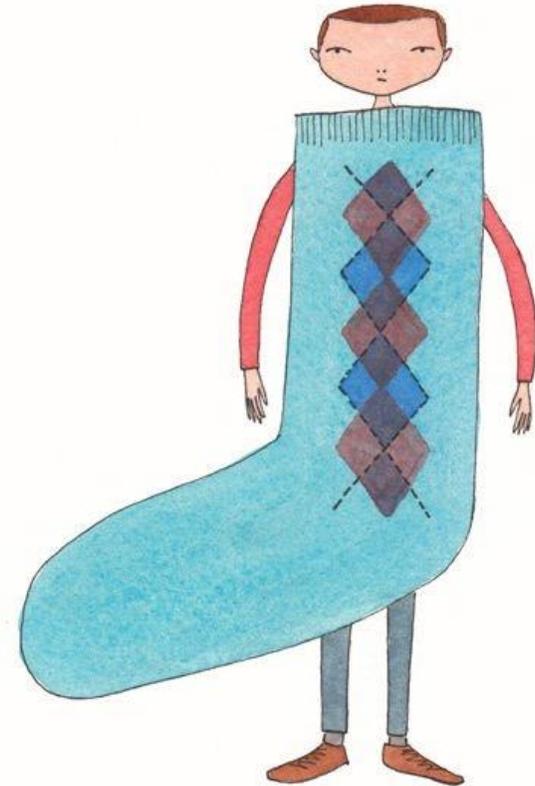


# Академические источники и базы данных

Москва 2020

# Повторение!

- Чем научное знание отличается от обыденного? (приведите примеры)
  - Вспомните этапы развития науки.
  - Дайте определения терминам: закон, теория, эмпирика, концепт, методы.
  - Каковы особенности коммуникативистики как науки?
- 
- Разница исследовательской этики с точки зрения кабинетного исследования.
  - Назовите пути борьбы с плагиатом.



There is a reason that this man is dressed as an argyle sock, but I can't remember what it is.

marc johns

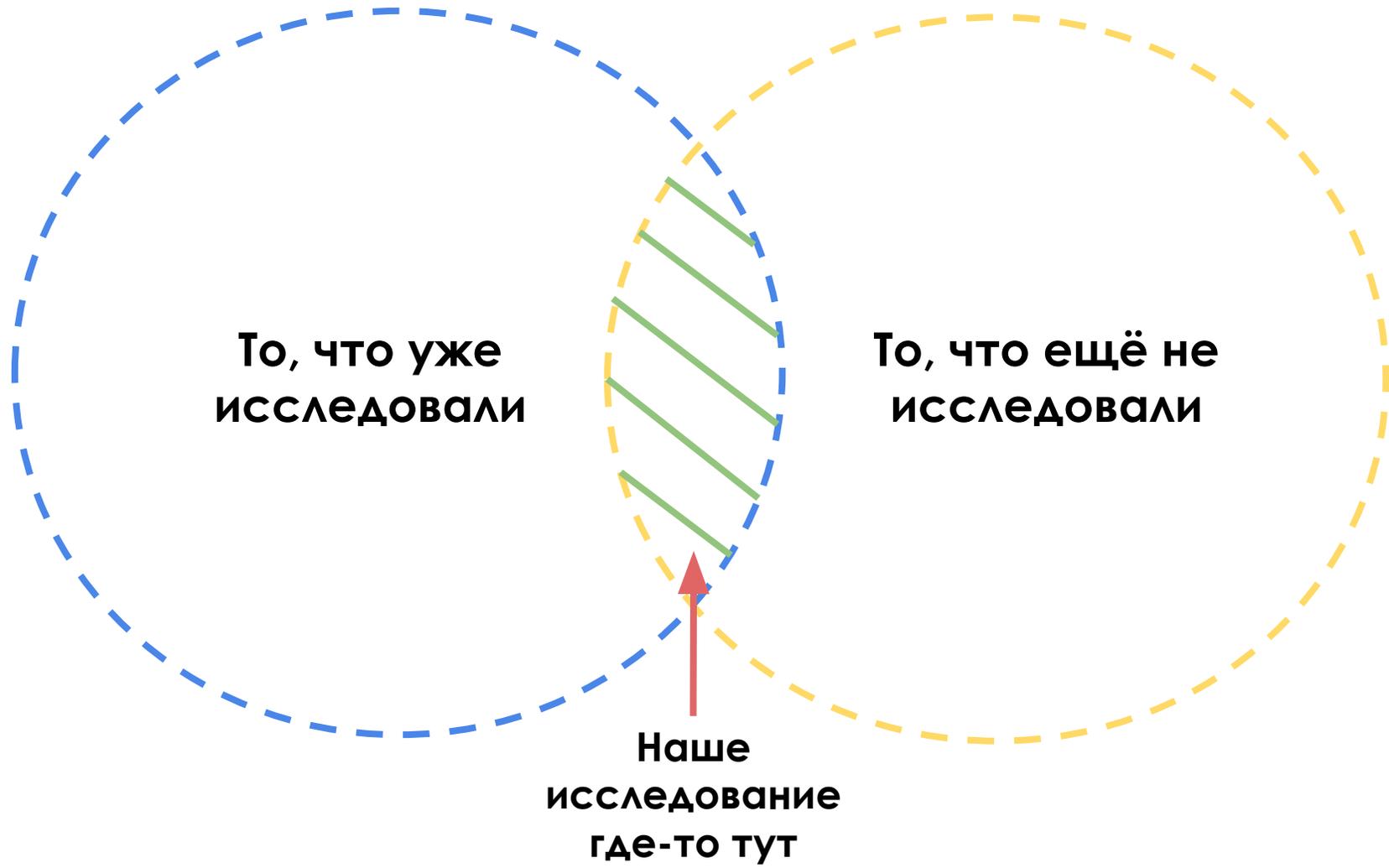
# Структура презентации

---

- Цель поиска и анализа академических источников и вторичных данных. [Зачем мы ищем?](#)
- Виды академических текстов. [Что мы ищем?](#)
- Базы данных академических текстов и вторичных данных. [Где мы ищем?](#)
- Использование логических операторов при поиске: Advanced search. [Как мы ищем?](#)



**Зачем искать академическую  
литературы и вторичные  
данные?**



# Чтобы написать курсовую, диплом и подготовить исследование нужно

---

- Выбрать тему, которая интересна
- Найти научника, в сферы научных интересов которого входит выбранная тема (в идеале)
- Поиск литературы на эту тему/Наброски введения
- Систематизация литературы
- Чтение литературы/Писать заметки (и не забывать ставить ссылки)
- Пока читаем, формулируем проблему, исследовательский вопрос, объект/предмет, цель, теоретические задачи, гипотезу/ы
- Разработка инструментарий для сбора эмпирических данных
- Пилотаж
- Сбор эмпирических данных
- Анализ эмпирических данных
- Написание текста
- Создание презентация

**Зачем**

Что

Где

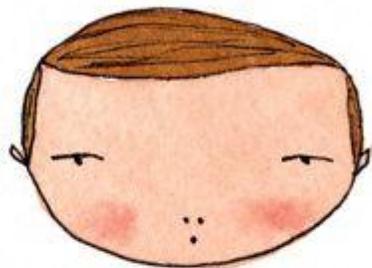
Как

# Поиск источников

---

## Цель

Определить ключевых авторов и ключевые теории



## Задачи

- Определить области знаний, которые занимают нашу тему
- Определить ключевые слова
  - Составление запроса для поисковиков
  - Создать базу данных

Зачем

Что

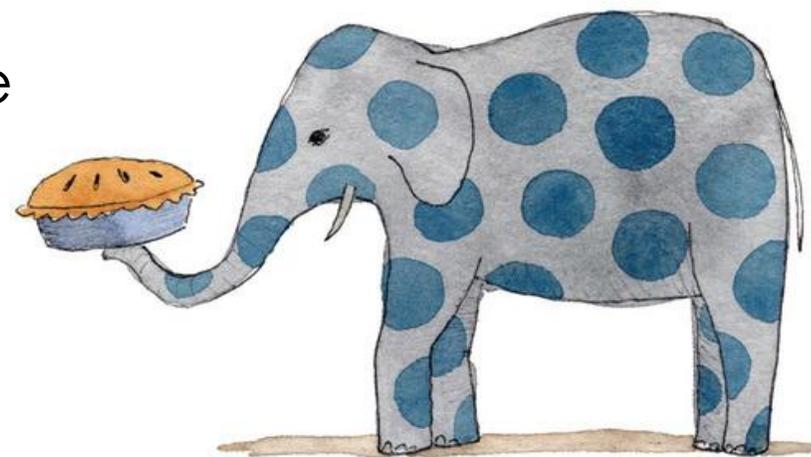
Где

Как

**Что можно искать?**

# Какими источниками можно пользоваться для подготовки к исследованию

- Научная статья
- Книга
- Учебник
- Handbook
- Монография
- Диссертация
- Тезисы и текст доклада
- Реферат
- Рецензия
- Материалы конференции
- Статистические данные и таблицы
- Энциклопедия
- Справочник
- ...



Зачем

Что

Где

Как

# Научная статья

Article



new media & society  
XX(X) 1-19  
© The Author(s) 2010  
Reprints and permission: sagepub.  
co.uk/journalsPermissions.nav  
DOI: 10.1177/1461444810386774  
http://nms.sagepub.com



**Internet skills and the digital divide**

**Alexander van Deursen and Jan van Dijk**  
University of Twente, The Netherlands

**Abstract**  
Because of the growing amount of information on the internet and people's increasing dependence on information, internet skills should be considered as a vital resource in contemporary society. This article focuses on the differential possession of internet skills among the Dutch population. In two studies, an in-depth range of internet skills are measured by charging subjects assignments to be accomplished on the internet. Subjects were recruited by applying a random stratified sampling method over gender, age, and education. While the level of operational and formal internet skills appeared quite high, the level of information and strategic internet skills is questionable. Whereas education appeared an important contributor to all skill levels, age only appeared a significant contributor to operational and formal skills. The results strengthen the findings that the original digital divide of physical internet access has evolved into a divide that includes differences in skills to use the internet.

**Key words**  
digital divide, inequality, information, internet, internet skills, literacy, online

**Introduction**  
The term 'digital divide' initially referred to gaps in access to a computer. When the internet diffused rapidly into society and became a primary type of computing, the term shifted to encompass gaps in not only computer but also internet access. Early research on the digital divide focused mainly on a binary classification of physical access. Theories of internet adoption have recognized this limitation and an increasing number of researchers have argued that more attention should be paid to social, psychological, and cultural backgrounds (Van Dijk, 2006). This has resulted in several conceptualizations

**Corresponding author:**  
Alexander J.A.M. van Deursen, University of Twente Faculty of Behavioral Sciences, Department of Media, Communication and Organization, Cubicus Building, PO Box 217, 7500 AE Enschede, The Netherlands.  
Email: a.j.a.m.vandeursen@utwente.nl

2 *new media & society* XX(X)

of how to approach digital divide research (e.g., DiMaggio and Hargittai, 2001; Mossberger et al., 2003; Van Dijk, 2005; Warschauer, 2003). These conceptualizations reveal that while gaps in physical access are being addressed, other gaps seem to widen. One of the factors that appears to be important is the differential possession of digital skills. Changes in society demand new skills, especially those related to the internet as one of the most important means of communication in contemporary society. Because of the growing amount of information on the internet and people's increasing dependence on information, internet skills should now be considered as vital assets. When these skills are unequally divided among the population, the consequences of this skills inequality may even exacerbate existing societal inequalities (Van Dijk, 2005; Witte and Mannon, 2007).

Very few measurements and scientific investigations of the actual level of internet skills possessed by populations at large have been conducted. There are several empirical studies that address a specific aspect, e.g., navigation (Ford and Chen, 2000), orientation (Ahuja and Webster, 2001), selecting search results (Aula and Nordhausen, 2006; Pan et al., 2007), defining search queries (Spink et al., 2001), or evaluating information (Moharan-Martin, 2004). Unfortunately, the measurements do not tend to be administered on representative samples. From a sociological point of view, there are only few studies that address internet skills. These studies typically use survey questions asking respondents for an estimation of their own level of internet skills. This method has significant validity problems (Hargittai, 2005; Merritt et al., 2005; Talja, 2005). A general impression that can be drawn is that the divides of skills tend to become bigger than the divides of physical access and that, while physical access gaps are more or less closing in the developed countries, the skills gap tends to grow (Van Dijk, 2005).

Besides using less valid measurement methods, the few conducted internet skills studies among populations at large also fail to explain what the measured skills exactly comprehend. In most cases, only the command of hardware and software is considered. An explanation might be the overabundance of internet skills-related concepts, while operational definitions are almost non-existent. A deeper understanding is required in order to escape the simplification of early digital divide research in which only binary classifications of physical access were considered. Now a new simplification might appear: the simple duality of the skilled and the unskilled.

The main contribution of this article is the measurement of an in-depth range of internet skills actually commanded by the Dutch population. Since the best way to obtain a valid measure of internet skills is directly testing that skill, two large-scale performance tests are conducted. The following section contains the research questions and hypotheses.

**Literature review**

*Internet skills*

For measuring internet skills among populations at large, studies that use a range of internet skills with a sequential and conditional nature are very interesting. Steyaert (2002) and Van Dijk (2005) introduced three general types of digital skills that are also applicable to the internet. Steyaert (2002) distinguished between instrumental skills (the operational manipulation of technology), structural skills (related to the structure in which

Зачем

Что

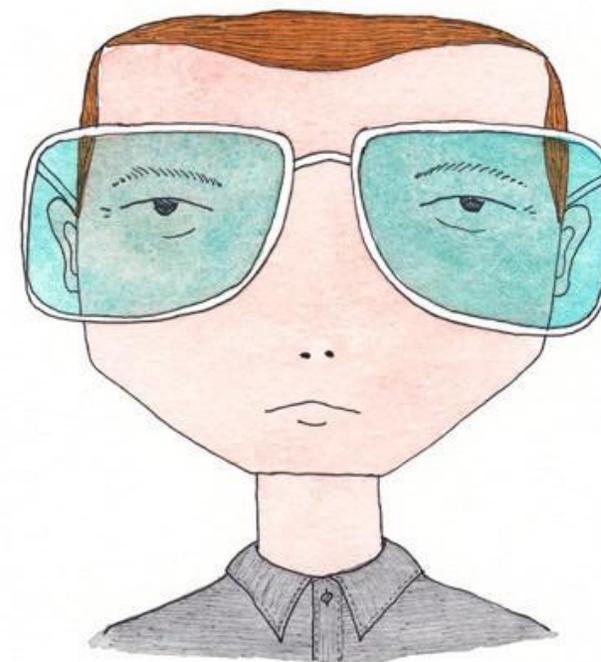
Где

Как

# Список Джеффри Билла (*Beall's List*)

- 1088 Email Press
- 2425 Publishers
- The 5th Publisher
- ABC Journals
- A M Publishers
- Abhinav
- Academe Research Journals
- Academia Publishing
- Academia Research
- Academia Scholarly Journals (ASJ)
- Academic and Business Research Institute
- Academic and Scientific Publishing
- Academic Direct Publishing House
- Academic Journals
- Academic Journals and Research ACJAR
- Academic Journals Online (AJO)
- Academic Journals, Inc.
- Academic Knowledge and Research Publishing
- Academic Organization for Advancement of Strategic and International Studies (Academic OASIS)
- Academic Publications, Ltd.
- Academic Research in Science, Engineering, Art and Management (ARSEAM)

- <https://scholarlyoa.com/publishers/>
- <https://beallslist.net/>



SO VERY VISIONARY

Зачем

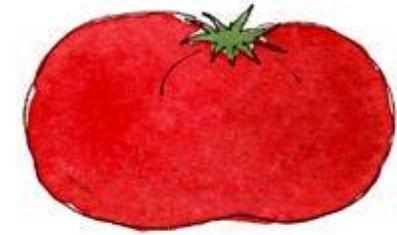
Что

Где

Как

# Профессиональные журналы

---



- <http://ejc.sagepub.com/> European Journal of Communication
- EURERA, NCA, ICA, RCA – you know
- <http://www.tandfonline.com/toc/rcst20/current> Communication Studies
- <http://www.academicjournals.org/journal/JMCS> Journal of Communication and Media Studies

- Список журналов (полный):

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ayDNV92HhGr7z5NoGa9SOAR\\_WBk0\\_7CPhDmDMuqKGlw/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ayDNV92HhGr7z5NoGa9SOAR_WBk0_7CPhDmDMuqKGlw/edit?usp=sharing)

Зачем

Что

Где

Как

# Международные базы данных

## Web of Science

**Web of Science** – самая авторитетная база данных научного цитирования. База содержит публикации и материалы конференций в области естественных наук, общественных наук, по тематике искусства и гуманитарных наук. БД WoS предоставляется и разрабатывается компанией Thomson Reuters.

- Глубина архива – с 1900 года по настоящее время
- Более 16 000 журналов в 250 предметных областях
- Более 160 000 материалов конференций
- Более 3 000 журналов по социальным наукам по 55 дисциплинам в категории “общественные науки”
- Индексирует более 1700 журналов по тематике искусства и гуманитарных наук
- Язык публикаций в индексируемых журналах – английский.



На платформе WoS размещен новый ресурс – Russian Science Citation Index (RSCI) – лучшие научные журналы из РИНЦ. Российский, китайский, латиноамериканский, корейский индексы цитирования не входят в ядро WoS, на журналы из этих индексов не рассчитывается импакт-фактор, но само присутствие журналов на авторитетной платформе привлекает к ним внимание читателей и увеличивает шансы на потенциальное цитирование опубликованных в них статей.

Зачем

Что

Где

Как

## Scopus

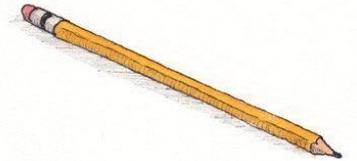
**База данных Scopus** – крупнейшая реферативная и аналитическая база научных публикаций и цитирований. По своему географическому охвату и тематике журналов она значительно больше БД Web of Science, индексирует журналы, издаваемые не только на английском языке. На данные из Scopus опираются мировые рейтинги ведущих университетов, показатели Scopus признаются Минобрнауки РФ в качестве критериев общероссийской системы оценки эффективности деятельности высших учебных заведений.



- 22 245 академических журналов от 5 000 различных издательств, в том числе 376 российских изданий
- 58,3 миллионов рефератов
- Более 120 000 книг (в рамках программы расширения книжного контента)
- Более 100 стран мира
- 5,5 млн. Материалов научных конференций
- 390 отраслевых изданий
- 25,5 миллиона патентных записей

# Как определить, что статья качественная?

- Обращать внимание на индекс цитируемости
- Проверить журнал: входит ли он в «белый» список журналов Вышки? <https://scientometrics.hse.ru/goodjournals>
- В каком квартиле (Q1-Q4) он находится?
- Обратить внимание на издательство. Хороший выбор: JSTOR, ELSEVIER, ProQuest, Emerland, Wiley, Taylor&Francis, SAGE, Springer, Muse, изданиях ведущих университетов (Oxford University Press)
- Проверить, индексируется ли статья в Scopus и/или Web Of Science



If you feel tired,  
lie down. Pencils  
do it all the time.

marc johns

Зачем

Что

Где

Как

# КНИГИ

УДК 80. 81'42  
ББК 81. 2-5

Научный редактор и автор предисловия к русскому изданию  
кандидат филологических наук А. А. Киселева  
Перевод. Изд-во Гуманитарный Центр

Луиза Дж. Филлипс и Марианне В. Йоргенсен. Дискурс-анализ. Теория и метод / Пер. с англ. -Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2004, - 336 с.

ISBN 966-8324-06-4

Книга «Дискурс-анализ. Теория и метод» предлагает подробное и общедоступное описание дискурс-анализа как теоретической и методической основы социальных исследований. Авторы работы – ведущие специалисты Дании и Швеции в области исследования коммуникации. Объединяя три центральных подхода: теорию дискурса Лакло и Муффа, критический дискурс-анализ и дискурсивную психологию, авторы выясняют взаимосвязь между ключевыми формами дискурс-анализа, объясняют философские основания, теорию и методологию каждого подхода; рассматривают дискурс-анализ в контексте различных социальных исследований.

Книга представляет чрезвычайно полезное практическое руководство для исследователей в области коммуникации, культуры, лингвистики, социальной психологии и социологии, а также студентов и аспирантов, специализирующихся в лингвистике и журналистике.

The book «Discourse Analysis as Theory and Method» offers a systematic and highly accessible introduction to discourse analysis as a body of theories and methods for social research. By bringing together three central approaches, Laclau and Mouffe's discourse theory, critical discourse analysis and discursive psychology, this book establishes a dialogue between key forms of discourse analysis often kept apart by disciplinary boundaries. The authors explain the philosophical premises, theoretical perspectives and methodological approaches of each approach; demonstrate the possibilities for combining different approaches in empirical research; conceptualize discourse analysis within the different social research.

The book provides an invaluable guide for researches in the spheres of politics, election technologies, social psychology, cross-cultural psychology and linguistics, as well as for everybody who occupies oneself with these problems, both in theory and in practice.

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав. Права на публикацию книги на русском языке принадлежат издательству «Гуманитарный Центр».

© SAGE Publications • London •  
Thousand Oaks • New Delhi, 2002  
© «Гуманитарный центр», перевод

ISBN 0-7619-7112-2 (англ.)

## 2 Теория дискурса Лакло и Муффа

В этой главе мы представляем дискурсивную теорию Эрнесто Лакло и Шанталь Муффа (Ernesto Laclau и Chantal Mouffe, иногда сокращенно теория дискурса). Мы обращаемся главным образом к их основной работе, «Гегемония и Социалистическая Стратегия» (1985), дополняя ее текстами, написанными Лакло самостоятельно.

Теория дискурса направлена на понимание социального, как дискурсивной конструкции. С помощью этой теории и применения инструментов дискурс-анализа, в принципе, могут быть проанализированы все социальные явления. Сначала, мы представляем подход теории дискурса к языку, а затем расширяем теорию, чтобы охватить всю социальную сферу. Благодаря широте взгляда, теория дискурса подходит в качестве теоретической основы для различных социально-конструкционистских подходов к дискурс-анализу. Но поскольку тексты Лакло и Муффа нацелены на развитие теории, они не включают многих практических инструментов дискурс-анализа, ориентированного на текст. Поэтому целесообразно дополнить их теорию методами из других подходов к дискурс-анализу.

Общая идея теории дискурса состоит в том, что социальное явление никогда не бывает законченным или полным. Значение, в конечном счете, не может никогда быть фиксированным, и это стимулирует постоянную социальную борьбу за то, как определить общество и личность, имеющую со-

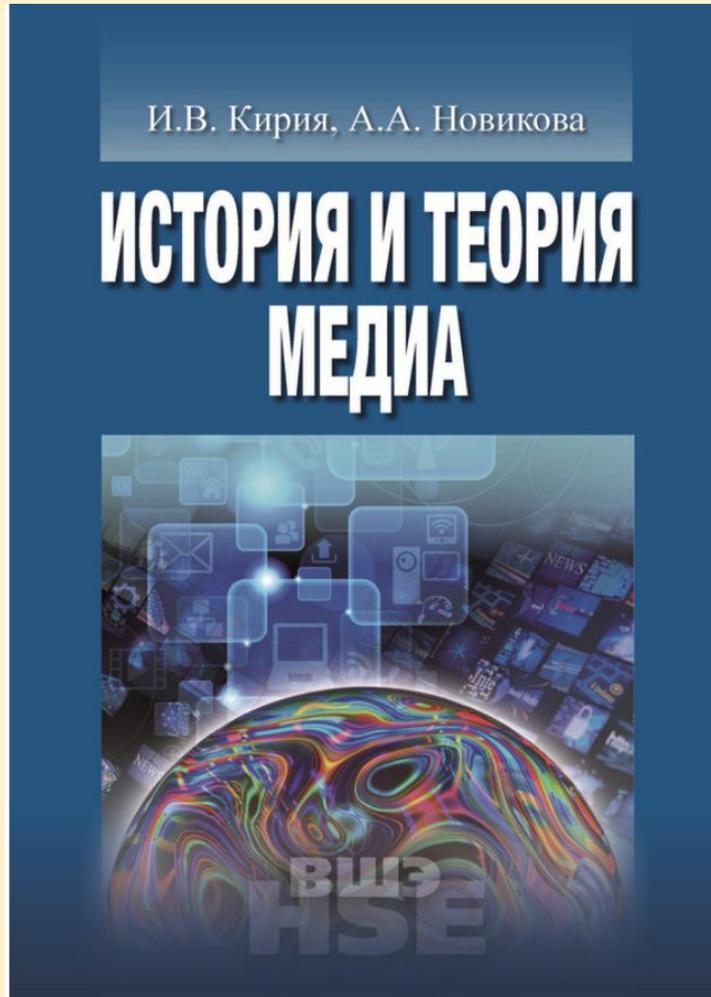
Зачем

Что

Где

Как

# Учебники



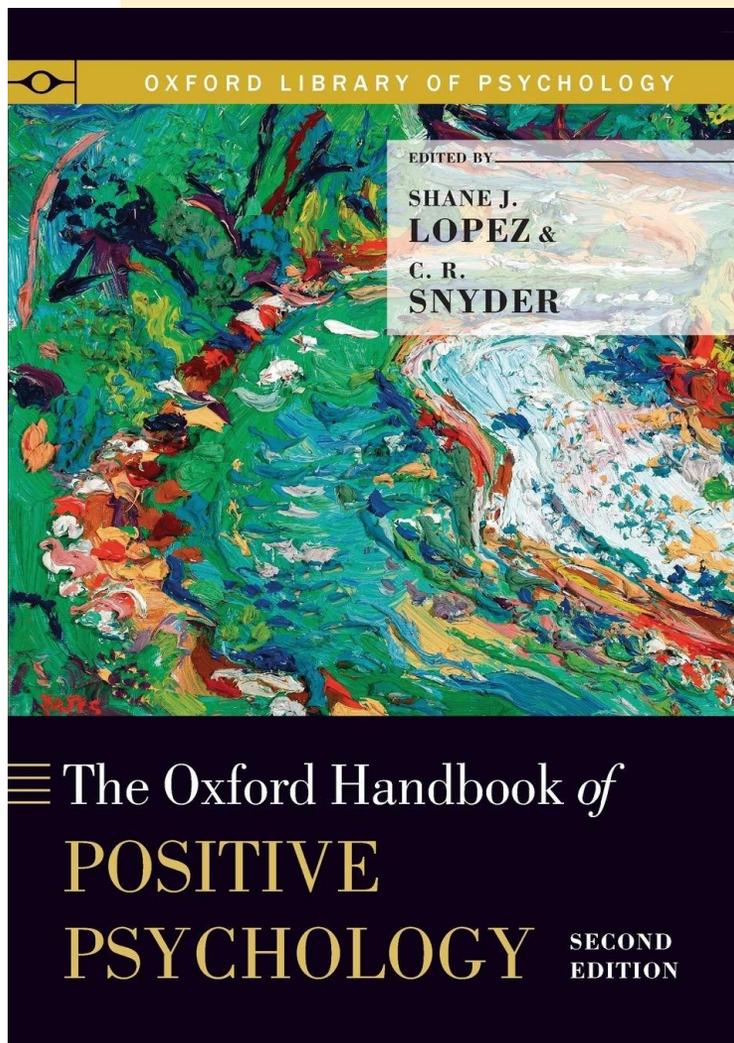
Зачем

Что

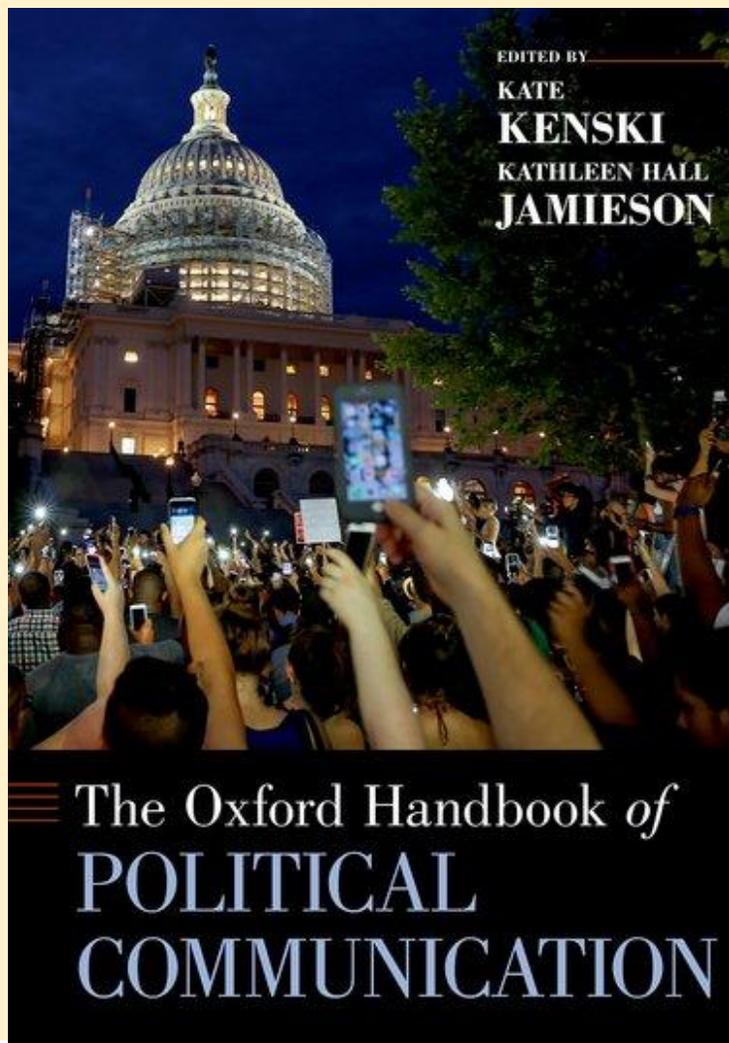
Где

Как

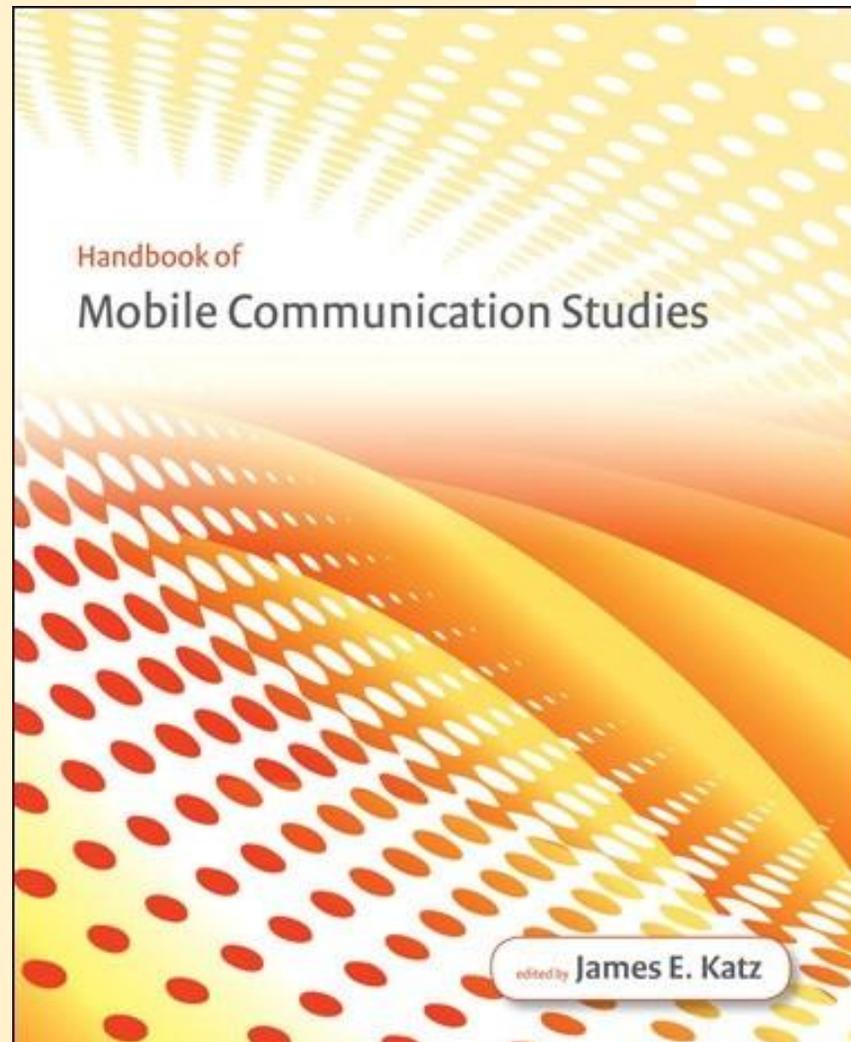
# Handbook



Зачем



Что



Где

Как

# Монография

## Маркетинговая архитектура и эффективность Евразийской экономики. Коллективная монография

СПб.: [СПб ГЭУ](#), 2017.

Научный редактор: Г. Л. Багиев, И. А. Максимцев

Под общей редакцией: Г. Л. Багиев

В печати

Гильдия маркетологов, научно-педагогическая школа «Маркетинг взаимодействия», Санкт-Петербургский государственный экономический университет и Евразийский международный научно-аналитический журнал «Проблемы современной экономики» провели Международную научно-практическую конференцию «Маркетинговая архитектура и эффективность Евразийской экономики», по результатам мероприятия подготовили научную монографию.



Научно-учебная лаборатория исследований  
в области бизнес-коммуникаций

Серия «Коммуникативные исследования»  
Выпуск 6

## Символы в коммуникации

Коллективная монография

Москва 2011

Зачем

Что

Где

Как

# Диссертация

***Lost in a Transmedia Storytelling Franchise:  
Rethinking Transmedia Engagement***

By

Michael Graves

Submitted to the graduate degree program in Film and Media Studies  
and the Graduate Faculty of the University of Kansas  
in partial fulfillment of the requirements for the degree of  
Doctor of Philosophy.

\_\_\_\_\_  
Chairperson Dr. Tamara Falicov

\_\_\_\_\_  
Dr. Nancy Baym

\_\_\_\_\_  
Dr. Chuck Berg

\_\_\_\_\_  
Dr. John Tibbetts

\_\_\_\_\_  
Dr. Catherine Preston

Date Defended: December 1, 2011

The Pennsylvania State University

The Graduate School

College of the Liberal Arts

**MULTIMODAL COMMUNICATIVE STRATEGIES FOR RESOLVING  
MISCOMMUNICATION IN MULTILINGUAL WRITING CLASSROOMS**

A Dissertation in

Applied Linguistics

by

Yumi Matsumoto

© 2015 Yumi Matsumoto

Submitted in Partial Fulfillment  
of the Requirements  
for the Degree of

Doctor of Philosophy

August 2015

Зачем

Что

Где

Как

# Тезисы и презентации с конференций



**Serial number** 0074  
**Title** Supporting students' engagement with feedback: The adoption of student-focused feedback practices in the UK and Australia  
**Submitter** Dr. Naomi Winstone, Prof. David Boud

## Introduction

Feedback has the strongest influence on students' achievement (Hattie, 2009), yet commonly emerges as the area of their experience with which students are least satisfied (Williams & Kane, 2008). Concerns over the promptness and utility of feedback are set against a significant period of change in UK HE, involving a rise in accountability and quality assurance, alongside a more prominent student voice (Medland, 2016).

Such challenges are not unique to the UK. Concerns over student satisfaction with assessment and feedback are dominant in Australian higher education, where student responses to the Course Experience Questionnaire paint a similar picture to those from the NSS in the UK. With the introduction of a national website (QILT) making quality indicators easily visible, and the proposal in the 2017 Federal Budget that large parts of university funding will be contestable on the basis of these indicators, the high level of disquiet about student views on assessment and feedback has been exacerbated.

Зачем

Что

Где

Как

# Рефераты

International Journal of Communication 12(2018), 3253–3273

1932–8036/20180005

## Theoretical Frames and Institutional Constraints: A Synopsis about Chilean Communication Research in the 21st Century

CLAUDIA LAGOS LIRA<sup>1</sup>  
Universidad de Chile, Chile  
University of Illinois at Urbana-Champaign, USA

Using official data from the Chilean system of science and leading local journals, this article provides a historical overview of the main contemporary trends in Chilean communication research since the 2000s. The field in Chile seems to be expanding, with stable funding, stronger institutionalization, and an increase in better trained researchers. However, this development shows many paradoxes: Despite the valuable insights recent studies in communication have provided to better understand the Chilean communication landscape, they are, rather, applied research, testing global or international theoretical frames to local problems in communication. I argue that the institutional, political, and economic constraints have strongly shaped the possibilities of expanding contemporary communication research in Chile, particularly regarding its theoretical contributions. Therefore, current Chilean communication research seems a work-in-progress project, far from its substantial contributions to the international field in the 1960s and 1970s.

*Keywords: communication research, Chile, history of communication, institutionalization*

The literature on the history of the field of communication research in Chile is scarce. Nevertheless, previous scholars agree on identifying three main historical periods for the field, shaped by the civic-military dictatorship (1973–1990)—that is, before, during, and after the authoritarian regime. This article focuses on the latter period, which includes the end of Pinochet's government, the return to a formal democracy, an economic expansion under a neoliberal frame, the privatization of higher education, the explosion of new schools of journalism, and scholarly production under the pressure of productivity's metrics. This examination enlarges previous works that have addressed specific topics and narrow periods or provided partial accounts.



ИГИТИ НИУ ВШЭ

## «Граффити и стрит-арт в современном пространстве мегаполиса»

### AT THE WALL: GRAFFITI WRITERS, URBAN TERRITORIALITY, AND THE PUBLIC DOMAIN<sup>1</sup>

Алиса Максимова  
Реферат статьи

**Brighenti A. M. (2010) At the Wall: Graffiti Writers, Urban Territoriality, and the Public Domain // Space and Culture, Vol.13(3): 315-332.**

Статья представляет собой попытку реконцептуализации городских публичных мест через изучение граффити. Бригенти пишет о граффити как о поле в смысле Бурдьё, предполагая, что внутри поля существует множество позиций, специфических навыков, ориентаций, отношений, и развита способность давать оценку объектам, производимым практикой. Характерной чертой граффити как полуавтономной сферы социальной жизни является возможность определять свою деятельность в автохтонных категориях (здесь автор ссылается на Эверетта Хьюза). Подчеркивается, что, несмотря на существование эксплицитно заявленного словаря вещей и занятий, связанных с граффити, зачастую райтерам приходится сталкиваться с описаниями «извне». Типичным примером, конечно, является представление граффити как вандализма, хулиганства или преступления. Это

Зачем

Что

Где

Как

# Рецензии

Book reviews

## Book reviews

Work, employment and society  
2014, Vol. 28(1) 142–150  
© The Author(s) 2014  
Reprints and permissions:  
sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav  
DOI: 10.1177/0950017013511515  
wes.sagepub.com  


Manuel Castells

### **Communication Power**

Oxford: Oxford University Press, 2011, £12.99 pbk, (ISBN: 9780199595693), 571 pp.

**Reviewed by Janet Grace Sayers, Massey University, New Zealand**

Manuel Castells will be well known to readers of this journal as an influential sociologist whose inter-disciplinary work has been used by critical researchers interested in globalization, electronic enterprises and information communication technologies (ICT), especially in the fields of geography and political economy. He has popularized terms in our everyday lexicon like ‘collective consumption’, ‘space of flows’ and ‘The Fourth World’ (those excluded from benefits of globalization), and has added considerably to our understanding of the role of social movements in understanding conflict in contemporary conditions of networks and information. He has previously published ambitious works on these topics in *The Rise of the Network Society* (1996), *The Power of Identity* (1997) and the *End of the Millennium* (2000).

Thus when Castells wants to say something about the internet, as he does very much in *Communication Power*, then he really deserves a hearing. His previous work means that his credibility is high and he builds on this work in his latest offering (in hardback since 2009). Even though *Communication Power* builds on his previous work, it can be read independently of it. Anyone with an interest (arguably everyone) in current attempts to regulate content distribution on the internet, i.e. the US government’s SOPA (Stop Online Piracy) initiative and the ensuing protests and blackouts by Google, Wikipedia and other proponents of ‘sharing values’, needs to read this book. Even after four years (assuming most of the book was written in 2008) Castells

Зачем

Что

Где

Как

# Результаты социологического опроса

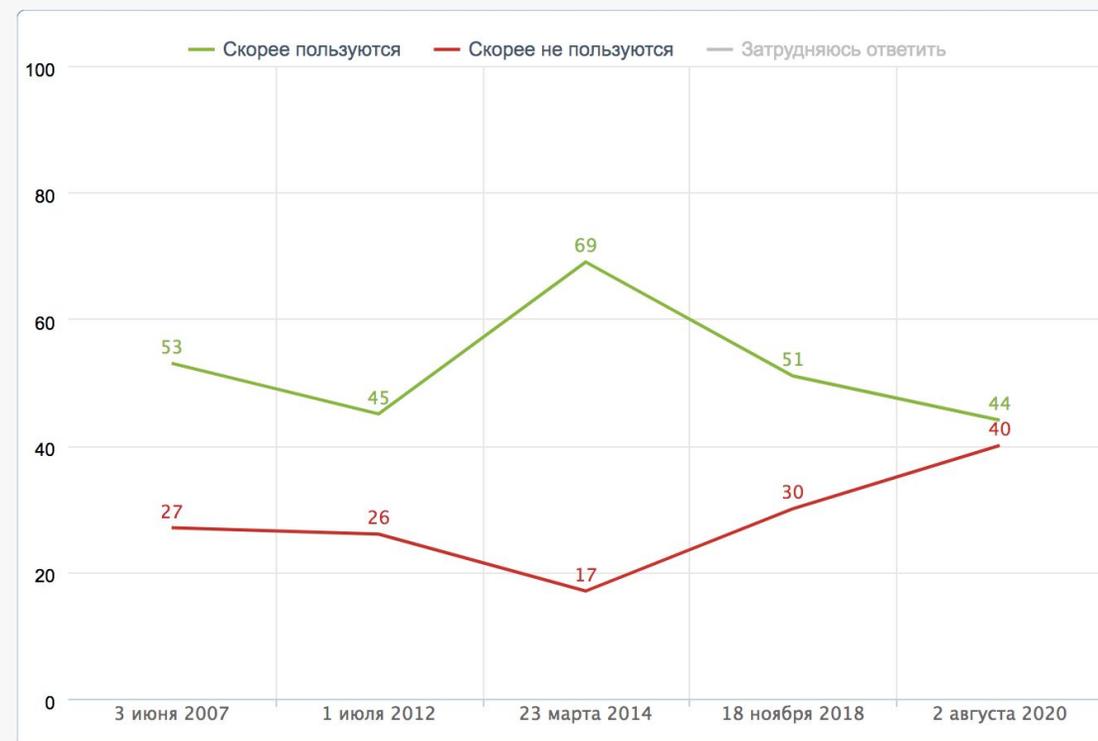
СЛЫШАЛИ ЛИ ВЫ ОБ ОБВИНЕНИИ...? (один ответ по строке)

	Внимательно следили за тем, как развиваются события	Что-то слышали об этом	Впервые слышите об этом	Затрудняюсь ответить
...журналиста Ивана Сафронова в продаже информации, составляющей государственную тайну, иностранной разведке?	4	36	59	1
...журналиста издания "Медуза" Ивана Голунова в хранении наркотиков?	7	25	68	1
...историка, главы карельского отделения "Мемориала", Юрия Дмитриева в сексуальном насилии в отношении приемной дочери?	3	17	80	1

По вашему мнению, сегодня журналисты скорее пользуются или скорее не пользуются уважением в нашем обществе?

Параметры опроса

ДАННЫЕ В % ОТ ОПРОШЕННЫХ



Зачем

Что

Где

Как

# Статистика

**Среднедушевые денежные доходы населения по субъектам Российской Федерации, руб./месяц**  
(в соответствии с Методологическими положениями по расчету показателей денежных доходов и ра

	2013 год				
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	2013 год
<b>Российская Федерация</b>	<b>21 800</b>	<b>24 990</b>	<b>25 529</b>	<b>30 533</b>	<b>25 684</b>
<b>Центральный федеральный округ</b>	<b>28 189</b>	<b>34 117</b>	<b>33 746</b>	<b>38 190</b>	<b>33 499</b>
Белгородская область	19 980	23 494	23 113	26 494	23 247
Брянская область	16 799	18 762	18 538	20 401	18 707
Владимирская область	15 802	17 319	18 270	20 626	18 058
Воронежская область	17 378	20 358	21 631	27 339	21 683
Ивановская область	15 015	17 333	17 493	20 978	17 754
Калужская область	20 534	21 330	21 323	25 738	22 243
Костромская область	14 954	16 723	16 956	19 110	16 968
Курская область	16 519	17 767	18 674	24 770	19 436
Липецкая область	19 452	20 588	21 240	26 457	21 957
Московская область	25 395	34 611	36 790	35 878	32 969
Орловская область	14 644	16 741	16 906	20 457	17 252
Рязанская область	15 877	18 102	17 952	23 671	18 932
Смоленская область	16 375	18 719	18 546	19 962	18 470
Тамбовская область	15 966	18 560	19 600	24 363	19 685
Тверская область	15 937	19 120	18 074	23 686	19 268
Тульская область	17 471	19 428	19 134	22 384	19 675
Ярославская область	17 723	20 560	19 689	24 689	20 664
г.Москва	48 075	58 103	55 332	63 437	55 936
<b>Северо-Западный федеральный округ</b>	<b>22 367</b>	<b>25 137</b>	<b>25 530</b>	<b>29 235</b>	<b>25 490</b>
Республика Карелия	18 411	21 784	22 154	24 742	22 067

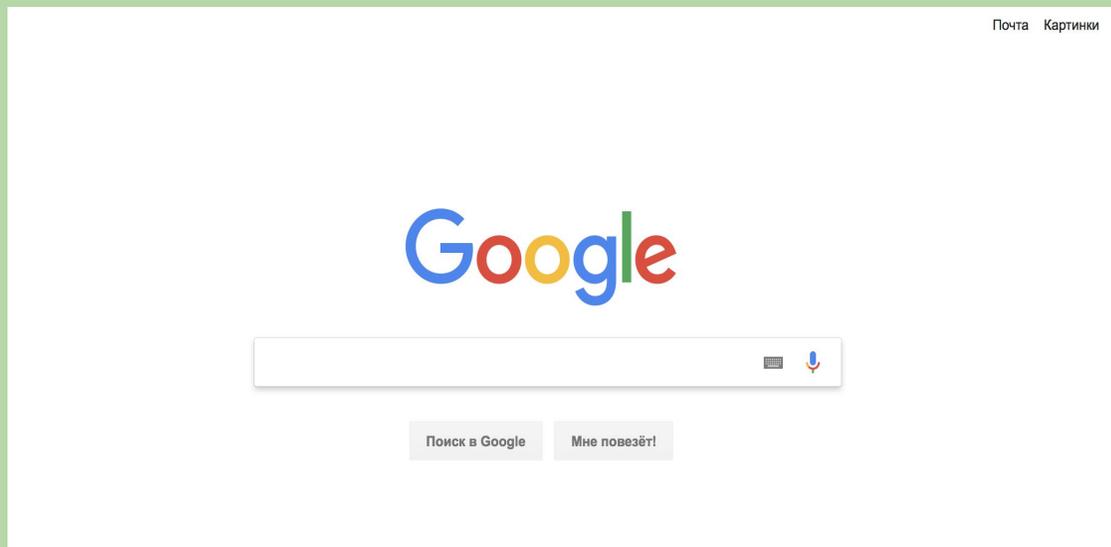
Зачем

Что

Где

Как

**Где искать?**



## ПОЧЕМУ НЕЛЬЗЯ ССЫЛАТЬСЯ НА ВИКИПЕДИЮ?

Зачем

Что

Где

Как



Википедия  
Свободная энциклопедия

[Заглавная страница](#)  
[Рубрикация](#)  
[Указатель А—Я](#)  
[Избранные статьи](#)  
[Случайная статья](#)  
[Текущие события](#)

[Участие](#)

[Сообщить об ошибке](#)  
[Сообщество](#)  
[Форум](#)  
[Свежие правки](#)  
[Новые страницы](#)  
[Справка](#)  
[Пожертвовать](#)

Вы не представились системе [Обсуждение](#) [Вклад](#) [Создать учётную запись](#) [Войти](#)

Статья [Обсуждение](#)

[Читать](#)

[Править](#)

[Править код](#)

[История](#)



**Вики любит памятники: ваш взгляд на культурное наследие России!**

Фотографируйте исторические и архитектурные памятники. Авторы лучших снимков получают призы!



## Конец света (2012)



Материал из Википедии — свободной энциклопедии

[\[ править \]](#) [\[ править код \]](#)

*У этого термина существуют и другие значения, см. [Конец света \(значения\)](#).*

В интерпретации [адептов](#) движения [Нью Эйдж](#) дата знаменовала так называемый «Великий переход», после которого Земля и её обитатели должны были испытать физическое или [духовное преображение](#) <sup>русск.</sup> <sup>(англ.)</sup>, 21 декабря 2012 года должно было стать началом новой эры<sup>[6]</sup> [►](#). Согласно другим предположениям, в этот день должен был случиться [конец света](#) или подобная всемирная катастрофа [►](#). Рассматривались различные её сценарии, такие как разрушительное гравитационное взаимодействие между Землёй и чёрной дырой в центре [Млечного Пути](#) в результате «[галактического выравнивания](#)» [►](#), [инверсия магнитного поля Земли](#) как следствие [максимума солнечной активности](#) колоссальной мощности<sup>[7]</sup> [►](#) или столкновение Земли с [планетой X](#), например с мифической блуждающей планетой [Нибиру](#), населённой разумными существами. [►](#)

### Эсхатология

<a href="#">Христианство</a>	<a href="#">[показать]</a>
<a href="#">Иудаизм</a>	<a href="#">[показать]</a>
<a href="#">Ислам</a>	<a href="#">[показать]</a>
<a href="#">Индуизм</a>	<a href="#">[показать]</a>
<a href="#">Зороастризм</a>	<a href="#">[показать]</a>
<a href="#">Дицбануцюн</a>	<a href="#">[показать]</a>

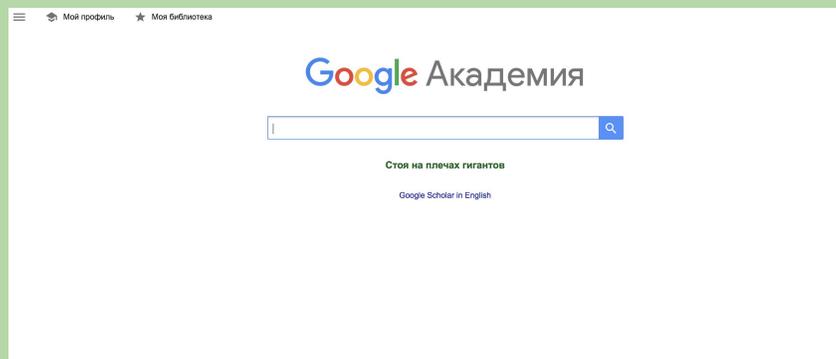
Зачем

Что

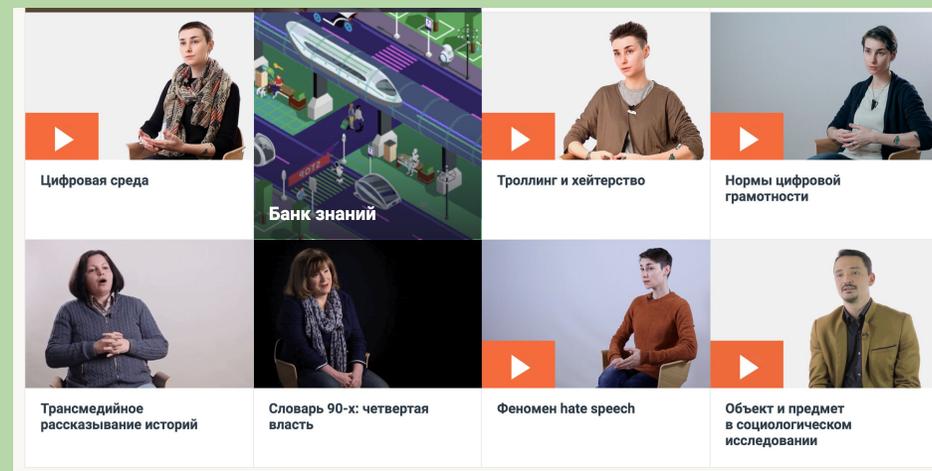
Где

Как

# Менее криминальные варианты для первичного ознакомления с темой



[Google Scholar](#)



[ПостНаука](#)

**NB:** Не ссылаемся на «Википедию», Гугл, «Постнауку» и т.п.

Зачем

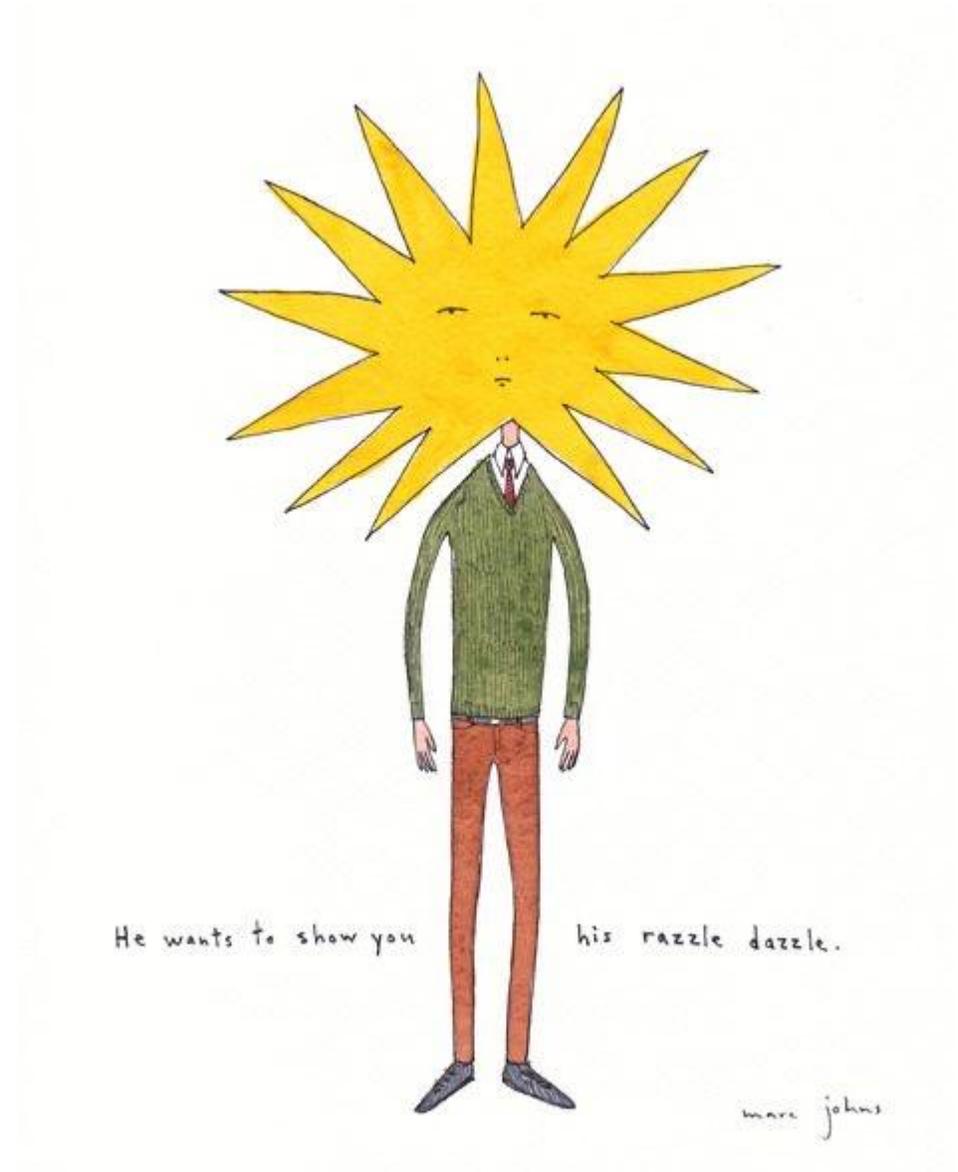
Что

Где

Как

# Поиск источников

- Научный руководитель (больше актуально для ВКР)
- Google Scholar
- [Программы курсов](#)
- [Лаборатории](#)
- [Киберленинка](#)
- [Электронные ресурсы НИУ ВШЭ](#)
- Тематические научные журналы



Зачем

Что

Где

Как

# Google Scholar

Статьи      Результаты: примерно 1 190 000 (0,04 сек.)

За все время  
С 2020  
С 2019

**Индекс цитируемости**

По релевантности  
По дате

включая патенты  
 показывать цитаты  
 Создать оповещение

**Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation** [PDF] tandfonline.com  
JM McLeod, DA Scheufele, P Moy - Political communication, 1999 - Taylor & Francis  
... Community, **Communication**, and Participation: The Role of Mass Media and Interpersonal ...  
Different patterns emerged for participation in a civic forum, with interpersonal discussion having the strongest impact of the three **communication** variables ...  
Цитируется: 1182    Похожие статьи    Все версии статьи (8)

**Communication, community attachment, and involvement**  
EW Rothenbuhler, LJ Mullen... - ... **Communication** ..., 1996 - journals.sagepub.com  
... So demonstrating the role of population density and localism as predictors of media use is an important expansion of the **communication** and community literature ... Also, as adults mature they become more involved in **local community** affairs, organizations, and related activities ...  
Цитируется: 142    Похожие статьи    Все версии статьи (3)

[HTML] **Museums' communication in small-and medium-sized cities** [HTML] emerald.com  
P Capriotti - Corporate communications: An international journal, 2010 - emerald.com  
... communicate with their local publics? RQ3. What means of **communication** does the **local community** in Tarragona use to inform themselves about the activities of the museums and exhibition centres? RQ4. What is the **local** ...  
Цитируется: 34    Похожие статьи    Все версии статьи (2)

[КНИГА] **Involving the community: A guide to participatory development communication** [HTML] google.com  
G Bessette - 2004 - books.google.com  
... Page 24. A GUIDE TO PARTICIPATORY DEVELOPMENT **COMMUNICATION** ||  
The first set of events involves approaching a **local community** by: • Establishing contact with a **local community**; • Understanding the local setting ...  
Цитируется: 296    Похожие статьи    Все версии статьи (4)

**Ссылки на статьи**

**Если статья НЕ доступна, то переходим по ссылке, копируем ссылку/DOI и открываем ее в Sci-Hub**

Зачем

Что

Где

Как

# Sci-Hub (десктоп + бот в Telegram)



Зачем

Что

Где

Как

# Программы курсов

• БАКАЛАВРИАТ 2020/2021

## Проектирование взаимодействия для AR/VR

**Статус:** Курс по выбору (Программная инженерия)

**Направление:** 09.03.04. Программная инженерия

**Кто читает:** Департамент программной инженерии

**Когда читается:** 4-й курс, 1-3 модуль

**Формат изучения:** MOOC

**Преподаватели:** Манахов Павел Алексеевич

**Язык:** английский

**Кредиты:** 8

## Учебные курсы

• БАКАЛАВРИАТ 2020/2021

### Проектирование взаимодействия для AR/VR

**Статус:** Курс по выбору (Программная инженерия)

**Направление:** 09.03.04. Программная инженерия

**Кто читает:** Департамент программной инженерии

**Когда читается:** 4-й курс, 1-3 модуль

**Формат изучения:** MOOC

**Преподаватели:** Манахов Павел Алексеевич

**Язык:** английский

**Кредиты:** 8

• БАКАЛАВРИАТ 2020/2021

### Производство AR/VR проектов

**Статус:** Курс по выбору (Медиакоммуникации)

**Направление:** 42.03.05. Медиакоммуникации

**Кто читает:** Департамент медиа

**Когда читается:** 4-й курс, 1 модуль

**Формат изучения:** Full time

**Язык:** русский

**Кредиты:** 3

#### Кампус

- Москва
- Санкт-Петербург
- Нижний Новгород
- Пермь

#### Где читается

Выбрать где читается

#### Название курса

#### Ключевые слова

VR

#### Выбор студентов

Не важно

#### Преподаватель

Выбрать преподавателя

#### Учебный год

2020/2021

#### Уровень обучения



## Bibliography

### Recommended Core Bibliography

- Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., & Noessel, C. (2014). About Face: The Essentials of Interaction Design (Vol. Fourth edition Alan Cooper, Robert Reimann, David Cronin, Christopher Noessel). Hoboken: Wiley. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsebk&AN=827342>
- Hartson, R., & Pyla, P. S. (2012). The UX Book: Process and Guidelines for Ensuring a Quality User Experience. Amsterdam: Elsevier Ltd. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsebk&AN=453819>
- LaViola, J. J. (2017). 3D User Interfaces: Theory and Practice: Vol. Second edition. Addison-Wesley Professional.
- Schmalstieg, D., & Höllerer, T. (2016). Augmented Reality: Principles and Practice. Boston: Addison-Wesley Professional. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsebk&AN=1601643>

### Recommended Additional Bibliography

- Holtzblatt, K., & Beyer, H. (2015). Contextual Design: Evolved. Morgan & Claypool Publishers.
- Kuniavsky, M., Goodman, E., & Moed, A. (2012). Observing the User Experience: A Practitioner's Guide to User Research (Vol. 2nd ed). Burlington: Morgan Kaufmann. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsebk&AN=472263>

Зачем

Что

Где

Как

# Научные лаборатории и Институты

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ  
**Наука в университете**

ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ И СОТРУДНИКИ ▾ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ▾ РЕСУРСЫ ▾ ИССЛЕДОВАТЕЛЯМ ИЗ ДРУГИХ ВУЗОВ ▾

## Научные подразделения НИУ ВШЭ

**По направлениям**

Согласно кодам ОЭСР: Естественные науки (01.00.00), Технические науки (02.00.00), Медицинские науки (03.00.00), Сельскохозяйственные науки (04.00.00), Социальные науки, исключая экономику и бизнес (05.00.00), Гуманитарные науки (06.00.00)

Гуманитарные науки	Естественные науки	Социальные науки
Технические науки	Медицинские науки	Сельскохозяйственные науки

**По категориям**

Научные институты	Исследовательские центры	Международные лаборатории
Научно-учебные лаборатории	Научные лаборатории ЦФИ	Научно-учебные группы

## Медиа и коммуникации

Научные институты и исследовательские центры

— [Центр цифровых культур и медиаграмотности](#)

Научно-учебные и научно-исследовательские лаборатории

— [Научно-учебная лаборатория исследований в области бизнес-коммуникаций](#)

Редакции журналов

— [Редакция средства массовой информации - научного журнала «Коммуникации. Медиа. Дизайн»](#)

Зачем

Что

Где

Как

# Киберленинка

ПОИСК [ПОМОЩЬ](#)

найдено результатов 84, показано 84

фанфикшн ✕ Искать

НАУЧНЫЕ БАЗЫ

BAK	63	ESCI	6	RSCI	3	Scopus	1	GeoRef	1
-----	----	------	---	------	---	--------	---	--------	---

Не можете найти то что вам нужно? Попробуйте наш сервис [подбора литературы](#).

---

**Фанфикшн, как субкультура и феномен массовой литературы**  
Денисова Алиса Ивановна

**ФАНФИКШН, КАК СУБКУЛЬТУРА И ФЕНОМЕН МАССОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ** Денисова Алиса Ивановна - Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина Аннотация: Статья посвящена такому явлению, как **фанфикшн**. С недавнего времени **фанфикшн** является объектом исследования учёных России и других стран. Это популярный литературный феномен, имеющий отличий. Ключевые слова: **фанфикшн**, субкультура, ориджинал, художественное произведение Литературное фанатство - самобытное и сложное явление, которое заслуживает такого же интереса, как любой другой культурный феномен. С недавнего времени **фанфикшн** является объектом исследования учёных России и других стран. Явление **фанфикшн** довольно сложное и

2012 / [Аналитика культурологии](#)

---

**Анализ функциональных возможностей современного искусства**  
Здоровенко Виктор Васильевич

Зачем

Что

Где

Как

# Библиотека Вышки

Электронный каталог печатных изданий

**Бумажные носители в здании библиотек**

Электронные ресурсы

**Список электронных баз статей, баз данных**

Publication Finder:  
сводный каталог электронных изданий

**Поиск электронных книг по всем доступным базам**

EBSCO Discovery Service:  
поиск по всей электронной подписке

**Поиск статей по всем доступным базам**

Зачем

Что

Где

Как

# Почему нам повезло?

Книги

Стр. xiv

КУПИТЬ ЭЛ. КНИГУ: 15 304,59 ₽

Получить печатную версию этой книги ▼

 ★★★★★  
0 Отзывов  
Написать отзыв

**Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age**  
редактор(ы): Gambarato, Renira Rampazzo, Alzamora, Geane C.

Искать в этой книге

[Подробнее о книге](#)

- ▶ [Моя библиотека](#)
- ▶ [Моя история](#)

[Книги в Google Play](#)

[Условия использования](#)

Страницы показаны с разрешения IGI Global. Авторские права.

xiv

## Foreword

### TRANSMEDIA JOURNALISM: A WILD WEST?

It was over a decade ago when transmedia storytelling was first beginning to be talked about in industrial and academic circles as something that essentially encapsulated what digitally networked media platforms could accomplish. There was an unlimited sense of possibility for the idea of telling stories across multiple platforms. And yet, at least for the most part, these possibilities were in fact limited to commercial practices and film or television examples from an Anglo-American origin. "It is transmedia storytelling," as *Fast Company*'s David Kushner put it back in 2008, "that ultimately lures the audience into buying more stuff—today, DVDs; tomorrow, who knows what" (Kushner, 2008). It is certainly true that commerce is closely aligned with the ethos of transmedia storytelling; after all, spreading media content across a spectrum of delivery channels and encouraging audiences to migrate repeatedly across those various channels has opened the door for innovation in the digital marketing sector, particularly in the United States and United Kingdom where transmedia sits alongside related principles of branded content as the lynchpin for engaging consumers across platforms.

But commerce is far from being the sole driving factor behind transmedia; nor is it its only function. Across the globe, people now engage with all sorts of media content across multiple platforms, following stories, characters and worlds—but also brands, charities and, indeed, news stories—across a spectrum of media channels. And so perhaps the biggest challenge and the biggest opportunity for understanding this transmedia phenomenon right now is the sheer breadth of its interpretation. As I have written for *Global*

Зачем

Что

Где

Как

# Электронный каталог печатных изданий

## Электронный каталог печатных изданий библиотеки НИУ ВШЭ

eng | rus

Пожалуйста, бронируйте контрольные экземпляры только тех книг, которых нет в наличии ни в читальных залах, ни в открытом доступе, ни на научном абонементе. По вопросам доступа к электронному каталогу обращайтесь в [отдел информационных систем и электронных ресурсов Библиотеки](#)

Поиск :

[Новые поступления](#)  
[Простой поиск](#)  
[Расширенный поиск](#)  
[Помощь](#)

[Авторы](#)  
[Издательства](#)  
[Серии](#)  
[Тезаурус \(Рубрики\)](#)

[Электронный каталог  
Мандельштамовского  
центра](#)

Личный кабинет :

Штрих-код

Пароль

Электронный каталог: Поиск

Поиск

История поисков

Заглавие

И  Автор

И  Издательство

И  Серия

И  Рубрика

И  Язык док-та

Год издания: от:  до:

Документы с полным текстом

Фильтр по типу документа:

Все типы документов

Фильтр по филиалам:

Библиотека ВШЭ

Поиск по всем филиалам

Инверсия выбора по филиалам

Искать

Очистить

Зачем

Что

Где

Как

# Электронные ресурсы библиотеки НИУ ВШЭ

Особенное внимание в библиотеке НИУ ВШЭ уделяется электронному комплектованию. Оформлена подписка и оплачен доступ к различным онлайн-информационным источникам. При использовании электронных ресурсов необходимо соблюдать [установленные Правила](#). Электронные библиотечные ресурсы включают в себя:

- [Базы данных зарубежной периодики](#)  **Зарубежные научные статьи->Искать через «поиск по всей подписке ВШЭ»** 
- [Отечественные газеты и журналы](#)  **Российские научные статьи**
- [ProQuest Dissertations & Theses: библиография и полные тексты](#)  **Диссертации**
- [Базы данных научного цитирования](#)  **Scopus и Web of Science**
- [Ресурсы Всемирного банка](#) 
- [Ресурсы OECD](#) 
- [Ресурсы МВФ \(IMF\)](#) 
- [Passport \(Euromonitor\)](#) 
- [Factiva](#) 
- [Экономический журнал Высшей школы экономики](#) 
- [Базы данных электронных книг](#)  **Электронные книги->Искать через Publication Finder**
- [Энциклопедии и словари](#) 
- [Ресурсы для историков и искусствоведов](#) 
- [Патенты](#) 

Зачем

Что

Где

Как

# Зарубежная периодика



**SAGE**  
**Journals**  
**Online**



**Wiley**  
**Online**  
**Library**



**Annual**  
**Reviews**



**Science**  
**Direct**



**JSTOR**



**Taylor**  
**&**  
**Francis**

Зачем

Что

Где

Как

# Диссертации в ProQuest

ProQuest



## ProQuest Dissertations & Theses Global

[Basic Search](#) [Advanced Search](#) [Browse](#) [About](#) | [Change databases](#)

### Advanced Search

[Command Line](#) [Field codes](#) [Search tips](#)

HSE Library

in

in

[+ Add a row](#)

Limit to:  Full text

Publication date:

Зачем

Что

Где

Как

# Отечественные газеты и журналы



eLIBRARY.RU

Самая большая база  
русскоязычных публикаций  
Требуется отдельная  
регистрация на сайте (!).  
Необходимо тщательно  
подходить к выбору статей.



Гребенников

База данных скорее  
ориентирована на статьи,  
посвященные бизнесу.  
Много работ по маркетингу  
и менеджменту.



EastView

База журналов меньше, чем  
eLibrary, однако в ней  
больше качественных  
статей.

Зачем

Что

Где

Как

# Поиск по всей подписке ВШЭ (EBSCO Discovery Service)

New Search Home Publications Preferences

Searching: HSE electronic resources

Select a Field (optional) Search Clear

AND AND

Basic Search Advanced Search Search History

Search Options

Search Modes and Expanders

Search modes

- Boolean/Phrase
- Find all my search terms
- Find any of my search terms
- SmartText Searching [Hint](#)

Apply related words

Also search within the full text of the articles

Apply equivalent subjects

Limit your results

Full Text

Peer Reviewed

Author

Reviewed Book Title

Journal Name

Date Published

Month Year - Month Year

Поиск статей по всем доступным базам

Чаще всего используется



Для доступа к статье нажимать на этот значок

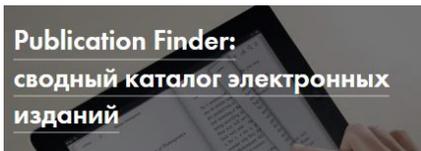
Зачем

Что

Где

Как

# Книги и хендбуки



<https://library.hse.ru>

Все доступные книги и хендбуки по подписке Вышки  
На ряде ресурсов возможен только онлайн просмотр без скачивания



<http://bookfi.net/>

Заходить через VPN  
Много всего



<https://archive.org/>

Большая база поиска старых книг.  
Искать в разделе текстов



<http://books.google.ru/>

Почти все книги, но в ограниченном доступе. Удобно для первоначального поиска названия

**Library Genesis<sup>2M</sup>**

<https://libgen.is/>

Статьи и книги (аналог Sci-Hub)



<https://b-ok.cc/>

Книги, в т.ч. художественные. Нужна регистрация

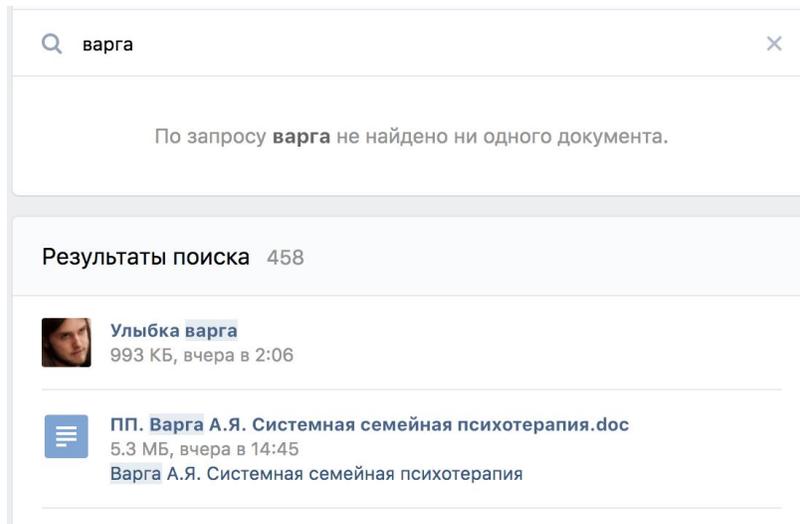
Зачем

Что

Где

Как

# Книги и хендбуки



**«ВКонтакте»**  
(поиск по документам)



**Флибуста.**  
Тут [инструкция](#) по подключению в закрепленном сообщении.

Зачем

Что

Где

Как

# Поиск работ конкретного автора

# Поиск работ конкретного автора

## Ледяев Валерий Георгиевич

**Ведущий научный сотрудник:** [Научно-учебная лаборатория исследований в области бизнес-коммуникаций](#)

**Преподаватель:** [Международный институт экономики и финансов](#)

**Профессор:** [Факультет социальных наук](#) / [Департамент социологии](#) / [Кафедра анализа социальных институтов](#)

Ординарный профессор

*Начал работать в НИУ ВШЭ в 2005 году.*

*Научно-педагогический стаж: 37 лет.*

[🏠 Домашняя страница](#) [Преподавание](#) [Публикации и исследования](#) [В новостях](#) [В СМИ](#)

### Образование, учёные степени и учёные звания

- 2001 Ученое звание: Профессор
- 1999 Доктор философских наук: Ивановский государственный университет, специальность 09.00.11 «Социальная философия», тема диссертации: Власть: концептуальный анализ
- 1997 PhD: University of Manchester, тема диссертации: Power: A Conceptual Analysis
- 1986 Аспирантура: Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова



#### Владение языками

английский

#### Контакты

Телефон:  
+7(495) 772-9590 доп. 12453

Электронная почта:  
[vledyaev@hse.ru](mailto:vledyaev@hse.ru)

Адрес: Мясницкая ул., д. 11, каб. 333  
Время работы: Вторник 18:00 - 21:00

[Расписание](#)

[Резюме](#) (DOC, 75 Кб)

- [Сайт вуза](#)
- [Researchgate](#)
- [Academia](#)

Зачем

Что

Где

Как

# Базы данных

# Базы социологических данных

Источники	Специфика
Единый архив экономических и социологических данных RLMS	<ul style="list-style-type: none"><li>• Данные соцопросов</li><li>• Требуется регистрация</li><li>• Данные в виде таблиц с результатами</li><li>• Данные для работы в формате SPSS</li></ul>
ФОМ, ВЦИОМ, Левада	<ul style="list-style-type: none"><li>• Результаты соцопросов</li><li>• Нет файлов для работы в SPSS</li></ul>
European Social Survey	<ul style="list-style-type: none"><li>• Требуется регистрация</li><li>• Онлайн анализ данных</li><li>• Данные для работы в формате SPSS</li></ul>
World values survey	<ul style="list-style-type: none"><li>• Онлайн анализ данных</li><li>• Данные для работы в формате SPSS</li></ul>

Зачем

Что

Где

Как

# ЕАЭСД



[НИУ ВШЭ](#) [О Вышке](#) [Поступающим](#) [Коллегам и партнерам](#) [Выпускникам](#)  
[Факультеты](#) [Бизнес-образование](#) [Наука](#) [Книги, журналы, видео](#)  
[Вышка в Питере](#) [Вышка в Нижнем Новгороде](#) [Стратегия 2020](#)



[Главная](#)  
[Карта сайта](#)  
 [English](#)

Логин   
Пароль

## ЕДИНЫЙ АРХИВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ДАННЫХ

ОБ АРХИВЕ

БЮЛЛЕТЕНЬ  
«СОФИСТ»

НАШИ  
ДЕПОЗИТОРЫ

НАШИ  
ПОЛЬЗОВАТЕЛИ

ПО ДАННЫМ  
ОПРОСОВ...

ПОЛЕЗНЫЕ  
ССЫЛКИ

ЗАЯВКИ

КОНТАКТЫ

РЕГИСТРАЦИЯ

ДОСТУП К ДАННЫМ

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

СТАТИСТИЧЕСКИЕ РЯДЫ

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТАБЛИЦЫ

ДОСТУП К ВНЕШНИМ РЕСУРСАМ

### СОХРАНЯЯ - УМНОЖАЙ!



*Наша задача — сохранить результаты эмпирических исследований в сфере социальных наук и сделать их доступными научному сообществу.*

Зачем

Что

Где

Как

# ЕАЭСД

<b>Каталог исследований</b>	<b>Тематические исследования</b> Исследований в данном разделе:209
<b>Поиск</b>	
<b>Анализ SDA</b>	
<b>СТАТИСТИЧЕСКИЕ РЯДЫ</b>	

- Тематические исследования
- Повторяющиеся исследования
- Объединенные исследования
- Компаративные исследования
- Исследования ВШЭ

- по тексту
- по рубрике
- по ключевым словам

- [Благотворительность в России: осведомленность населения](#)
- [Диагностика коррупции в России](#)
- [Механизмы и факторы миграционного поведения](#)
- [Молодая интеллигенция России.](#)
- [Молодежь и будущее](#)
- [Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты](#)
- [Образ жизни советских людей](#)
- [Особенности демографического развития СССР до 2000 года и пути регулирования воспроизводства и миграции населения](#)
- [Открытое мнение](#)
- [Политика](#)
- [Проблемы общественно-политического воспитания рабочего класса](#)
- [Проблемы совершенствования территориального перераспределения трудовых ресурсов](#)
- [Проблемы трудовой деятельности специалистов МНТК и НПО в условиях перестройки](#)
- [Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе \(РидМиЖ\)](#)
- [Самосохранительное поведение как фактор здоровья](#)
- [Свободное время и его показатели](#)

Зачем

Что

Где

Как

# ВЦИОМ


 ENG  
 Москва, ул. Пречистенка, 38  
 +7 (495) 748-08-07; E-mail: web@wciom.com

Поиск по сайту

О НАС | ЖУРНАЛИСТАМ | КЛИЕНТАМ | ИССЛЕДОВАТЕЛЯМ И СТУДЕНТАМ | СОИСКАТЕЛЯМ | БАЗА ДАННЫХ | КНИГИ И ЖУРНАЛ | **ЗАКАЗАТЬ ИССЛЕДОВАНИЕ**

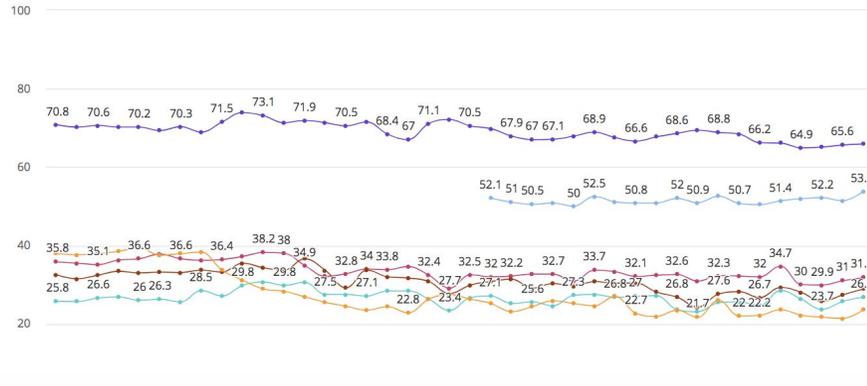
ИССЛЕДОВАНИЯ: ОПРОС "ВЦИОМ-СПУТНИК" | ПОЛИТИКА | ОБЩЕСТВО | БИЗНЕС | ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ | КОММУНИКАЦИИ

## Доверие политикам

**Вопрос (задается по каждому политику отдельно):** «Скажите, пожалуйста, Вы доверяете или не доверяете...?» (Закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных). *Варианты ответов:* «безусловно доверяю», «скорее доверяю», «скорее не доверяю», «безусловно не доверяю», «затрудняюсь ответить».

[Скачать данные](#)

**ДОВЕРИЕ политикам (суммы ответов «безусловно доверяю» и «скорее доверяю»)**



Журналистам

- Тематический каталог
- Аналитические обзоры
- Рейтинги и индексы
  - Доверие политикам (1)
  - Доверие политикам (2)
  - Рейтинг политических партий
  - Деятельность государственных институтов
  - Деятельность общественных институтов
  - Оценки работы министров
  - Оценка властей
  - Выборы-2018
  - Индексы социального самочувствия
  - Протестный потенциал
  - Индекс счастья
  - Индекс страхов
  - Индексы социальных оценок
  - Индекс социальных ожиданий
  - Индекс безработицы
  - Индекс трудоустройства
  - Индекс потребительского доверия

Скажите, пожалуйста, Вы доверяете или не доверяете ...?» (один ответ, % от опрошенных)	29.05.19	30.05-02.06.2019	03-09.06.2019
<b>Владимиру Путину</b>			
Безусловно доверяю	34,6	34,2	33,4
Скорее доверяю	37,7	38,2	38,3
Скорее не доверяю	13,6	13,7	15,0
Безусловно не доверяю	10,1	10,6	10,0
Затрудняюсь ответить	4,0	3,3	3,3
Индекс*(Индекс=Доверие-Недоверие)	49	48	47
<b>Михаилу Мишустину</b>			
Безусловно доверяю	-	-	-
Скорее доверяю	-	-	-
Скорее не доверяю	-	-	-
Безусловно не доверяю	-	-	-
Затрудняюсь ответить	-	-	-
Индекс*(Индекс=Доверие-Недоверие)	-	-	-
<b>Дмитрию Медведеву</b>			
Безусловно доверяю	10,3	11,6	11,8
Скорее доверяю	26,7	27,4	26,0
Скорее не доверяю	28,0	26,6	27,1
Безусловно не доверяю	30,1	30,7	30,6
Затрудняюсь ответить	4,9	3,7	4,5
Индекс*(Индекс=Доверие-Недоверие)	-21	-18	-20
<b>Владимиру Жириновскому</b>			
Безусловно доверяю	6,7	8,4	7,2
Скорее доверяю	29,5	26,9	26,9
Скорее не доверяю	29,8	28,6	29,3
Безусловно не доверяю	28,5	29,6	29,2
Затрудняюсь ответить	5,5	6,5	7,4
Индекс*(Индекс=Доверие-Недоверие)	-22	-23	-24
<b>Геннадию Зюганову</b>			
Безусловно доверяю	6,3	7,4	7,9
Скорее доверяю	26,3	27,3	25,8
Скорее не доверяю	32,3	30,1	30,7
Безусловно не доверяю	25,1	25,1	24,9
Затрудняюсь ответить	10,0	10,1	10,7
Индекс*(Индекс=Доверие-Недоверие)	-25	-21	-22

Зачем

Что

Где

Как

# ВЦИОМ

## Политические рейтинги и индексы

 <b>Доверие политикам</b>	 <b>Рейтинг политических партий</b>	 <b>Государственные институты</b>
 <b>Общественные институты</b>	 <b>Оценка властей</b>	 <b>Выборы-2018</b>

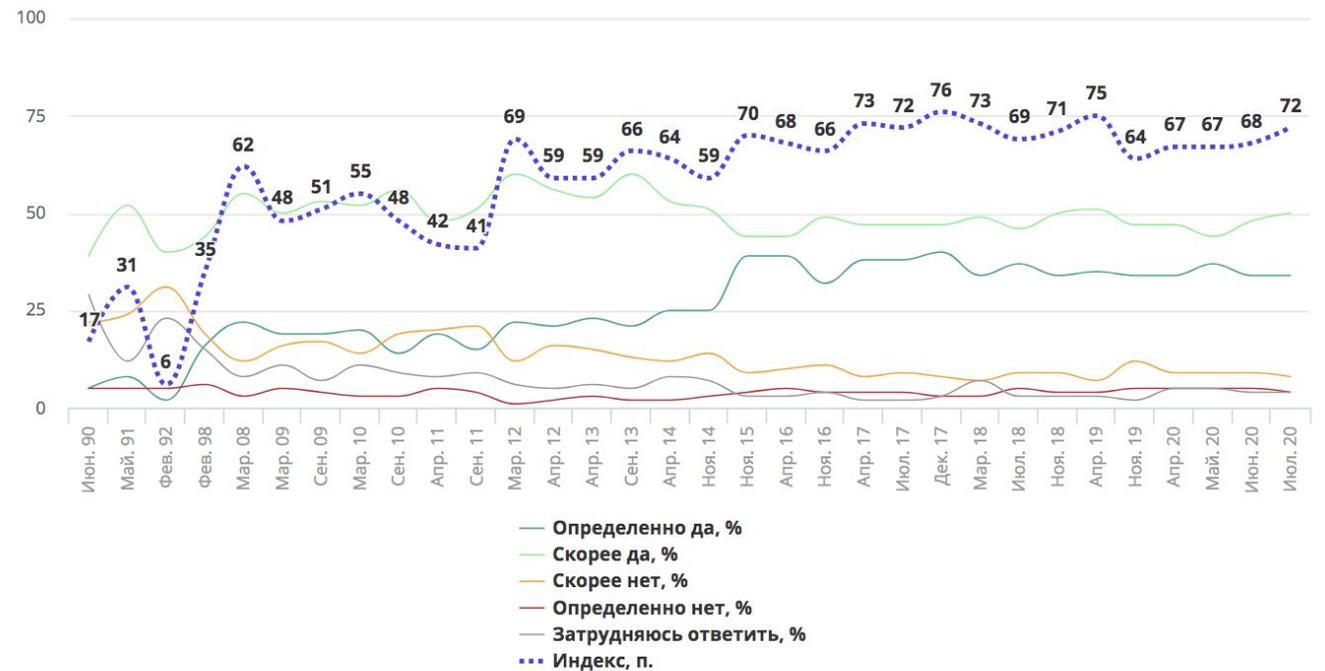
## Социально-экономические показатели

 Индексы социального самочувствия	 Протестный потенциал	 Индекс счастья	 Индекс страхов	 Индексы социальных оценок	 Индекс социальных ожиданий
 Индекс безработицы	 Индекс трудоустройства	 Индекс потребительского доверия	 Индекс кредитного оптимизма	 Индексы восприятия инфляции	 Пользование Интернетом

## Индекс счастья

**Вопрос:** В жизни бывает всякое - и хорошее, и плохое. Но если говорить в целом, Вы счастливы или нет? (закрытый вопрос, один ответ, % опрошенных и индекс в пунктах)

[Скачать таблицу с динамикой](#)



С 15.01.2017 г. представлены данные на основании опросов "**ВЦИОМ-СПУТНИК**" - ежедневного всероссийского телефонного опроса ВЦИОМ.

С 23.01.2018 вариант ответа "затрудняюсь ответить" зачитывается оператором респонденту при задавании вопроса (ранее

Зачем

Что

Где

Как

# Левада-Центр



(499) 755-40-30 (ул.Никольская) | +7-968-807-35-85 | direct@levada.ru  
Пресс-служба: +7 (925) 894-50-63 | inform@levada.ru

- О ЦЕНТРЕ
- ПРЕСС-ВЫПУСКИ
- ИНДИКАТОРЫ
- АНАЛИТИКА
- ЗАКАЗЧИКАМ
- КОНТАКТЫ
- LAV



ОТ МНЕНИЙ — К ПОНИМАНИЮ

ПРЕСС-ВЫПУСКИ

ТЕГИ

## ВАКЦИНА ОТ КОРОНАВИРУСА

28.08.2020

Версия для печати

Опрос проведен 20 – 26 августа 2020 года по репрезентативной всероссийской выборке городского и сельского населения объемом 1601 человек в возрасте от 18 лет и старше в 137 населенных пунктах, 50 субъектах РФ. Исследование проводится на дому у респондента методом личного интервью. Распределение ответов приводится в процентах от общего числа опрошенных. Вопросы были сформулированы совместно с “Открытыми медиа”.

Статистическая погрешность при выборке 1600 человек (с вероятностью 0,95) не превышает:

[Волков Гудков](#) ЕС

[Запад](#) Красильникова Крым

[Левинсон](#) Москва Навальный

[Пипия Путин](#) СССР Сирия

[Украина](#) бедность власть

[война выборы голосование](#)

[госдума гражданское общество](#)

[доверие история коррупция](#)

[кризис международные](#)

[отношения митинги мигранты](#)



(499) 755-40-30 (ул.Никольская) | +7-968-807-35-85 | direct@levada.ru  
Пресс-служба: +7 (925) 894-50-63 | inform@levada.ru

- О ЦЕНТРЕ
- ПРЕСС-ВЫПУСКИ
- ИНДИКАТОРЫ
- АНАЛИТИКА
- ЗАКАЗЧИКАМ
- КОНТАКТЫ
- LAV

- ОДОБРЕНИЕ ОРГАНОВ ВЛАСТИ
- ПОЛОЖЕНИЕ ДЕЛ В СТРАНЕ
- СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНДИКАТОРЫ
- ОТНОШЕНИЕ К СТРАНАМ



ОТ МНЕНИЙ — К ПОНИМАНИЮ

ИНДИКАТОРЫ

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛА

## ОДОБРЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЛАДИМИРА ПУТИНА



Вы в целом одобряете или не одобряете деятельность Владимира Путина на посту президента (премьер-министра) России? (с апреля 2020 г. опросы проводятся

[ОДОБРЕНИЕ ОРГАНОВ ВЛАСТИ](#)

[ПОЛОЖЕНИЕ ДЕЛ В СТРАНЕ](#)

[СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНДИКАТОРЫ](#)

[ОТНОШЕНИЕ К СТРАНАМ](#)

ТЕГИ

[Волков Гудков](#) ЕС

[Запад](#) Красильникова Крым

[Левинсон](#) Москва Навальный

[Пипия Путин](#) СССР Сирия

[Украина](#) бедность власть

Зачем

Что

Где

Как

# Левада-Центр



Аналитический Центр Юрия Левады (Левада-Центр)

Выходит 2 раза в год. Год издания 27-й  
Январь-июнь 2020

## Вестник общественного мнения

Данные. Анализ. Дискуссии **1-2(130)**

**РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:**  
А.Г. Аганбегян  
А.Г. Вишневский  
Л.М. Дробизева  
Е.Г. Ясин

**РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:**  
Л.Д. Гудков (главный редактор)  
Н.А. Зоркая (ответственный редактор)  
М.Д. Красильникова  
Л.А. Хахулина (зам. главного редактора)

СОДЕРЖАНИЕ	
<b>МОНИТОРИНГ ПЕРЕМЕН: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ</b>	4
<b>УСЛОВИЯ СОЦИАЛЬНОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА</b>	
«Поколение Z»: Молодежь времени путинского правления	21
Денис ВОЛКОВ. Отличия молодых россиян от представителей старших поколений: результаты социологического мониторинга	122
Анастасия КАРАВАЙ. Досуговая активность российской молодежи: основные типы и факторы выбора	130
Денис ВОЛКОВ, Степан ГОНЧАРОВ. Российский медиаландшафт — 2020: Телевидение, Интернет, социальные сети и мессенджеры	141
Сергей НИКОЛЮК. Беларусь накануне шестого переутверждения Лукашенко	148
<b>ГРАНИЦЫ ЗНАЧИМОСТИ ПРАВА</b>	
Денис ВОЛКОВ, Степан ГОНЧАРОВ, Мария СНЕГОВАЯ. Верховенство права: Российское общественное мнение о правовой защищенности и возможности отстаивать свои права	154
Федор ВОСКРЕСЕНСКИЙ, Екатерина ВОСКРЕСЕНСКАЯ. Самостоятельность и независимость следователей в системе правосудия (по результатам социологического исследования)	166
<b>ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИЧНОСТИ</b>	
Зеев (Владимир) ХАНИН. Ашкеназские евреи бывшего СССР: религиозная идентичность и религиозно-культурная традиция	182
Любовь БОРУСЯК. Молодые интеллектуалы: почему они уезжают из России, а потом решают вернуться?	191
<b>Авторы номера</b>	206
<b>SUMMARY</b>	207

Ответственный редактор выпуска Н.А. Зоркая

Редактор Е.Л. Коган

Корректор Е.В. Пищулина

Аналитический Центр Юрия Левады (Левада-Центр)  
109012, Москва, ул. Никольская, 17. Тел.: (499) 755-40-30  
E-mail: direct@levada.ru

При перепечатке материалов ссылка на журнал обязательна

Зарегистрировано Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций ПИ № 77981 от 10 декабря 2003 г.

© Левада-Центр, Интерцентр, 2008 ISSN 2070-5107

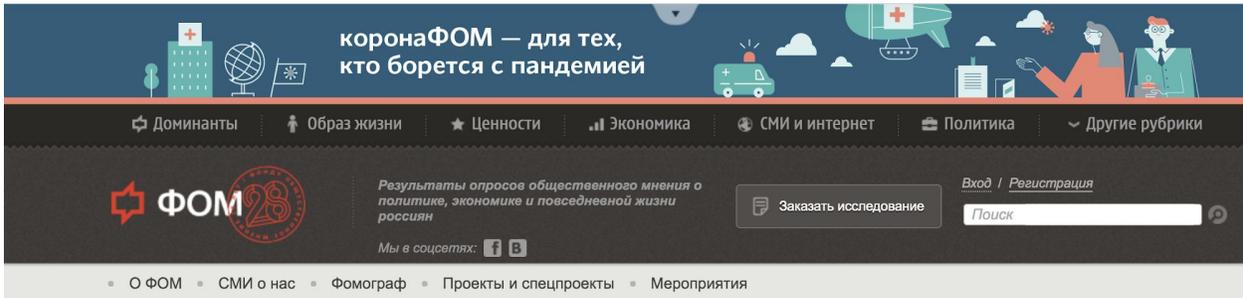
Зачем

Что

Где

Как

## Проекты ФОМ



### Доминанты

Исследование основных показателей, таких как электоральные рейтинги ведущих политиков и политических партий, мнения и настроения в обществе, рейтинги доверия правительству.

### Финансы

Экономические и рыночные факторы, влияющие на жизнь общества. Исследование рынков и финансовой ситуации в стране и мире. Рейтинги компаний и их благосостояния.

### 10 ЦИФР МЕСЯЦА ИЮЛЬ 2020

- 22%** наших сограждан собираются в этом году отдохнуть в пределах России
- 36%** россиян, как правило, не доверяют врачам больниц и поликлиник
- 49%** чувствуют себя уверенно, когда думают о своем будущем

### Политические индикаторы

- Президент**  
Владимир Путин
- Правительство**  
Михаил Мишустин
- Правящая партия**  
Единая Россия

### Интернет

Проникновение интернета по России, СМИ и Интернет. Сетевые индексы, рейтинги и индикаторы. Роль онлайн-компаний в жизни людей. Социальные сети и их влияние на общество.

### Гражданское общество

Общественные индикаторы, самые обсуждаемые темы среди населения страны, факторы и события которые повлияли на жизнь людей за последнее время.

# World Values Survey и European Social Survey



## Site Sections

- ▶ WVS wave 7
- ▶ Who we are
- ▶ What we do
- ▶ Findings & Insights
- ▶ Data & Documentation
- ▶ Publications
- ▶ Paper Series
- ▶ Contact Us
- ▶ Announcements

## Welcome to the World Values Survey site

**3,...2,...1...We are LIVE! WVS-7 New Data Release is available for downloading now!**

The World Values Survey Association announces the first release of the latest World Values Survey dataset (WVS-7, V1.0). Fieldwork for this 7th wave was conducted from mid-2017 to early-2020. This includes 77 countries and societies on all inhabited continents around the globe, ranging from Albania, Australia and Argentina to the United States, Vietnam and Zimbabwe, as well as surveys conducted in collaboration with the European Values Study. In total, over

## Quick Links

Donate



Why donate the WWSA?

**NEW** World Values Survey Wave 7 released!

**Download WVS7 data & documentation**

**WVS 1981-2014 Longitudinal File**  
**NEW** Download the latest version of the cumulated 1981-2014 data file in different formats *(last updated 18-04-2015)*

**Tropehart - Welzel's Cultural Man**



## The European Social Survey

*We're an academically driven cross-national survey using high methodological standards to provide freely available data for 38 countries. MORE...*



## Latest news



17/08/20

Call for Southern European Ambassador



04/08/20

Call for online panel questions now open



Data and Documentation



Methodological Research

Зачем

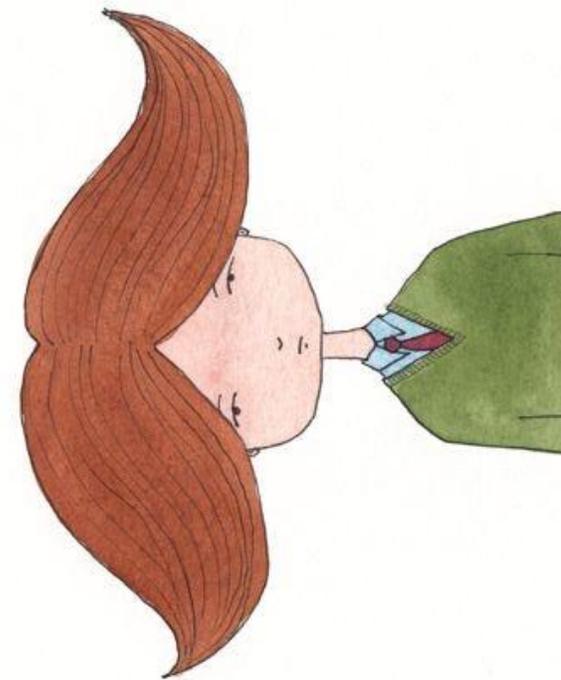
Что

Где

Как

# Тематика

- Поддержка демократии
- Толерантность к иностранцам и этническим меньшинствам
- Поддержка гендерного равноправия
- Роли религии и изменения религиозности
- Влияние глобализации
- Отношение к окружающей среде, работе, семье, политике, национальной идентичности, культуре, отсутствию безопасности
- Субъективное благополучие и т.д.



Зачем

Что

Где

Как

# Мониторинг и анализ СМИ

# Электронные ресурсы ВШЭ



<https://www.mlg.ru/>

Зачем

Что

Где

Как

# Brand Analytics

Аделова А., Мазур Н., Поликорпова Е., Фомичева Е.  
Сбор и анализ данных для построения  
коммуникационной стратегии бренда «Леруа Мерлен»  
// Москва. 2020. 142 с.

## Анализ информационного поля с помощью Brand Analytics

Основываясь на данных 43 150 сообщений, собранных с помощью сервиса Brand Analytics в период с 13.11.2019 по 8.02.2020, можно сделать следующие выводы:

1. В основном «Леруа Мерлен» в Интернет-пространстве упоминают женщины (71% всех сообщений);
2. Преобладающий возраст авторов сообщений – 25-34 года, реже всего о бренде пишут люди до 18 лет;
3. К регионам, где больше всего говорят о «Леруа Мерлен», относятся: Москва (4 650 сообщений) и МО (1 771 сообщение), Краснодарский край (1 505 сообщений), Санкт-Петербург (1 503), Белгородская область (1 092). Количество упоминаний в Москве значительно больше, чем в других регионах: это можно обосновать большим распространением сети в населенном пункте;
4. Вовлеченность достаточно высока и равна 1 946 508 (общая сумма сообщений, лайков и комментариев);
5. По тональности система оценивает упоминания как нейтральные: не найдено ни позитивных, ни негативных сообщений. По этой причине показатель лояльности аудитории к бренду равен нулю.

Зачем

Что

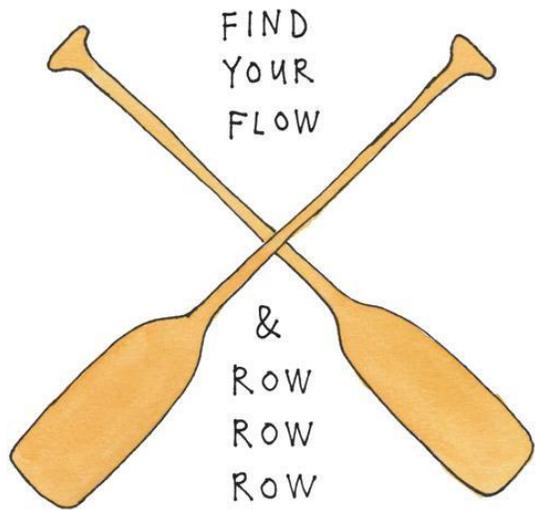
Где

Как

**Как искать?**

# HINTS & TIPS

- Поискать материалы в академических журналах **тематических**, определиться с ключевыми словами и темой. Тема должна быть интересна лично вам и в идеале - **актуальной** и горячей. В идеале – выделить **несколько ступеней внутри темы**: от широкого контекста – к узкому.
- Определите **ключевые слова**, по которым вы будете искать литературу.



- Определите **критерии** подходящих вам статей, выберите несколько, которые вам однозначно подходят.
- Посмотрите, **кто ссылается на эти статьи** (см. базы данных научного цитирования)
- Посмотрите **диссертации** по вашей теме, ознакомьтесь со списком литературы.

Зачем

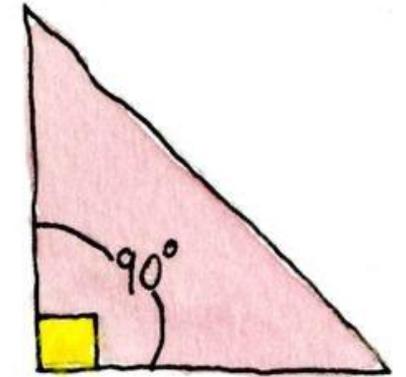
Что

Где

Как

# Типы фильтров и синтаксиса

- По дате (включая дату, указанную в публикации)
- По автору
- По определенным ресурсам, отдельным изданиям
- Логические операторы И, ИЛИ, НЕ
- Контекстные ограничители (ограничить поиск несколькими подряд идущими предложениями, допустимое расстояние между объектами поиска)
- Операторы следования (порядок расположения объектов поиска в документе)
- Поиск по конкретным словам (через «»), наборам слов (через +) или с исключением слов (через -)



ARE YOU A 90° ANGLE?  
BECAUSE YOU'RE LOOKING RIGHT.

Зачем

Что

Где

Как

# Синтаксис и фильтры поиска

- В любой поисковой системе можно и нужно применять синтаксис и фильтры для сужения поиска информации и минимизации «шума»
- В ряде систем он встроен в поиск и необходимо ознакомиться с правилами (например, EastView, Ebsco и т.д.)
- В поисковых системах Яндекс, Google, включая Google Scholar он также имеется
  - <https://support.google.com/websearch/answer/2466433>
  - <https://yandex.ru/support/direct/keywords/symbols-and-operators.html>



# Пример с операторами и без

Google Scholar

маркетинговые коммуникации

Статьи

Результатов: примерно 61 100 (0,06 сек.)

За все время

С 2020

С 2019

С 2016

Выбрать даты

По релевантности

По дате

включая патенты

показать цитаты

Создать оповещение

## Маркетинговые коммуникации

АА Романов, ИМ Синяева, ВА Поляков - 2011 - e-library.ru

Учебник ориентирован на овладение занятиями и навыками в маркетинге продвижения, опираясь на теорию интегрированных маркетинговых коммуникаций. Основные элементы маркетинговых коммуникаций—реклама, PR, методы ...

☆ Цитируется: 192 Похожие статьи Все версии статьи (2)

## [PDF] Р 69 Маркетинговые коммуникации

АА Романов, АВ Панько - М.: Эксмо, 2006 - e-reading-lib.com

Когда мужчина на вечеринке подходит к женщине и говорит, что он прекрасный любовник и она должна поехать с ним к нему домой,—это прямая продажа. Когда он встает на табурет и объявляет всем, что он прекрасный любовник,—это реклама. Когда ...

☆ Цитируется: 403 Похожие статьи Все версии статьи (9) ✕

## [PDF] Маркетинговые коммуникации

НВ Борушко - 2012 - elib.belstu.by

Составной частью теоретических и практических знаний в маркетинге выступают его коммуникации. А исторический генезис таких элементов маркетинговых коммуникаций, как реклама и персональные (личные) продажи, надолго опередил появление и ...

☆ Цитируется: 134 Похожие статьи Все версии статьи (6) ✕

## [книга] Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума

А Ульяновский - 2017 - books.google.com

Перед вами уникальная по содержанию и логике изложения книга, посвященная маркетинговым коммуникациям. Она может стать настольной для читателя, потому что в ней всесторонне и вместе с тем лаконично изложена вся наиболее важная ...

☆ Цитируется: 332 Похожие статьи Все версии статьи (3)

Google Scholar

"маркетинговые коммуникации"

Статьи

Результатов: примерно 16 900 (0,04 сек.)

За все время

С 2020

С 2019

С 2016

Выбрать даты

По релевантности

По дате

включая патенты

показать цитаты

Создать оповещение

## [PDF] Р 69 Маркетинговые коммуникации

АА Романов, АВ Панько - М.: Эксмо, 2006 - e-reading-lib.com

Когда мужчина на вечеринке подходит к женщине и говорит, что он прекрасный любовник и она должна поехать с ним к нему домой,—это прямая продажа. Когда он встает на табурет и объявляет всем, что он прекрасный любовник,—это реклама. Когда ...

☆ Цитируется: 403 Похожие статьи Все версии статьи (9) ✕

## Маркетинговые коммуникации

АА Романов, ИМ Синяева, ВА Поляков - 2011 - e-library.ru

Учебник ориентирован на овладение занятиями и навыками в маркетинге продвижения, опираясь на теорию интегрированных маркетинговых коммуникаций. Основные элементы маркетинговых коммуникаций—реклама, PR, методы ...

☆ Цитируется: 192 Похожие статьи Все версии статьи (2)

## Маркетинговые коммуникации. Учебное пособие

ЕИ Мазилкина - 2010 - e-library.ru

Данная книга представляет собой учебно-практическое пособие. В книге излагаются подходы к управлению сбытовой деятельностью организации, определяется значение продвижения в комплексе маркетинга, раскрываются особенности применения средств ...

☆ Цитируется: 159 Похожие статьи Все версии статьи (3)

## [книга] Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума

А Ульяновский - 2017 - books.google.com

Перед вами уникальная по содержанию и логике изложения книга, посвященная маркетинговым коммуникациям. Она может стать настольной для читателя, потому что в ней всесторонне и вместе с тем лаконично изложена вся наиболее важная ...

☆ Цитируется: 332 Похожие статьи Все версии статьи (3)

Зачем

Что

Где

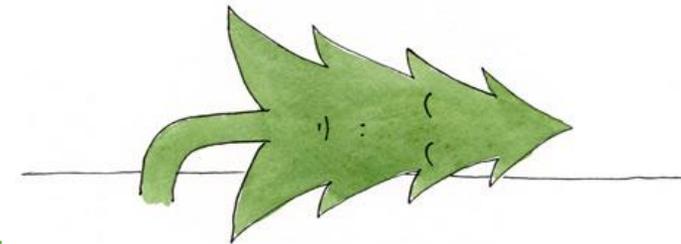
Как

# Поисковые запросы

- Запрос не должен быть очень узким
- В то же время и не очень широким
- Запрос не должен быть просто переводом вашей темы с русского на английский
- Посмотрите, какие термины используют ученые
- Вы должны корректно использовать логические операторы

(adolescen\* OR teen\*) AND ("deviant behavio\*" OR "substance abuse" OR drug\* OR "problem drink\*" OR smoking) AND ("peer influence" OR "peer network\*" OR "friendship network\*" OR "peer pressure" OR "peer group")

When no one is looking,  
trees go to sleep.



marc jehus

Зачем

Что

Где

Как

# Задание

## Подготовка к игре «Что? Где? Когда?»

- Получить удалённый доступ к электронным ресурсам ВШЭ
- Изучить поиск в Google Scholar
- Изучить электронную библиотеку НИУ ВШЭ
  - Обратить внимание на: базу зарубежной и отечественной периодики
- Пройти дополнительную регистрацию в eLibrary
  - Попрактиковаться в поиске Public.ru
- Изучить сайты ВЦИОМа, ФОМа, Левада-центра

## «Что? Где? Когда?»

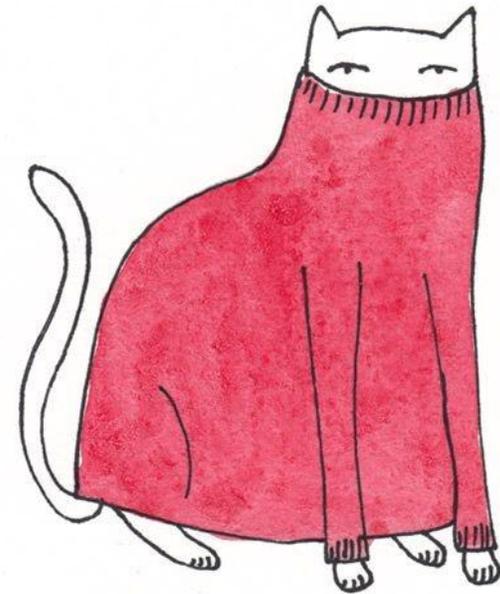
- Студенты делятся на команды по 4-5 человек.
- Преподаватель выводит на слайд задание и даёт определённое количество времени на его выполнение.
- После этого, каждая из команд совместно его выполняет.
  - По окончании времени, отведенного на выполнение задания, студенты сдают ответ, записанный на бумаге преподавателю.
- Преподаватель даёт правильный ответ на вопрос.

# КОНТАКТЫ

---

**Any questions?**

Захарова Александра Игоревна  
[88avenged@gmail.com](mailto:88avenged@gmail.com)



An oversized sweater  
always feels better.

*marc johns*

# Работа с библиотекой: бесплатные ресурсы

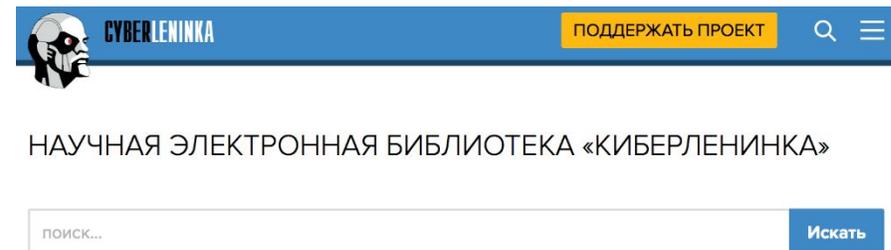
- The **Directory of Open Access Journals (DOAJ)** (<https://doaj.org/>) - сайт, на котором перечислены журналы с открытым доступом и он содержится компанией Infrastructure Services for Open Access



- **E-library** (<https://elibrary.ru>) – библиотека, индекс цитируемости российских ученых



- **Cyberleninka** – она есть... (<https://cyberleninka.ru>)



- **И еще немного полезных ссылок**

- Online Index of Forensic Research ([http://fmp.mnsu.edu/forensicindex/online\\_index.html](http://fmp.mnsu.edu/forensicindex/online_index.html))
- American Rhetoric (including Online Speech Bank) ([www.americanrhetoric.com](http://www.americanrhetoric.com)).
- Famous Speeches & Audio (History Channel) ([www.history.com/speeches](http://www.history.com/speeches)).
- Silva Rhetoricae (<http://humanities.byu.edu/rhetoric/silva.html>).