

Page Maintained by: The University Web Team (email: webteam@sussex.ac.uk)





UiO - web pages

Search

About The University Student Life Research University Library

ACADEMICS

You are here: [UiO](#) > [Academics](#) > [Media subjects](#) > [Medievitenskap \(1-year Master's Degree\)](#) >



Media Studies (discipline)

The Master programme in Media Studies is a specialized, interdisciplinary, post-graduate degree offered by the Department of Media and Communication.

Discipline:

Media Studies(discipline)

- [How to apply?](#)
- [Objective](#)
- [Structure and accomplishment](#)
- [Study periods abroad](#)
- [After completion / career opportunities](#)
- [Contact information](#)

The programme has a main focus on media, democracy and development from an international comparative perspective. However, courses are also offered within a broader field such as popular culture, cultural studies, TV-theory, film studies and digital media. Studying the media calls for interdisciplinary perspectives from both the social sciences and the humanities.

The programme provides an understanding of different appropriate qualitative and quantitative research methodologies deriving from both the humanities and the social sciences; theories of media, their distinctive aesthetic character, social functions and meaning in a global world; theories of development and social change in relation to culture, social identity and democracy.

For more information, contact international@admin.uio.no
Document created: 15 Mar 2007, verified: 10 Dec 2007

[Administrate this document](#)

Get in touch with the University of Oslo





جمهوری اسلامی ایران
وزارت فرهنگ و آموزش عالی

بسم الله

تاریخ ۱۳۷۲/۱۱/۲۳

شماره ۷۲/۲۶۴۹

پیوست



حداقل و حداکثر واحدهای درسی در مقاطع مختلف آموزش عالی
(مصوبات جلسات ۲۹۱ و ۲۹۲ مورخ ۱۳۷۲/۱۰/۲۵ و ۱۳۷۲/۱۱/۹)

شورای عالی برنامه ریزی

شورای عالی برنامه ریزی به پیشنهاد گروههای برنامه ریزی و براساس بازنگری روی برنامههای آموزشی، حذف دروس ناموفق و واحدهای غیر ضروری و ادغام شاخهها و بعضی از رشتههای تحصیلی، حداقل و حداکثر واحدهای درسی مقاطع مختلف آموزش عالی را به شرح زیر تصویب کرد این مصوبات از تاریخ تصویب قابل اجرا است و به موجب آن مصوبات قبلی لغو میگردند.

۱- دورههای کارشناسی حداقل ۶۷ و حداکثر ۷۲ واحد
۲- دورههای کارشناسی حداقل ۱۳۰ واحد و حداکثر ۱۳۵ واحد (برای رشتههای مختلف فنی و مهندسی حداکثر ۱۴۰ واحد)

۳- دورههای کارشناسی ناپیوسته حداقل ۶۵ و حداکثر ۷۰ واحد

۴- دورههای کارشناسی ارشد ناپیوسته حداقل ۲۸ و حداکثر ۳۲ واحد (که از این تعداد ۴ تا ۱۰ واحد اختصاص به پایان نامه دارد).

۵- دورههای کارشناسی ارشد پیوسته حداقل ۱۷۲ و حداکثر ۱۸۲ واحد

۶- دورههای دکتری Ph. D. حداقل ۴۲ و حداکثر ۵۰ واحد (که از این تعداد ۱۶ تا ۲۰ واحد میتواند اختصاص به رساله داشته باشد).

در این صورت:

الف: گروههای برنامه ریزی موظف اند کلیه برنامههای مصوب رشتههای مربوط به خود را بررسی کرده و با حذف واحدهای غیر ضروری، سقف واحدها را در مقاطع مختلف تحصیلی به سطح تعیین شده فوق کاهش دهند.

ب: این تقابیل واحدها و برنامههای جدید برای دانشجویان ورودی سالهای تحصیلی ۱۳۷۲-۷۳ و بعد از آن قابل اجرا است.

ج: دانشجویان ورودی قبل از ۱۳۷۲ نیز میتوانند وضعیت تحصیلی خود را با برنامه جدید تطبیق دهند، در این صورت تطبیق واحدها و دروس با برنامههای جدید حسب مورد برعهده شورای آموزشی گروه یا کمیته تحمیلات تکمیلی مؤسسه ذیربط است.

رای صادره جلسات ۲۹۱ و ۲۹۲ شورای عالی برنامه ریزی در خصوص تقلیل واحدهای درسی در مقاطع مختلف تحصیلی صحیح است به براین اجرا گذارده شود.

دکتر سید محمد فرضا شمس کلیایگانی

وزیر فرهنگ و آموزش عالی

(امضاء)

رونوشت: معاونت محترم آموزشی وزارت فرهنگ و آموزش عالی
معاونت محترم وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی
و رئیس محترم دانشگاه آزاد اسلامی
خواهشمند است به واحدهای مجری ابلاغ فرمائید.

سیده حکمتاظم ناشینی

مدیر شورای عالی برنامه ریزی

۲۱۹



جمهوری اسلامی ایران
وزارت فرهنگ و آموزش عالی

بسم الله

تاریخ ۱۳۷۲/۱۱/۲۵

شماره ۱۱۲/۲۶۶۲



دستورالعمل اجرایی موضوع کاهش سقف واحدهای درسی
دوره‌های کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد
مصوب جلسه ۲۹۲ شورای عالی برنامه ریزی مورخ ۱۳۷۲/۱۱/۲۲

- ۱- گروه‌های برنامه ریزی موظفند حداکثر ظرف مدت ۶ ماه برنامه‌های مصوب مربوط به خود را بازنگری کرده و سقف واحدها را تا حد مجاز کاهش دهند.
- ۲- برنامه‌های اصلاح شده از تاریخ ابلاغ، برای دانشجویانی که از این تاریخ به بعد وارد دانشگاه می‌شوند لازم الاجرا است.
- ۳- دانشجویان شاغل به تحصیل می‌توانند بر اساس سقف تعیین شده در برنامه جدید، به تشخیص گروه آموزشی مؤسسه ذی ربط و با رعایت شرایط زیر فارغ التحصیل شوند:
 - ۲-۱: واحدهای درسی الزامی دوره را اعم از عمومی، پایه، اصلی و تخصصی تا سقف مجاز در برنامه جدید، گذرانده باشند.
 - ۲-۲: برای رشته‌هایی که هنوز برنامه جدید آنها ابلاغ نشده است، سقف واحدها در دوره کارشناسی برای رشته‌های فنی و مهندسی ۱۴۰ واحد و برای سایر رشته‌ها ۱۲۵ واحد و برای دوره کارشناسی ارشد ۲۲ واحد است.
 - ۲-۳: آن دسته از دانشجویانی که در مشمول بند ۲-۱ قرار نمی‌گیرند یعنی تعداد واحدهای گذرانده شده آنها کمتر از حد مجاز است، می‌توانند از نیمسال تحصیلی بعد کمبود واحدهای درسی خود را تا سقف تعیین شده برابر برنامه جدید بگذرانند، در این صورت:
 - الف: کلیه واحدهای گذرانده شده قبلی دانشجویان، حتی اگر در برنامه جدید حذف شده باشد، پذیرفته می‌شود.
 - ب: در سہائتی که در برنامه جدید با تعداد واحد کمتر یا بیشتر عرضه شده‌اند و دانشجویان در سہارا قبلاً گذرانده است، بر اساس همان تعداد واحد گذرانده شده از وی پذیرفته می‌شود و نیازی به گذراندن واحدهای اضافی برای آن دروس را ندارد.
 - ج: گذراندن در سہائتی از برنامه قدیم که در برنامه جدید حذف شده است، برای دانشجویانی که آن دروس را نگذرانده‌اند الزامی نیست.
 - د: برای فراغت از تحصیل در دوره‌های کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ناپیوسته و کارشناسی ارشد پیوسته گذراندن کلیه دروس عمومی (مصوب جلسه ۲۸۲ مورخ ۱۳۷۲/۶/۲۰ شورای عالی برنامه ریزی) الزامی است.

مصوب جلسه ۲۹۲ شورای عالی برنامه ریزی، مورخ ۱۳۷۲/۱۱/۲۲ در مورد دستورالعمل اجرایی کاهش سقف واحدهای درسی دوره‌های کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد صحیح است جهت اجرا ابلاغ شود.

دکتر سید محمد رضا چاشمی گلپایگانی

وزیر فرهنگ و آموزش عالی

رونوشت: معاونت محترم وزارت فرهنگ و آموزش عالی و

معاونت محترم آموزشی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و

رئیس محترم دانشگاه آزاد اسلامی

خواهشمند است دستور فرمائید به واحدهای مجری ابلاغ نماید.

سید محمد کاظم ناشینی

رئیس هیأت مدیره شورای عالی برنامه ریزی