

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова  
Социологический факультет

«УТВЕРЖДАЮ»  
Декан социологического факультета,  
профессор  
Н.Г.ОСИПОВА  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 г.

**Рабочая программа дисциплины  
«Технологии формирования общественного мнения»  
«Public Opinion Technologies»**

Уровень высшего образования  
бакалавриат

Направление подготовки  
**41.03.06 - Публичная политика и социальные науки**

Направленность ОПОП:  
**Экспертная деятельность и управление социально-политическими проектами**

Форма обучения:  
очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена  
На заседании Учёного Совета факультета  
(протокол №\_\_ от \_\_\_\_\_ 2023 г.)

Москва – 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 41.03.06 – Публичная политика и социальные науки (уровень бакалавриата), утверждённым приказом Министерства образования и науки РФ № 1001 от 13 августа 2020 г. (с изменениями и дополнениями от 26.11.2020г.)

Год (годы) приёма на обучение: 2021, 2022, 2023

1. **Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:** относится к блоку дисциплин профессионального цикла вариативной части, 6 семестр.
2. **Входные требования для освоения дисциплины, предварительные условия:** «Информационно-коммуникационные технологии», «Концепции публичной сферы», «Основы публичной политики», «Социология массовых коммуникаций», «Социально-политические коммуникации», «Связи с общественностью».
3. **Результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с требуемыми компетенциями выпускников.**

<b>Компетенции выпускников (коды)</b>	<b>Индикаторы (показатели) достижения компетенций</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряжённые с компетенциями</b>
ОПК-5. Способен формировать дайджесты и аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации	Индикатор ОПК-5.1 Отбирает и анализирует материалы общественно-политической направленности для публикации в СМИ	<b>УМЕТЬ:</b> – осуществлять отбор необходимой социально-политической информации по конкретной проблеме
	Индикатор ОПК-5.2 Участствует в подготовке текстов различной жанрово-стилистической принадлежности (дайджесты, аналитические материалы общественно-политической направленности) по профилю деятельности для публикации в СМИ и научных журналах	<b>ЗНАТЬ:</b> – виды текстов различной жанрово-стилистической принадлежности и требования к логике их построения – специфику размещения дайджестов и аналитических материалов в различных типах СМИ <b>УМЕТЬ:</b> – писать и оформлять тексты различной жанрово-стилистической направленности
ПК-7. Способен создавать информационные и информационно-аналитические материалы по социальной и общественно-политической проблематике и формировать стратегию их продвижения с	ПК 7.1 Готовит текстовые и аудиовизуальные информационные материалы по социальной и общественно-политической проблематике	<b>ЗНАТЬ:</b> – виды аудиовизуальных информационных материалов – виды актуальных для профессиональной деятельности текстовых материалов <b>УМЕТЬ:</b>

учёт особенностей целевой аудитории		– готовить различные виды текстовых и аудиовизуальных информационных материалов осуществления профессиональной деятельности
ПК-8. Способен к участию в реализации программ формирования общественного мнения в интересах органов государственной и муниципальной власти и управления, общественно-политических объединений, бизнес-структур, некоммерческих, профессиональных и иных организаций, СМИ	ПК-8.2 Применяет технологии внешней и внутренней коммуникации органов государственной власти и местного самоуправления, общественных, профессиональных, коммерческих и иных организаций в целях формирования общественного мнения	<b>ЗНАТЬ:</b> – технологии формирования общественного мнения <b>УМЕТЬ:</b> – использовать технологии внешней и внутренней коммуникации в целях формирования общественного мнения

4. **Формат обучения:** очный.

5. **Объём дисциплины (модуля)** составляет 2 з.е., в том числе 32 академических часа, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, (32 часа лекций); 40 часов составляет самостоятельная работа обучающегося.

6. **Содержание дисциплины (модуля)**, структурированное по темам (разделам) с указанием отведённого на них количества академических часов и виды учебных занятий:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплин / Наименование разделов (этапов) практики	Трудоёмкость (в ак. часах) по формам занятий (для дисциплин) и видам работ (для практик)			Самостоятельная работа	ВСЕГО	Формы контроля самостоятельной работы
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем)					
		Виды контактной работы, часы					
		Лекции	Практические занятия (семинары)	всего			

1	Тема 1. Общественное мнение как социальное явление: генезис и сущность.	2		2	3		
2	Тема 2. Теоретико-методологические подходы к изучению общественного мнения.	2		2	3		
3	Тема 3. Общественное мнение в сфере публичной политики.	2		2	3		
4	Тема 4. Структура и функции общественного мнения.	2		2	3		
5	Тема 5. Институциональные каналы формирования общественного мнения.	2		2	3		
6	Тема 6. Общественное мнение и идеология.	2		2	3		
7	Тема 7. Общественное мнение в социально-политических системах разного типа.	4		4	3		
8	Тема 8. Влияние общественного мнения на принятие политических решений.	2		2	3		
9	Тема 9. Формирование общественного мнения в электоральном процессе.	2		2	4		

10	Тема 10. Социальные механизмы формирования общественного мнения.	4		4	4		
11	Тема 11. Технологии формирования общественного мнения посредством СМИ.	4		4	4		
12	Тема 12. Управление и формирование общественного мнения в кризисных ситуациях.	4		4	4		
		<b>Промежуточный контроль (зачёт)</b>					
<b>13</b>	<b>Итого: 72</b>	<b>32</b>		<b>32</b>	<b>40</b>	<b>72</b>	

### Содержание учебной дисциплины:

#### **Тема 1. Общественное мнение как социальное явление: генезис и сущность.**

Сущность общественного мнения как социального явления. Общественное мнение в социокультурной системе современного общества. Анализ понятия общественного мнения в социальной философии. Общественное мнение как фактор жизнедеятельности общества. Общественное мнение в пространстве публичной политики. Объективные и субъективные стороны функционирования и изучения общественного мнения. Функции общественного мнения.

#### **Тема 2. Теоретико-методологические подходы к изучению общественного мнения.**

Представления об общественном мнении в античности. Древнегреческая демократия и общественное мнение. Понятие публичности в Древнем Риме. Популяры и оптиматы. «Идолы» Ф. Бэкона. Первые попытки обобщения роли общественного мнения в работах Дж. Локка и У. Темпла. Общая воля и общественное мнение у Ж.-Ж. Руссо. Процесс институционализации общественного мнения в Европе. Общественное мнение, толпа и публика в концепции Г. Тарда. Роль общественного мнения в поддержании общественной солидарности (Ф. Теннис). Общественное мнение и публичная сфера (Ю. Хабермас). Вклад У. Липпмана в разработку теории общественного мнения. Общественное мнение и стереотипы. Роль общественного мнения в поддержании демократической стабильности (Дж. Гэллап). Вклад колумбийской и мичиганской школы в изучение взаимосвязи общественного мнения и политического поведения. Теория двухступенчатого потока информации (П. Лазарсфельд).

Теоретические и эмпирические вызовы и проблемы изучения общественного мнения в современной науке. Технологические, индустриальные, информационные изменения в современном обществе и изменение подходов к изучению и измерению общественного мнения. Критика эмпирических методов изучения общественного мнения школой П. Бурдые. Спор между критиками и сторонниками классических способов измерения общественного мнения. Кризис теории общественного мнения в 1980-90-е гг. Роль общественного мнения в современных социологических и политических исследованиях. Термостатическая модель общественного мнения К. Влезина и С. Сороки. Теория фреймов в исследовании общественного мнения. Экспериментальные методы изучения общественного мнения.

### **Тема 3. Общественное мнение в сфере публичной политики.**

Публичная политика как отражение политических предпочтений и мнений общества и отдельных социальных групп. Общественное мнение как двигатель социально-политических изменений. Роль общественного мнения в сфере публичной политики (законы Х. Кентрила). Общественное мнение как результат действий политических субъектов. Управление общественным мнением для достижения целей и задач публичной политики. Общественное мнение как источник власти. Общественное мнение и политическое представительство. Роль общественного мнения в функционировании представительных институтов власти. Реакция органов власти на функционирование общественного мнения. Предсказуемые и непредсказуемые факторы формирования общественного мнения. Проблема компетентности публики.

### **Тема 4. Структура и функции общественного мнения.**

Общественное мнение и общественное сознание. Уровни сознания. Соотношение рационального, эмоционального и волевого компонентов в общественном мнении. Динамическая структура общественного мнения (зарождение, функционирование, спад, отмирание). Субъекты формирования общественного мнения: социальные группы, организации, элиты, лидеры общественного мнения, СМИ. Объект общественного мнения: критерии выделения. Проблема соотношения субъекта и объекта общественного мнения. Ценности в структуре общественного мнения. Ценностно-идеологическая структура общественного мнения. Материальные, духовные, социальные и политические потребности и интересы как движущая сила формирования общественного мнения. Идеологическая, социально-психологическая, организационная, этнокультурная, религиозная составляющие общественного мнения, их иерархия и взаимосвязь.

### **Тема 5. Институциональные каналы формирования общественного мнения.**

Государственные органы власти как канал формирования общественного мнения. Политические партии и общественные движения как каналы формирования общественного мнения. Гражданское общество и неправительственные организации. Неформальные политические организации и объединения. Социальные сети как канал формирования общественного мнения. Создание и управление социальными сетями. Корпоративный мир как канал формирования общественного мнения. Роль политических лидеров и лидеров общественного мнения. Консалтинговые, рекламные и PR агентства.

### **Тема 6. Общественное мнение и идеология.**

Ценности и общественно-политические ориентации общества. Идеологическая, социально-психологическая, организационная, этнокультурная, религиозная составляющие общественного мнения, их иерархия и взаимосвязь. Формирование общественного мнения под воздействием слухов. Слухи как объективный атрибут межличностной коммуникации. Разновидности общественного мнения, сформированного под воздействием слухов.

#### **Тема 7. Общественное мнение в социально-политических системах разного типа.**

Механизмы формирования и принципы управления общественным мнением в различных типах социально-политических систем. Влияние политической культуры на структуры и особенности функционирования общественного мнения. Социальные расколы и дробление общественного мнения. Консенсус, компромисс и конфликт как атрибуты социально-политических системы и их роль в формировании общественного мнения. Роль общественного мнения в трансформации различных подсистем общества: политической, социальной, экономической, культурной.

#### **Тема 8. Влияние общественного мнения на принятие политических решений.**

Роль общественного мнения в процессе принятия политических решений. Зондаж общественного мнения как основа принимаемых решений. Роль опросов общественного мнения и фокус-групп при принятии политических решений. Общественное мнение как способ легитимизации принимаемых решений. Преимущества и недостатки использования общественного мнения при принятии политических решений. Консенсус Липпмана-Алмонда.

#### **Тема 9. Формирование общественного мнения в электоральном процессе.**

Использование общественного мнения в политической борьбе. Общественное мнение и выборы. Управление общественным мнением в выборных кампаниях. Базовые социологические процессы и избирательные технологии. Предвыборная работа с лидерами общественного мнения. Предвыборная работа с электоральной аудиторией. Формирование системы стереотипов и политической мифологии в ходе избирательных кампаний. Стимуляция низовой активности посредством формирования общественного мнения.

#### **Тема 10. Социальные механизмы формирования общественного мнения.**

Основные способы воздействия на поведение индивидов и социальных групп: принуждение, сотрудничество, манипулирование. Убеждение, внушение, подражание, заражение, социальная установка (принцип доминанты А.А. Ухтомского). Стереотипы: свойства, формы проявления (кодирование общественного сознания, миф). «Вечные» стереотипы, типовые стереотипы, отрицательные и положительные стереотипы. Приёмы выявления стереотипов. Определение и типы мифов. Характерные черты мифологического сообщения. Распространённые мифологемы. «Лидеры общественного мнения» и «группы интересов». Групповая идентичность и групповая солидарность в формировании общественного мнения. Социальное давление. Малые и большие группы в процессе формирования общественного мнения. Социально-психологические механизмы формирования общественного мнения: манипуляция, подчинение, убеждение, сила, авторитет. Образ «свой-чужой» в восприятии социальных проблем и формировании общественного мнения. Конформистская природа общественного мнения. Спираль молчания и страх изоляции (Э. Ноэль-Нойман).



### **Тема 11. Технологии формирования общественного мнения посредством СМИ.**

Роль СМИ в формировании общественного мнения. Типы и характеристики СМИ. Необходимость и принципы взаимодействия со СМИ. Функции СМИ по А. Катлу и А. Каду: антенны, призмы, фокуса, усилителя, эха. Понятие и составление медиа-карты. Стратегия и тактика использования СМИ в процессе формирования общественного мнения. Принципы выбора СМИ для информационного обеспечения кампании в сфере публичной политики. СМИ и целевые аудитории. Манипулятивный потенциал СМИ. Феномен фейк-ньюс. Роль интернета и социальных сетей в формировании общественного мнения.

### **Тема 12. Управление и формирование общественного мнения в кризисных ситуациях.**

Кризисные ситуации и общественное мнение. Основные характеристики общественного мнения в условиях подготовки к кризисам и во время их развития. Прогнозирование и преодоление кризисных ситуаций посредством работы с общественным мнением. Специфика управления общественным мнением в условиях кризиса. Мониторинг общественного мнения в кризисных ситуациях. Понятие медиации и её роль в связях с общественностью. Стадии процесса медиации.

## **7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)**

### **7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости.**

#### **7.1.1. Контрольные вопросы для самостоятельной подготовки:**

1. Подходы к определению общественного мнения.
2. Субъект и объект общественного мнения.
3. Функции и структура общественного мнения.
4. Подходы в исследовании общественного мнения.
5. Основные методы изучения общественного мнения.
6. Понятие публичности и общественного мнения в античности и Древнем Риме.
7. Развитие представлений об общественном мнении в работах представителей итальянского гуманизма.
8. Определение роли общественного мнения у представителей французского просвещения и материализма.
9. Институционализация общественного мнения в Европе.
10. История изучения общественного мнения в России.
11. Анализ общественного мнения философами и социологами XIX – начала XX вв. (И.Кант, Г.Тард, Г.Лебон и др.)
12. Подходы к пониманию общественного мнения и отражения действительности в общественном мнении Б.А. Грушина, М.К. Горшкова, Д.П. Гавры и др.
13. Спираль молчания Э.Ноэль-Нойман.
14. Французская школа П.Бурдьё изучения общественного мнения.

15. Современные центры России изучения общественного мнения (ВЦИОМ, ФОМ, Левада-центр): основные направления деятельности, методы исследования, представление результатов.
16. Роль общественного мнения в общественной политике.
17. Участие публики в достижении целей и задач политики.
18. Слухи как социальный феномен: понятие, механизм действия, влияние на общественное мнение.
19. Основные типы социально-политических систем.
20. Механизмы формирования и принципы управления общественным мнением в зависимости от типа социально-политической системы.
21. Роль общественного мнения в принятии политических решений.
22. Опросы общественного мнения и фокус-группы как инструменты подготовки и реализации политических решений.
23. Общественное мнение как инструмент в политической борьбе.
24. Работа с лидерами мнения в предвыборной кампании.
25. Способы воздействия на поведение индивидов и социальных групп.
26. Особенности формирования общественного мнения в малых и больших социальных группах.
27. СМИ и формирование общественного мнения в сфере политики – особенности взаимодействия.
28. Основные типы СМИ и их характеристики.
29. Интернет как инструмент формирования общественного мнения: основные формы и виды воздействия.
30. Понятие «кризисной ситуации», возникновение, развитие и разрешение.
31. Роль общественного мнения в предупреждении и преодолении кризисных ситуаций.

### **7.1.2. Темы рефератов, эссе:**

1. Общественное мнение как социальный институт.
2. Информационные и технические возможности изучения общественного мнения в сфере политики в современном обществе.
3. Влияние общественного мнения на принятие решений в сфере публичной политики.
4. Понимание общественного мнения и его роли в регулировании общественных отношений в работах Ж.-Ж. Руссо и Г.Тарда.
5. Исследования общественного мнения Дж. Гэллапом: обеспечение и поддержание демократии.
6. Законы Х.Кентрила в сфере публичной политики.
7. Влияние общественного мнения на образ и деятельность политических лидеров.
8. Этнокультурная и религиозная составляющая формирования общественного мнения в сфере политики.
9. Основные причины дробления общественного мнения и возникновения социальной напряжённости.
10. Основные инструменты и особенности их применения при оценке мнения общества в принятии решений в сфере политики.
11. Стереотипы и политическая мифология в избирательной кампании.
12. Особенности восприятия проблем и их отражение в общественном мнении у представителей различных социальных групп.
13. Примеры успешного использования СМИ в решении социальных конфликтов.

14. Управление общественным мнением при возникновении кризисной ситуации (на конкретном примере).

## **7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.**

### **Вопросы для подготовки к зачёту:**

1. Понятие, сущность и основные функции общественного мнения.
2. Структура общественного мнения.
3. Формы и каналы проявления общественного мнения в сфере политики.
4. Особенности взаимодействия политической сферы и общественного мнения.
5. История становления и развития исследований общественного мнения в Европе и Америке.
6. Отечественные подходы к изучению общественного мнения.
7. Основные каналы формирования общественного мнения.
8. Идеологическая составляющая формирования общественного мнения в публичной политике.
9. Основные факторы влияния на общественное мнение.
10. Особенности формирования общественного мнения в зависимости от типа социально-политической системы.
11. Изменение различных подсистем общества под влиянием общественного мнения: особенности и механизмы действия.
12. Принятие политических решений и общественное мнение: оценка политической деятельности и её легитимизация.
13. Общественное мнение и выборы: особенности использования и результаты.
14. Основные социально-психологические механизмы формирования общественного мнения.
15. Спираль молчания Э. Ноэль-Нойман.
16. Роль современных СМИ и цифровых технологий в формировании общественного мнения.
17. Причины возникновения, роль и механизмы действия фейк-ньюс на общественное мнение.
18. Особенности информационных войн в современном мире.
19. Общественное мнение в условиях политического кризиса: основные характеристики и особенности формирования.
20. Выражение воли народа (общественных групп) и политическая манипуляция.

### **Критерии оценки ответов на зачёте:**

Зачтено	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем научном языке. Студент хорошо владеет необходимыми источниками и литературой, хорошо ориентируется в них, использует при ответе специализированную лексику, даёт хорошие ответы на основной и дополнительные вопросы.
Не зачтено	В ответе полностью отсутствует явная логика. Студент не владеет в полной мере даже основными источниками, не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, даёт неудовлетворительные ответы на дополнительные и основные вопросы.

**Шкала и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)**

Индикатор	ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ результатов обучения (РО) по дисциплине (модулю)					Виды оценочных средств
	Оценка Результаты обучения	2	3	4	5	
<b>Индикатор ОПК-5.1</b> <b>Отбирает и анализирует материалы общественно-политической направленности для публикации в СМИ</b>	<b>Уметь</b> осуществлять отбор необходимой социально-политической информации по конкретной проблеме	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Устный и письменный опрос по лекционному материалу, подготовка сообщений по контрольным вопросам, подготовка и написание эссе/рефератов (темы 1-3, 9-11)
<b>Индикатор ОПК-5.2</b> <b>Участствует в подготовке текстов различной жанрово-стилистической принадлежности (дайджесты, аналитические материалы общественно-политической</b>	<b>Знать</b> виды текстов различной жанрово-стилистической принадлежности и требования к логике их построения	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу, подготовка сообщений по контрольным вопросам, подготовка и написание эссе/рефератов (темы 9, 11)

<b>направленности) по профилю деятельности для публикации в СМИ и научных журналах</b>	<b>Знать</b> специфику размещения дайджестов и аналитических материалов в различных типах СМИ	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу, подготовка сообщений по контрольным вопросам, подготовка и написание эссе/рефератов (темы 2-3, 7-8, 11)
	<b>Уметь</b> писать и оформлять тексты различной жанрово-стилистической направленности	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение (допускает неточности неприципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Подготовка сообщений по контрольным вопросам, подготовка и написание эссе/рефератов (темы 2-3, 7-9, 11)
<b>Индикатор ПК-7.1</b> <b>Готовит текстовые и аудиовизуальные информационные материалы по социальной и общественно-политической проблематике</b>	<b>Знать</b> виды аудиовизуальных информационных материалов	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу, подготовка сообщений по контрольным вопросам, подготовка и написание эссе/рефератов (темы 4-9, 10-11)

	<b>Знать</b> виды актуальных для профессиональной деятельности текстовых материалов	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу, подготовка сообщений по контрольным вопросам, подготовка и написание эссе/рефератов (темы 9, 11)
	<b>Уметь</b> готовить различные виды текстовых и аудиовизуальных информационных материалов осуществления профессиональной деятельности	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Подготовка сообщений по контрольным вопросам, подготовка и написание эссе/рефератов (темы 9, 11)
<b>Индикатор ПК-8.2</b> <b>Применяет</b> <b>технологии внешней</b> <b>и внутренней</b> <b>коммуникации</b> <b>органов</b> <b>государственной</b> <b>власти и местного</b> <b>самоуправления,</b> <b>общественных,</b> <b>профессиональных,</b> <b>коммерческих и</b>	<b>Знать</b> технологии формирования общественного мнения	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу, подготовка сообщений по контрольным вопросам, подготовка и написание эссе/рефератов (темы 9-12)

<p><b>иных организаций в целях формирования общественного мнения</b></p>	<p><b>Уметь</b> использовать технологии внешней и внутренней коммуникации в целях формирования общественного мнения</p>	<p>Отсутствие умений</p>	<p>В целом успешное, но не систематическое умение</p>	<p>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)</p>	<p>Успешное и систематическое умение</p>	<p>Подготовка сообщений по контрольным вопросам, подготовка и написание эссе/рефератов (темы 5-7, 9-12)</p>
--	---	--------------------------	---	--	--	---

## **8. Ресурсное обеспечение.**

### **8.1. Перечень основной и дополнительной литературы**

#### **а) основная литература:**

1. Конституция Российской Федерации (с текстом гимна России). Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. М.: Проспект, 2017. – 32 с. URL: <http://constitution.kremlin.ru/>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения. М.: Академия, 2013.
3. Политология: Учебник. А.Ю. Мельвиль и др. М.: Проспект, 2009.
4. Козырев Г.И. Социология общественного мнения: образ врага в истории, теории и общественном сознании. М.: Форум: ИНФРА-М, 2017.
5. Тард Г. Общественное мнение и толпа. М.: URSS: ЛЕНАНД, 2015.
6. Федотова Л.Н. Общественное мнение: хулить или валить? М.: Вест-Консалтинг, 2018.
7. Федотова Л.Н. Общественное мнение в рекламе и связях с общественностью. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013.
8. Bennett S.W. Applying Public Opinion in Governance: The Uses and Future of Public Opinion in Managing Government. Palgrave MacMillan, 2017. Электронный ресурс: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-54696-4>
9. Kim J. Phenomenology of Public Opinion: Communicative Body, Intercorporeality and Computer-Mediated Communication / Political Phenomenology. (Eds.) Hwa Yol, Lester Embree. Springer, 2016. Электронный ресурс: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-27775-2\\_15](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-27775-2_15)
10. Rui Liu, Yungeng Xie, Yixuan Xie. A Study of Online Public Opinion in New Media Environment / New Media and China's Social Development. (Ed.) Yungeng Xie. Springer, 2017. Электронный ресурс: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-10-3994-2\\_5](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-10-3994-2_5)
11. White R. Public Opinion on Economic Globalization: Considering Immigration, International Trade, and Foreign Direct Investment. Palgrave MacMillan, 2017. Электронный ресурс: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-58103-3>

#### **б) дополнительная литература:**

1. Боришполец К.П. Методы политических исследований. М.: Аспект Пресс, 2010.
2. Вебер М. Политика как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990.
3. Гоуайзер Ш. Путеводитель журналиста по опросам общественного мнения. М.: Вагриус, 1997.
4. Докторов Б.З. Реклама и опросы общественного мнения в США: история зарождения. Судьбы творцов. М.: Центр соц. прогнозирования, 2008.
5. Информация и общественное мнение: от репортажа в СМИ к реальным переменам: пер. с англ. (Р. Ислам и др.); под ред. Румин Ислам. М.: Альпина паблишерз, 2010.
6. Исаев Б.А. Теория партий и партийных систем: Учебное пособие для студентов ВУЗов. М.: Аспект Пресс, 2008.
7. Козырев Г.И. Социология общественного мнения. М.: Форум: ИНФРА-М, 2015.



8. Кузнецов Д.В. Американское общественное мнение и использование военной силы: период президентства Дж.Буша-мл. М.: URSS: ЛИБРОКОМ, 2011.
9. Кузнецов Д.В. Взаимодействие внешней политики и общественного мнения в США: некоторые актуальные вопросы. М.: URSS: ЛИБРОКОМ, 2010.
10. Политический процесс: основные аспекты и способы анализа / под ред. Е.Ю. Мелешкиной. М.: ИНФРА-М Весь мир, 2001.- 302 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21200572&>
11. Россия реформирующаяся. Ежегодник / отв. ред. М.К. Горшков. Вып.15. М.: Новый хронограф, 2016. – 472 с. URL: <https://www.isras.ru/year-book.html>
12. Соловьев А.И. Политология: политическая теория, политические технологии. М.: Аспект - Пресс, 2014.
13. Федотов Л.Н. Общественное мнение как плацдарм для «связей с общественностью». М.: Вест-Консалтинг, 2010.
14. Федотов Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение. СПб. и др.: Питер, 2003.
15. Kantamneni S.P., Paswan A.K. Public Policy and Public Opinion: Globalization and Market Driven Economic Reforms / Proceedings of the 2002 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference. (Ed.) H.E. Spotts. Sanibel Harbour Resort, Florida, 2015. Электронный ресурс: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-11882-6\\_17](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-11882-6_17)
16. Krippendorff K. The Social Construction of Public Opinion / Kommunikation uber Kommunikation: Theorien, Methoden und Praxis. (Eds.) E.Wienand, J.Westerbarkey, A.Scholl. VS Verlag Fur Sozialwissenschaften, 2005. Электронный ресурс: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-322-80821-9\\_10](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-322-80821-9_10)
17. Public Opinion Polling in a Globalized World. (Eds.) M.Carballo, U.Hjelmar. Springer, 2008. Электронный ресурс: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-540-75753-5>
18. Wenbo Kuang. New-Media Public Opinion Becomes Mainstream Social Opinion / Wenbo Kuang. Social Media in China. Palgrave MacMillan, 2018. Электронный ресурс: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-13-0914-4\\_2](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-13-0914-4_2)

## 8.2. Перечень лицензионного программного обеспечения:

- Обязательное программное обеспечение – MS Office.

## 8.3. Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных систем:

1.	Российская государственная библиотека	<a href="http://www.rsl.ru/">http://www.rsl.ru/</a>
2.	Научная электронная библиотека	<a href="http://www.elibrary.ru">http://www.elibrary.ru</a>
3.	Национальная электронная библиотека	<a href="http://www.nel.nns.ru/">http://www.nel.nns.ru/</a>
4.	Электронная библиотека МГУ имени М.В. Ломоносова	<a href="http://www.nbmgu.ru/publicdb/">http://www.nbmgu.ru/publicdb/</a>
5.	Институт социологии РАН	<a href="http://www.isras.ru/authority.html">http://www.isras.ru/authority.html</a>
6.	Официальный сайт ВЦИОМ	<a href="https://www.wciom.ru">https://www.wciom.ru</a>
7.	ФОМ: Фонд Общественное Мнение	<a href="https://fom.ru/">https://fom.ru/</a>
8.	Левада-центр: Аналитический центр Юрия Левады	<a href="http://www.levada.ru/">http://www.levada.ru/</a>
9.	Romir: Исследовательский холдинг	<a href="https://romir.ru/">https://romir.ru/</a>
10.	Фонд развития гражданского общества	<a href="http://civilfund.ru">http://civilfund.ru</a>

## 8.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

		<b>Web-адрес</b>
11.	Журнал «Полис. Политические исследования»	<a href="https://www.politstudies.ru/">https://www.politstudies.ru/</a>
12.	Журнал «Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология»	<a href="http://www.vestnik.socio.msu.ru/">http://www.vestnik.socio.msu.ru/</a>
13.	Сетевой журнал ПОЛИТЕКС (Политическая экспертиза).	<a href="http://www.politex.infa">http://www.politex.infa</a>
14.	Журнал «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены»	<a href="https://www.monitoringjournal.ru/index.php/monitoring">https://www.monitoringjournal.ru/index.php/monitoring</a>
15.	Журнал «Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии»	<a href="http://www.levada.ru/zhurnal/">http://www.levada.ru/zhurnal/</a>
16.	Журнал «Public Opinion Quarterly»	<a href="https://academic.oup.com/poq?searchresult=1">https://academic.oup.com/poq?searchresult=1</a>
17.	Журнал «International Journal of Public Opinion Research»	<a href="https://academic.oup.com/ijpor?searchresult=1">https://academic.oup.com/ijpor?searchresult=1</a>
18.	Журнал «Journal of Political Marketing»	<a href="https://www.tandfonline.com/toc/wplm20/current">https://www.tandfonline.com/toc/wplm20/current</a>

19.	Журнал «Political Communication»	<a href="https://www.tandfonline.com/toc/upc/p20/current">https://www.tandfonline.com/toc/upc/p20/current</a>
20.	Журнал «British Journal of Political Science»	<a href="https://www.cambridge.org/core/journals/british-journal-of-political-science">https://www.cambridge.org/core/journals/british-journal-of-political-science</a>
21.	Политтехнолог: Исследовательский центр политических технологий и формирования общественного мнения	<a href="https://polit-technolog.ru/">https://polit-technolog.ru/</a>

#### **8.5. Описание материально-технического обеспечения.**

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций.

#### **9. Язык преподавания.**

Русский.

#### **10. Преподаватель:**

Каневский Павел Сергеевич, доцент

#### **11. Разработчики программы:**

Каневский Павел Сергеевич, доцент

Липатова Мария Евгеньевна