

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета журналистики,
профессор Варганова Е.Л.



12 сентября 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА КАЧЕСТВЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Направление подготовки «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело»

АСПИРАНТУРА

Направленность/профиль «Журналистика»

42.06.01

Квалификация выпускника

Исследователь. Преподаватель-исследователь

Москва – 2019

МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА КАЧЕСТВЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Авторы:

Полуэхтова И.А., доктор социологических наук, профессор, кафедра теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ

Аннотация

Дисциплина «Методология и практика качественных исследований массовых коммуникаций» направлена на формирование у аспирантов системы знаний об актуальных практиках научных исследований массовой коммуникации в рамках качественной методологии, а также способности к эффективному применению качественных методов исследования в самостоятельной научно-исследовательской деятельности. Наряду с освоением теоретических основ и эмпирических методов исследований, содержание курса включает знакомство с реальными исследовательскими кейсами и отработку практических навыков в области качественных исследований.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Методология и практика качественных исследований массовых коммуникаций» является формирование у аспирантов профессиональных знаний о качественных методах исследований массовых коммуникаций (в том числе СМИ), возможностях их применения в научно-исследовательской работе и в профессиональной деятельности медиаспециалиста.

Основные задачи: формирование целостного представления о методологии качественных исследований и возможностях ее применения для изучения массовой коммуникации; овладение необходимой системой знаний об актуальных практиках научных и прикладных исследований массовой коммуникации в рамках качественной методологии; освоение эмпирических методов и технологий качественных исследований в сфере СМИ; отработка практических навыков применения качественных исследований в научно-исследовательской работе (НИР) аспирантов, а также в практической профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Методология и практика качественных исследований массовых коммуникаций» входит в перечень дисциплин вариативной части Образовательной программы аспирантуры по данному направлению.

Данная дисциплина базируется на знаниях, полученных в ходе освоения программы специалитета, бакалавриата и магистратуры по специальности и направлению «Журналистика». Эффективное освоение дисциплины невозможно без понимания механизмов и закономерностей функционирования массовой коммуникации в обществе и методов ее изучения, методик и технологий социологических исследований СМИ. Курс развивает и дополняет знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения таких дисциплин, как «Социология» и «Социология СМИ» (бакалавриат), «Теория массовых коммуникаций», «Теория и практика медиаисследований» (магистратура). Дисциплина соотносится с курсами «Подходы и методы в исследованиях СМИ», «Программирование эмпирического исследования», «Массовая коммуникация в постклассической социологии» (аспирантура).

Изучение данной дисциплины необходимо для эффективной научно-исследовательской работы аспиранта (НИР) и подготовки им выпускной квалификационной работы (ВКР) научно-исследовательского характера.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих *универсальных и общепрофессиональных* компетенций, предусмотренных Образовательным стандартом аспирантуры МГУ:

- способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, методологии исследований СМИ (УК-1);

- владение необходимой системой знаний об актуальных практиках и научных исследованиях по данному направлению (ОПК-3);

- способность к эффективному применению современной методологии и методов исследования в самостоятельной научно-исследовательской деятельности, соответствующей профилю подготовки (ОПК-4).

В результате освоения данной дисциплины аспирант должен обладать следующими *профессиональными* компетенциями:

Знать: теоретико-методологические основы качественных исследований массовой коммуникации, иметь представление о методиках и принципах организации качественных исследований; понимать ограничения и возможности применения качественных методов в исследованиях массовой коммуникации (в том числе СМИ).

Уметь: формулировать цели и задачи качественного исследования, выбирать и обосновывать качественные методики, оптимальные для реализации целей и задач исследования; анализировать и интерпретировать результаты качественного исследования; формулировать выводы и представлять результаты исследования.

Владеть: навыками применения результатов качественного исследования в научно-исследовательской работе (НИР), в том числе в рамках подготовки выпускной квалификационной работы (ВКР).

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з. е. (108 часов).

4.1. Структура дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Формы текущего контроля
1	Методология качественных исследований массовой коммуникации	Реферат Устные доклады на семинарах Письменные контрольные работы
2	Глубинные интервью в качественных исследованиях массовой коммуникации	
3	Методика и технология фокус-групп	
4	Прикладные качественные исследования в медиаиндустрии	
5	Исследования восприятия в коммуникативных исследованиях	
6	Этнографические методы в исследованиях массовой коммуникации	
7	Семиотический анализ текстов массовой коммуникации	

8	Качественные онлайн-исследования: за и против	
9	Презентация программы и методики качественного исследования, выполненного аспирантом	Представление и защита программы исследования
		Зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Методология качественных исследований массовой коммуникации	<p>Количественная и качественная парадигмы в социальных науках. Западная традиция качественного подхода в исследованиях массовой коммуникации. Бирмингемская школа «культурных исследований». Текстуальный анализ. Исследования восприятия.</p> <p>Методы исследований массовой коммуникации: качественные vs количественные. Возможности и ограничения.</p> <p>Case Study как разновидность качественного исследования. Прогнозные исследования и форсайты в сфере масс медиа. Методики форсайтов.</p> <p><u>Семинар</u>: обсуждение тем выпускных квалификационных работ на предмет возможностей проведения качественного исследования.</p>
2	Глубинные интервью в качественных исследованиях массовой коммуникации	<p>Глубинные интервью как метод сбора информации качественного характера. Возможности и ограничения метода.</p> <p>Типы интервью: индивидуальные, диады, триады.</p> <p>Методика и технология подготовки и проведения интервью. Подготовка программы и инструментария (топик-гайда). Отбор и рекрутирование респондентов. Техники и приемы проведения интервью. Подготовка отчета и презентация результатов.</p> <p>Глубинные интервью в исследованиях массовой коммуникации. Аудиторные и экспертные интервью: общее и особенное.</p>
3	Методика и технология фокус-групп	<p>Методика фокус-группового исследования. Подготовка программы исследования. Постановка целей и задач, определение целевой аудитории. Подготовка инструментария (топик-гайд, план дискуссии). Организация и проведение исследования. Рекрутмент респондентов. Модерирование. Исследовательские методики и техники, применяемые в ходе фокус-групп.</p> <p>Основные направления использования метода фокус-групп в исследованиях массовой коммуникации. Фокус-группы как метод исследования оценки и восприятия медиатекста аудиторией. Фокус-группы как инструмент исследования мотивации и ожиданий аудитории.</p> <p><u>Анализ кейсов:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Исследование АЦ Vi «Имиджи телеканалов» (2010) 2) Исследование АЦ Vi «Практики нелинейного телепотребления» (2014)
4	Прикладные качественные исследования в	Роль и значение прикладных/маркетинговых исследований в медиаиндустрии. Место качественных исследований в

	медиаиндустрии	<p>прикладных медиаисследованиях.</p> <p>Типы задач, решаемых качественными методами в прикладных медиаисследованиях.</p> <p>Практика прикладных качественных исследований на телевидении. Фокус-группы как технология тестирования телевизионных форматов. Демонстрация видео: фрагменты сериала «Эпизоды» (роль фокус-групп в производстве телеформатов).</p> <p>Цели и задачи фокус-групп на телевидении (ТВ). Виды прикладных задач, решаемые с помощью фокус-групп. Возможности и ограничения метода. Технология организации и проведения.</p> <p><u>Анализ кейсов:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Фокус-группы «Утро на ТВ» (телеканал «Россия») 2) Исследование АЦ Vi «Проблемы развлекательного эфира телеканала Россия» (2016)
5	Исследования восприятия в коммуникативных исследованиях	<p>Методологическая основа традиции исследований восприятия в западной науке. Концепция кодирования/декодирования С.Холла. Исследование Д.Морли «Nationwide».</p> <p>Отечественная традиция исследования восприятие и оценки содержания современного «телепотока».</p> <p><u>Анализ кейса:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Проект «Обыденные телекритики» (2007).
6	Этнографические методы в исследованиях массовой коммуникации	<p>Этнография как метод качественных исследований (включенное наблюдение). Теоретические истоки традиции этнографических исследований. Проект «Семейное телевидение» Д.Морли.</p> <p>Процесс доместикации медиатехнологий и услуг. Концепция де-доместикации Д.Морли.</p> <p>Отечественная традиция качественных исследований массовой коммуникации. Исследования О.Сергеевой «Домашний телевизор» (2006) и «Повседневность новых медиа» (2010).</p> <p><u>Анализ кейсов:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Проект «Longitudinal Ethnography»/ Council for Research Excellence (CRE), 2013-2014; 2) Исследование IPSOS и Сбербанка «Мобильная этнография – окно в повседневность» (2017)
7	Семиотический анализ текстов массовой коммуникации	<p>Теоретические основы семиотического анализа текстов (Ф.де Соссюр, концепции Р.Барта, понятие симулякра Ж. Бодрияра).</p> <p>Массовая культура как текст. Текстуальный анализ С.Холла. Концепция кодирования/декодирования.</p> <p>Телевидение и реальность. Конструирование реальности на ТВ. Телевизионные образы повседневной жизни россиян. Репрезентации социальных групп, нормы и ценности, транслируемые телевидением.</p> <p>Новые российские сериалы как «энциклопедия жизни» российского общества 90-х. Телереклама как пространство виртуального шопинга. Проблема «обычного человека» в телевизионных ток-шоу. Конструирование женщины в программах Life Style. Российские реалити-шоу: все как в жизни?</p>
8	Качественные онлайн-исследования	<p>Качественные онлайн-исследования: преимущества и ограничения. Проблема валидности качественных онлайн исследований.</p> <p>Методики качественных онлайн исследований. Онлайн фокус-</p>

		<p>группы в формате чата. Онлайн фокус-группы в формате форума. Онлайн-дневники и блоги (потребительская этнография). Индивидуальные онлайн-интервью (экспертные опросы, глубинные интервью).</p> <p>Технология организации и проведения качественных онлайн исследований. Типичные ситуации применения качественных онлайн исследований для изучения масс коммуникативных явлений и процессов.</p> <p><u>Анализ кейсов:</u></p> <p>Онлайн-форум, онлайн-дневники и онлайн-чат по проекту АЦ Vi «Телеконтент в интернете: востребованность зрителями и влияние на линейный просмотр» (2016)</p>
9	Презентация программы и методики качественного исследования, выполненного аспирантом	<p>Презентация программы качественного исследования аспиранта (факультативно). Обоснование выбора качественной методологии, целей и задач исследования, целевой выборки, методики исследования. Представление инструментария исследования и структуры отчета.</p> <p>Вопросы и обсуждение в группе.</p>

5. Рекомендуемые образовательные технологии

Основной способ представления материала дисциплины – лекционный. В рамках лекций важное место занимает визуальная демонстрация преподавателем актуального фактического материала (таблиц, рисунков, схем, графиков, диаграмм и пр.). Она осуществляется с помощью подготовленных преподавателем презентаций в формате PowerPoint, которые демонстрируются на экране с помощью компьютера и проекционного оборудования.

Существенное время отводится также семинарским и практическим занятиям (практикумам), в рамках которых обсуждаются ключевые вопросы каждой темы, заслушиваются и обсуждаются доклады, анализируются реальные исследовательские кейсы.

Значительный объем часов отводится на самостоятельную работу. Основными видами самостоятельной работы являются: изучение литературы по теме (монографии, статьи, периодические издания, интернет-ресурсы и т.п.), написание реферата, подготовка устных докладов и практических заданий (разработка программы и методики качественного исследования).

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Самостоятельная работа аспиранта обеспечивается подготовленным преподавателем списком литературы с указанием адреса электронного доступа к большинству монографий и статей из списка дополнительной литературы, а также доступностью электронных версий презентаций (.ppt) к лекционным материалам и кейсам, которые преподаватель выкладывает на согласованный со аспирантами общедоступный интернет-ресурс.

Организационные формы текущего контроля: оценка устных выступлений и докладов аспирантов на семинарах, письменных рефератов; письменные контрольные работы по отдельным темам. Факультативно аспирантам предлагается выполнить практическую работу, которая состоит в подготовке программы качественного исследования по теме выпускной квалификационной работы (ВКР) аспиранта или другой теме, соотношенной с аспирантской программой обучения. Это задание включает в себя: обоснование темы качественного исследования, формулировку целей и задач, определение целевой выборки, обоснование релевантной методики исследования, подготовку инструментария. Выбор темы происходит в течение семестра, обсуждается и согласовывается с преподавателем. На заключительных занятиях аспиранты, выполнявшие практическое задание, представляют и защищают программу качественного исследования по выбранной теме. Успешная защита и полученная оценка учитывается в итоговой аттестации по курсу; также аспиранты, успешно выполнившие практическое задание, освобождаются от ответа на один из двух вопросов итоговой аттестации (выбор второго вопроса при этом остается за аспирантом). Оценки всех форм текущего контроля суммируются и учитываются в итоговой аттестации по курсу.

Примерные темы рефератов:

1. Западная традиция качественного подхода в исследованиях массовой коммуникации.
2. Глубинное интервью как методика качественного исследования массовой коммуникации.
3. Метод наблюдения и возможности его применения в исследованиях массовой коммуникации.
4. Этнографические исследования качественных исследований массовой коммуникации.
5. Исследовательские методики и техники, применяемые в ходе фокус-групп.
6. Прикладные качественные исследования в медиаиндустрии.
7. Традиция «культурных исследований» (cultural study) массовой коммуникации.
8. «Исследования восприятия» как направление исследований массовой коммуникации.
9. Концепция кодирования-декодирования С.Холла.
10. Доместикация медиатехнологий: теоретические подходы западных исследователей
11. Исследования медиа в контексте повседневности: отечественная традиция.
12. Семиотический анализ массовой коммуникации.
13. Особенности качественных онлайн исследований

Примерные вопросы для письменных контрольных работ:

1. Онтологические и эпистемологические различия количественной и качественной парадигмы в социальных науках
2. Методологические и методические различия количественных и качественных исследований
3. Разграничение и смешение количественных и качественных методов: аргументы «за» и «против»
4. Основные подходы к смешиванию количественной и качественной методологии
5. Планирование качественного исследования и его основные этапы
6. Различия количественных и качественных выборок
7. Выборка в качественном исследовании: основные стратегии формирования
8. Проблемы и критерии объективности качественных исследований
9. Валидность и надежность качественного исследования
10. Критерий достоверности в качественных исследованиях
11. Наблюдение как метод качественного исследования
12. Фокус-группы на телевидении: что они могут и зачем используются
13. Подготовка, организация и проведение фокус-группового исследования
14. Инструментарий для фокус-группового исследования и глубинного интервью
15. Задачи и компетенции модератора фокус-групп
16. Отбор и рекрутирование респондентов для фокус-групп и глубинных интервью
17. Методики и техники сбора информации на фокус-группах
18. Достоинства и недостатки фокус-групп
19. Фокус-группы vs глубинные интервью: преимущества и ограничения
20. Разновидности качественного интервью
21. Кейс-стади как методика исследования
22. Разновидности качественных онлайн-исследований
23. Классификация качественных онлайн-методов
24. Формы организации фокусированных групповых онлайн-дискуссий
25. Преимущества и недостатки качественных онлайн-методов
26. Основные источники рекрутирования респондентов для онлайн-дискуссии
27. Основные проблемы и трудности исследователя при написании отчета
28. Отчет о качественном исследовании: типы отчетов, логика и структура, содержание разделов, стиль изложения

Примерные темы для исследовательской работы аспирантов и подготовки программы качественного исследования

1. Исследование восприятия и оценки телепередачи/телесериала N.... (по выбору аспиранта)

2. Новые практики медиапотребления в цифровой среде
3. Доместикация инновационных медиатехнологий (сервисы онлайн-видео, мобильные гаджеты и т.п. – по выбору аспирантов).
4. Чтение (аудитория) прессы офлайн и онлайн (возможна конкретизация издания)
5. Востребованность жанра ток-шоу (новостей, life-style программ/изданий и т.п.) – любого типа медиаконтента – по выбору аспиранта
6. Телевизионные образы повседневной жизни россиян: анализ содержания телепрограмм (возможна конкретизация – жанров телепрограмм, телеканалов, исторических периодов и т.п.)
7. Репрезентации социальных групп (норм, ценностей ...) в российских СМИ (возможна конкретизация СМИ)
8. «Конструирование» образа женщины в программах Live Style и особенности их восприятия целевой аудиторий.
9. Социальные и культурные ценности в рекламе.

Аспиранты также могут предложить другие темы для самостоятельного качественного исследования, связанные с тематикой их научно-исследовательской работы (НИР) и/или темой выпускной квалификационной работы (ВКР).

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

Белановский С.А. Глубокое интервью. М., 2001.

Белановский С.А. Метод фокус-групп. М., 2001.

Мельникова О. Т. Фокус-группы. Методы, методология, модерирование. М., 2007.

Леонтович О. Методы коммуникативных исследований. М., 2011.

Полуэхтова И.А. (ред). Телевидение глазами телезрителей / Аналитический центр «Видео Интернешнл»; М., 2012. URL: <http://nammi.ru/ru/node/1113>

Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А. Качественные методы. Полевые социологические исследования. М., 2009.

б) Дополнительная литература:

Богословская К. Двойной капкан: "ловушка" зрительского восприятия // Искусство кино. 2013. № 4. С. 70-77. URL: <http://kinoart.ru/archive/2013/04/>

Дридзе Т.М. Организация и методы лингвосоциологического исследования массовой коммуникации. М., 1979.

Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы социопсихологии. М., 1984.

Дубицкая В.П. Телесериалы на экране и в постсоветской мифологии // Социологические исследования (СОЦИС). 1996. № 9.

Зверева В.В. «Настоящая жизнь» в телевизоре: Исследования современной медиакультуры. М., 2012.

Зверева В.В. Телевизионная реклама: пространство виртуального шоппинга // Искусство кино. 2004. № 7. URL: <http://kinoart.ru/archive>.

Зверева В.В. История на ТВ: конструирование прошлого // Отечественные записки. 2004. № 5. URL: <http://kinoart.ru/archive>.

Зверева В.В. Телевизионный спорт // Логос. 2006. № 3. URL: <http://kinoart.ru/archive>

Колозариди П.В. Интернет-исследования как направление социальных наук:

теоретико-методологический анализ. Автореферат дисс....канд.соц. наук. 20016. URL: https://www.hse.ru/data/18/08/2016/1306499731/Online_Research_in_Russia_3_complete.pdf

Колозариди П.В. Проблема способа проведения качественных интервью: скайп, онлайн, лицом к лицу // Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы / Под ред. Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. М., 2016. С.417-432. [Электронный ресурс]. URL: https://www.hse.ru/data/2013/01/23/1306499731/Online_Research_in_Russia_3_complete.pdf

Коломиец В.П. Медиасоциология: теория и практика / Аналитический центр Vi. М., 2014. URL: http://nammi.ru/bitrix/image_uploader/images/МЕДИАСОЦИОЛОГИЯ.pdf

Куренной В. Исследовательская и политическая программа культурных исследований // ЛОГОС. №1 [85] 2012. С.14-79.

Луков М.В. Телевидение: конструирование культуры повседневности. М., 2006.

Мертон Р., Фиске М., Кендалл П. Фокусированное интервью. М., 1991.

Новикова А.А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М., 2013.

Полуэхтова И.А. Социокультурная динамика российской аудитории телевидения. М., 2010. URL: <http://nammi.ru/ru/node/1113>

Полуэхтова И. Телевидение в общественном мнении и повседневной жизни россиян // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/televidenie-v-obschestvennom-mnenii-i-povsednevnoy-zhizni-rossiyan>.

Полуэхтова И.А. Доместикация инновационных телевизионных технологий // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы: материалы научно-практической конференции. М., 2013.

Полуэхтова И.А. Практики телепотребления жителей Москвы и регионов России: сравнительный анализ // Теория и практика медиарекламных исследований. Вып. 2 / под ред. В.П. Коломийца, С.В. Веселова. М., 2012. URL: <http://nammi.ru/ru/node/1113>

Российское телевидение: между спросом и предложением / под ред. А.Г. Качкаевой, И.В. Кирия. М., 2007.

Рождественская Е.Ю. Надежность качественных методов и качество данных // Социологические методы в современной исследовательской практике: Сборник статей, посвященный памяти А.О. Крыштановского. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011. С. 16 -28. [Электронный ресурс]. URL: <https://publications.hse.ru/books/67398082>

Рождественская Е.Ю. Качественные онлайн-методы // Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы / Под ред. Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. М., ООО «Онлайн маркет интеллидженс», 2016. С. 391- 416. URL: https://www.hse.ru/data/2013/01/23/1306499731/Online_Research_in_Russia_3_complete.pdf

Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию: Учеб. пособие для студентов вузов / Институт социологии РАН: - М.: Добросвет, 1998.

Сергеева О. В. Домашний телевизор: экранная культура в пространстве повседневности. СПб., 2009.

Сергеева О. В. Повседневность новых медиа / под ред. В.В. Козловского. Волгоград : ВолГУ. 2010

Сергеева О. В. «Матринка», «клава», «винт»...: этнографическое исследование повседневных компьютерных практик / О. В. Сергеева // Журнал социологии и социальной антропологии. 2010. № 2. С. 126 -137.

Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е. Методы анализа текста и дискурса / Пер. с нем. – Х.: Изд-во Гуманитарный центр, 2017.

Hall S. Encoding / Decoding // Hall S., Hobson D., Lowe A., Willis P. (eds). Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979. – London: Hutchinson, 1980.

Hall S. Cultural Studies: Two Paradigms // Media, Culture and Society. 1980. N 2. P. 57-72.

Hall S., Clarke J., Critcher C., Jefferson T., Roberts B. Policing the Crisis. L., 1978.

Hall S., Jefferson T. (eds.). Resistance Through Rituals. L., 1976.

Morley D. Family Television. L., 1986.

Morley D. The «Nationwide» Audience. L., 1980.

в) Программное обеспечение и интернет-ресурсы:

Windows 7, MS Office, Internet Explorer

ИА Интегрум (www.integrum.ru)

Министерство связи и массовых коммуникаций (www.minsvyaz.ru)

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (www.fapmc.ru)

Национальная ассоциация масс медиа исследователей /НАММИ (nammi.ru/ru/node/1113)

Гильдия издателей периодической печати (www.gipp.ru)

Национальная ассоциация телерадиовещателей (www.nat.ru)

Ассоциация кабельного телевидения России (www.aktr.ru)

TNS Россия (www.tns-global.ru)

Исследовательская компания Фонд «Общественное мнение» (www.fom.ru)

Сайт журнала «Искусство кино» (<http://kinoart.ru>)

Сайт журнала «Социологические исследования» (<http://www.isras.ru/socis.html>)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория, оснащенная проекционным оборудованием (проектор, экран или интерактивная доска) и компьютером (ноутбуком) с возможностью выхода в интернет.

Разработчик

Факультет журналистики
МГУ

профессор

И. А. Полуэхтова

Эксперты (представители работодателей):

_____	_____	_____
(место работы)	(занимаемая должность)	(инициалы, фамилия)
_____	_____	_____
(место работы)	(занимаемая должность)	(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании _____
(Наименование уполномоченного органа вуза (УМК, НМС, Ученый совет))