

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич
Должность: ректор
Дата подписания: 14.03.2025 09:58:19
Уникальный программный ключ:
9ba7d3e34c012eba476ffd2d064cf2781953be730a2574d16f5c0ce556f04c6

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Юго-Западный государственный университет»
(ЮЗГУ)

Кафедра философии и социологии

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
О.Г. Доктионова
« 5 » 03
(ЮЗГУ) 2025



СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

Методические рекомендации
к практическим занятиям для студентов
направления подготовки
39.03.01 Социология

Курск 2025

УДК 316.77

Составитель: О.А. Гримов

Рецензент

доктор философских наук, профессор Каменский Е.Г.

Социология Интернета: методические рекомендации к практическим занятиям для студентов направления подготовки 39.03.01 Социология / Курск. Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: О.А. Гримов. – Курск, 2025. – 22 с. – Библиогр.: с. 21-22.

В методических рекомендациях даны краткие пояснения к практическим занятиям по дисциплине «Социология Интернета» в соответствии с учебным планом направления подготовки 39.03.01 Социология.

Методические указания соответствуют требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для направления подготовки 39.03.01 Социология.

Материал будет полезен студентам различных направлений подготовки, изучающим дисциплины общегуманитарного профиля.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать 5.03. Формат 60 x 84 1/16.

Усл. печ. л. 1,27. Уч.-изд. л. 1,15. Тираж 100 экз. Заказ 312.

Бесплатно.

Юго-Западный государственный университет.

305040 Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

Темы для докладов по дисциплине

Тема 1. Роль и значение социальных сетей в современном обществе.

1. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества.
2. Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе.
3. Влияние социальных сетей на общество в целом.
4. Психологические аспекты.
5. Области использования социальных сетей: коммуникации, PR, анализ экономических ожиданий и другие.
6. Карта основных международных социальных сетей.

Тема 2. Генезис национальных и международных социальных сетей, их влияние на социум.

1. Отличия социальных сетей по аудитории и назначению.
2. Предпосылки появления социальных сетей в различных социально-экономических и политических условиях и на различных уровнях развития общества.
3. Основные социальные сети в пространстве СНГ, их отличия и специфика.
4. Основные российские социальные сети, особенности аудиторий в них.
5. Специфика российской аудитории в транснациональных социальных сетях.
6. Использование классического маркетинга при работе в социальных сетях.

Тема 3. Основные понятия маркетинга в социальных медиа.

1. Сегментация аудитории.
2. Анализ аудитории.
3. Использование рекламного инструментария при работе с социальными сетями.
4. Отличия маркетинговых приемов в разных социальных сетях.
5. Стратегия и методы вирусного маркетинга в социальных сетях.

6. Особенности скрытого маркетинга.

Тема 4. Особенности аудиторий социальных сетей.

1. Принципы анализа аудитории в социальных сетях.
2. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей.
3. Социально-демографические и географические характеристики аудитории социальных сетей.
4. Выявление целевых и нецелевых аудиторий для задач разного типа.
5. Способы продвижения СМИ в социальных сетях.
6. Выбор стратегии и площадок присутствия.

Тема 5. Влияние социальных сетей на процессы трансформации СМИ.

1. Благоприобретения СМИ, цели и задачи, отличия продвижения СМИ от продвижения продуктов.
2. Влияние социальных сетей на аудиторию, контент, технологии СМИ.
3. Влияние социальных сетей на работу журналиста и редакции.
4. Типы контента СМИ для социальных сетей, переупаковка и создание специального контента.
5. Использование социальных сетей как источников информации для СМИ.
6. Поиск информации, работа с очевидцами, работа с пользовательским контентом.

Тема 6. Ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях

1. Показатели для постоянного, ежедневного, еженедельного мониторинга.
2. Вовлеченность, конверсия, лояльность, стоимость подписчика.
3. Анализ ключевых показателей для заказчика и для самостоятельного контроля.
4. Типы контента, разрешенные к использования в социальных сетях администрациями социальных сетей.

5. Типа контента, разрешенные к использованию правообладателями.

6. Проблемы, которые могут быть связаны с нарушением авторского права в социальных сетях.

Тема 7. Правовые и этические аспекты работы в социальных сетях. Вопросы информационной безопасности.

1. Контент с лицензией СС.
2. Поиск и отбор источников легального контента.
3. Случаи использования бренда в социальных сетях лицами, которым не принадлежит бренд, войны конкурентов
4. . Использование брендов СМИ для дезинформации.
5. Способы решения проблем.
6. Обеспечение информационной безопасности в различных социальных сетях в ситуации, когда доступ к редактированию имеют несколько сотрудников.

Тема 8. Методология мониторинга и анализа данных в социальных сетях.

1. Задачи и способы мониторинга, параметры мониторинга.
2. Общедоступные и платные сервисы.
3. Сервисы российской и зарубежной разработки.
4. Использование сервисов для мониторинга при подготовке аналитических отчетов, записок, исследований.
5. Использование сервисов для мониторинга при работе для малого и среднего бизнеса, больших компаний, органов государственной власти.

Практические задачи по дисциплине

Задача №1

Сравните сегодняшние интерфейсы Classmates.com и Одноклассников.

1. Объясните, с чем связаны их различия.
2. Какие функции, помимо «найди одноклассника», сейчас есть в этих соцсетях?
3. Почему соцсеть Одноклассники считается сетью для людей старшего возраста?

Какими ещё соцсетями владеет Mail.ru Group?

Подумайте, какой контент был бы интересен пользователям этих социальных сетей и почему?

Задача № 2

Будем ли мы считать сервис «Созидатели» профессиональной социальной сетью? Кто является создателем сервиса, для каких целей используется, есть ли возможность поиска кадров через эту сеть? Как, на ваш взгляд, будет развиваться эта сеть в будущем?

Задача № 3

Как вы думаете, почему Instagram пользуется большей популярностью у школьников, чем Facebook?

Задача № 4

Почему Facebook решил развивать параллельно WhatsApp и собственный мессенджер? Какой выигрыш (или проигрыш) при этом имеют пользователи? Найдите в интернете остальные сервисы, приобретенные компанией Facebook в последние годы. Можно ли по этим приобретениям судить о четкой стратегии развития сервисов в интернете?

Задача № 5

Объясните нынешнюю популярность Твиттера, в котором до сих пор существует ограничение по количеству символов в сообщении, хотя в других сетях таких ограничений нет.

Задача № 6

Сравните стартовые страницы Facebook и ВКонтакте сегодня. Чем они отличаются? Какая страница, на ваш взгляд, функциональнее? Какой дизайн вы бы предложили, если бы вас попросили разработать первую страницу современной соцсети?

Задача № 7

Объясните появление эмодзи. Зачем они были придуманы? С какой целью люди вставляют их в свои сообщения? Какую эмодзи вы бы придумали? Почему эмодзи трансформировались стараниями компании Apple в мемодзи?

Задача № 8

Перечислите социальные сети, которые вы знаете. Какие перспективы развития есть у этих соцсетей, на ваш взгляд?

Задача № 9

Рассмотрите социальную сеть «Steam (игровая платформа)» и ответьте на следующие вопросы:

Какую информацию о себе предлагается заполнить в первую очередь?

Как можно охарактеризовать эту информацию?

Есть ли у пользователя возможность закрыть свой профиль или часть контента от незнакомцев?

Открыта ли информация о социальных контактах пользователя (подписчики, друзья, зрители)?

Есть ли у пользователя возможность вести свою ленту на площадке?

На какой контент преимущественно ориентировано пространство пользователя: текст, видео, фото, иные форматы?

Задача № 10

Рассмотрите социальную сеть «LiveLib» и ответьте на следующие вопросы:

Какую информацию о себе предлагается заполнить в первую очередь?

Как можно охарактеризовать эту информацию?

Есть ли у пользователя возможность закрыть свой профиль или часть контента от незнакомцев?

Открыта ли информация о социальных контактах пользователя (подписчики, друзья, зрители)?

Есть ли у пользователя возможность вести свою ленту на площадке?

На какой контент преимущественно ориентировано пространство пользователя: текст, видео, фото, иные форматы?

Задача № 11

Рассмотрите социальную сеть «Созидатели» и ответьте на следующие вопросы:

Какую информацию о себе предлагается заполнить в первую очередь?

Как можно охарактеризовать эту информацию?

Есть ли у пользователя возможность закрыть свой профиль или часть контента от незнакомцев?

Открыта ли информация о социальных контактах пользователя (подписчики, друзья, зрители)?

Есть ли у пользователя возможность вести свою ленту на площадке?

На какой контент преимущественно ориентировано пространство пользователя: текст, видео, фото, иные форматы?

Задача № 12

Рассмотрите социальную сеть «Twitch» и ответьте на следующие вопросы:

Какую информацию о себе предлагается заполнить в первую очередь?

Как можно охарактеризовать эту информацию?

Есть ли у пользователя возможность закрыть свой профиль или часть контента от незнакомцев?

Открыта ли информация о социальных контактах пользователя (подписчики, друзья, зрители)?

Есть ли у пользователя возможность вести свою ленту на площадке?

На какой контент преимущественно ориентировано пространство пользователя: текст, видео, фото, иные форматы?

Задача № 13

Рассмотрите социальную сеть «Twitter» и ответьте на следующие вопросы:

Какую информацию о себе предлагается заполнить в первую очередь?

Как можно охарактеризовать эту информацию?

Есть ли у пользователя возможность закрыть свой профиль или часть контента от незнакомцев?

Открыта ли информация о социальных контактах пользователя (подписчики, друзья, зрители)?

Есть ли у пользователя возможность вести свою ленту на площадке?

На какой контент преимущественно ориентировано пространство пользователя: текст, видео, фото, иные форматы?

Задача № 14

Рассмотрите социальную сеть «Пульс» (социальная сеть для инвесторов от «Тинькофф») и ответьте на следующие вопросы:

Какую информацию о себе предлагается заполнить в первую очередь?

Как можно охарактеризовать эту информацию?

Есть ли у пользователя возможность закрыть свой профиль или часть контента от незнакомцев?

Открыта ли информация о социальных контактах пользователя (подписчики, друзья, зрители)?

Есть ли у пользователя возможность вести свою ленту на площадке?

На какой контент преимущественно ориентировано пространство пользователя: текст, видео, фото, иные форматы?

Задача № 15

Опишите аудиторию медиапроекта «вДудь».

Задача № 16

Опишите аудиторию медиапроекта «Влад Бумага А4».

Задача № 17

Опишите аудиторию «Осторожно: Собчак».

Задача № 18

Опишите аудиторию медиапроекта «официальная страница «Голос. Дети»».

Задача № 19

Рассмотрите кейс нарушения норм медиаэтики из медиапрактики и процесс саморегулирования: Pokemon Go (Руслан Соколовский – видеоблогер, в 2017 году получивший 2 года условно

по ст. 148 УК РФ за ловлю покемонов в Храме на Крови в Екатеринбурге).

Ответьте на следующие вопросы:

В какой роли находится инициатор конфликта в данном случае: он контентмейкер или потребитель контента?

Какое обязательство, накладываемое медиаэтикой, и перед кем он нарушил?

Может ли конфликт потенциально перейти в правовое поле (или уже перешёл)?

Если конфликт не переходит в правовое поле, как медиаэтика на него влияет и как сдерживает?

Попробуйте оценить, какие последствия для данного кейса возможны за нарушение этических норм (или какие последствия наступили) со стороны законодательства и аудитории?

Задача № 20

Рассмотрите кейс нарушения норм медиаэтики из медиапрактики и процесс саморегулирования: самоубийство рестлерши Ханы 31 Кимуры (участница реалити-шоу “Terrace House” от Netflix стала жертвой кибербуллинга из-за бытового конфликта с другим участником проекта – массовое психологическое насилие в сети привело к трагедии).

Ответьте на следующие вопросы:

В какой роли находится инициатор конфликта в данном случае: он контентмейкер или потребитель контента?

Какое обязательство, накладываемое медиаэтикой, и перед кем он нарушил?

Может ли конфликт потенциально перейти в правовое поле (или уже перешёл)?

Если конфликт не переходит в правовое поле, как медиаэтика на него влияет и как сдерживает?

Попробуйте оценить, какие последствия для данного кейса возможны за нарушение этических норм (или какие последствия наступили) со стороны законодательства и аудитории?

Тест по дисциплине

1. Кто является автором идеи «силы слабых связей»?

- а) М. Грановеттер
 - б) Б. Уэллман
 - в) С. Вассерман
 - г) Р. Бёрт
- 2. Кто является автором теории «структурных дыр»?**
- а) Р. Бёрт
 - б) М. Ньюман
 - в) Л. Фримен
 - г) М. Грановеттер
- 3. Назовите основателя теории «сетевого общества», автора книги «Галактика Интернет»?**
- а) М. Кастельс
 - б) Э. Тоффлер
 - в) М. Маклюэн
 - г) Д. Белл
- 4. Кто из перечисленных учёных не является автором теории нетократии?**
- а) Ж. Бодрийяр
 - б) А. Бард
 - в) Я. Зодерквист
- 5. Аппарат какой математической теории наиболее широко применяется при анализе социальных сетей?**
- а) теории графов
 - б) теории множеств
 - в) теории групп
 - г) теории поля
- 6. Термин «социальная сеть» был введён в _____ году**
- а) 1954
 - б) 1934
 - в) 1974
 - г) 1994
- 7. Главный представитель Ланкастерской ветви акторно-сетевой теории, автор идеи «социальной топологии»**

- а) Дж. Ло
- б) С. Вулгар
- в) Б. Латур
- г) М. Каллон

8. Термин «социальная сеть» был введён

- а) Барнсом
- б) Хайдером
- в) Зиммелем
- г) Беллом

9. Основателем социометрии является

- а) Дж. Морено
- б) Г. Зиммель
- в) Р. Парк
- г) А. Файоль

10. Главный представитель Парижской ветви акторно-сетевой теории, автор идеи «пересборки социального»

- а) Б. Латур
- б) А. Мол
- в) Дж. Ло
- г) С. Вулгар

11. Как называется веб-сайт, основное содержимое которого — регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа - индивидуальный или коллективный интернет-дневник?

- а) блог
- б) журнал
- в) сайт
- г) форум

12. Что из нижеперечисленного можно отнести к социальным сетям?

- а) Вконтакте
- б) Википедия

- в) YouTube
 - г) yandex.ru
- 13. Что из нижеперечисленного является микроблогом?**
- а) Twitter
 - б) LiveJournal
 - в) Facebook
 - г) MySpace
- 14. Русскоязычный сегмент Интернета принято называть:**
- а) Рунет
 - б) Живой журнал
 - в) социальная сеть
 - г) медиaprостранство
- 15. Наиболее распространённой русскоязычной социальной сетью является:**
- а) Вконтакте
 - б) Одноклассники
 - в) Мой мир
 - г) Мой Круг
- 16. Самой распространённой социальной сетью в мире является:**
- а) Facebook
 - б) Instagram
 - в) Twitter
 - г) Livejournal
- 17. Фотография или иное изображение пользователя, служащее его визуальным идентификатором в сети, называется:**
- а) аватар
 - б) фейс
 - в) стена
 - г) микроблог
- 18. Как называется процесс представления своего «Я» другим пользователям Сети?**

- а) самопрезентация
- б) репостинг
- в) самоактуализация
- г) блоггинг

19. Как называется учётная запись пользователя в социальной сети?

- а) аккаунт
- б) запись
- в) пост
- г) твит

20. Понятие «виртуальное сообщество» было введено

- а) Г. Рейнгольдом
- б) Д. Бойд
- в) М. Грановеттером
- г) Дж. Донат

21. Основным отличием блога от других средств Интернет-коммуникации является:

- а) возможность ведения дневника
- б) возможность поиска друзей
- в) свободный доступ к медиафайлам
- г) необязательная регистрация

22. Понятие «социальный капитал» наряду с экономическим, культурным и символическим, выделял:

- а) П. Бурдьё
- б) Ф. Фукуяма
- в) Г. Беккер
- г) Э. Гидденс

23. Показателем социального капитала пользователя в социальной сети в наибольшей степени является:

- а) количество друзей (подписчиков)
- б) время, проводимое в Интернете

в) количество фотографий в альбоме

г) количество записей

24. Социально-информационная идеология WEB 2.0. была сформулирована:

а) Т. О`Рейли

б) Г. Рейнгольдом

в) Ш. Тёркл

г) С. Джобсом

25. Всемирная система объединённых компьютерных сетей для хранения и передачи информации – называется

а) Интернет

б) Фидонет

в) Рунет

г) социальная сеть

26. Компьютерная сеть ARPANET, являющаяся прообразом современного Интернета, была запущена в _____ году

а) 1969

б) 1975

в) 1986

г) 1990

27. Социальная сеть «ВКонтакте» была запущена в _____ году

а) 2006

б) 2004

в) 2005

г) 2008

28. Социальная сеть «Одноклассники» была запущена в _____ году

а) 2006

б) 2004

в) 2005

г) 2008

- 29. К числу информационно-коммуникативных рисков социальных сетей не относится:**
- а) формирование сетевых сообществ
 - б) формирование Интернет-аддикции
 - в) распространение экстремистских материалов
 - г) киберзапугивания
- 30. Раскрутка бренда в сетевом сообществе «ВКонтакте» является примером удачного применения социальных сетей в сфере:**
- а) маркетинга
 - б) политики
 - в) муниципального управления
 - г) науки
- 31. Решение общественно значимых задач силами добровольцев, координирующих при этом свою деятельность с помощью информационных технологий, получило название:**
- а) краудсорсинг
 - б) дауншифтинг
 - в) фандрайзинг
 - г) мерчандайзинг
- 32. Заранее спланированная с помощью социальных сетей массовая акция, в которой большая группа людей появляется в общественном месте, выполняет заранее оговоренные действия, называется:**
- а) флешмоб
 - б) митинг
 - в) демонстрация
 - г) пикет
- 33. Основателем социальной сети (микроблога) Twitter является:**
- а) Дж. Дорси

- б) М. Цукерберг
- в) Б. Фитцпатрик
- г) Т. О`Рейли

34. Основателем социальной сети Facebook является:

- а) М. Цукерберг
- б) Дж. Дорси
- в) Б. Фитцпатрик
- г) Т. О`Рейли

35. Основателем социальной сети Livejournal является:

- а) Б. Фитцпатрик
- б) Дж. Дорси
- в) М. Цукерберг
- г) Т. О`Рейли

36. Что из нижеперечисленного не относится к основополагающим принципам коммуникации в социальных сетях?

- а) жёсткая цензура
- б) возможность анонимности
- в) виртуальный характер общения
- г) отсутствие пространственно-временных ограничений

37. Основателем социальной сети «ВКонтакте» является:

- а) П. Дуров
- б) Дж. Дорси
- в) М. Цукерберг
- г) Т. О`Рейли

38. Автором теории шести рукопожатий является:

- а) С. Милгрэм
- б) Дж. Барнс
- в) Р. Данбар
- г) М. Ньюмен

- 39. Чему равняется среднее значение числа Данбара, отражающее ограничение на количество постоянных социальных связей, которые человек может поддерживать?**
- а) 150
 - б) 25
 - в) 50
 - г) 75
- 40. Каково, по мнению Ф. Хайдера, минимальное количество элементов, образующих социальную сеть?**
- а) 3
 - б) 2
 - в) 4
 - г) 7
- 41. Что такое RDS (respondent-driven sampling)?**
- а) тип выборки, применяемый при исследовании социальных сетей
 - б) феномен групповой динамики
 - в) тип сетевого сообщества
 - г) программное обеспечение
- 42. Какой сервис Интернет-коммуникации возник позже остальных?**
- а) социальные сети
 - б) электронная почта
- 43. Какую функцию из нижеперечисленных не выполняют социальные сети?**
- а) дифференцирующую
 - б) функцию самопрезентации
 - в) коммуникативную
 - г) функцию сплочения и удержания социальных связей
- 44. Идея WEB 3.0. основана на создании.... сети:**
- а) экспертной
 - б) многопользовательской

- в) интерактивной
 - г) онлайновой
- 45. Теория киберсоциализации человека была предложена:**
- а) В. Плешаковым
 - б) В. Волохонским
 - в) К. Черняевой
 - г) Р. Кончаковским
- 46. Как называются бессмысленные сообщения в интернет-форумах и чатах, занимающие большой объем?**
- а) флуд
 - б) спам
 - в) троллинг
 - г) флейм
- 47. Как называется рассылка коммерческой и иной рекламы в сетевом пространстве?**
- а) спам
 - б) флуд
 - в) троллинг
 - г) флейм
- 48. Как называется злонамеренное вмешательство в сетевую коммуникацию, выражающееся в нагнетании участником общения конфликта путём оскорбления другого участника или участников, с нарушением этики сетевого взаимодействия?**
- а) троллинг
 - б) флуд
 - в) буллинг
 - г) спам
- 49. Как называется обмен сообщениями на ресурсах многопользовательского сетевого общения (напр. интернет-форумы, чаты, социальные сети и др.), представляющий собой «словесную войну»?**
- а) флейм

- б) флуд
- в) спам
- г) троллинг

50. Как называются травля, угрозы, оскорбление, запугивание в социальных сетях?

- а) кибербуллинг
- б) спам
- в) девиация
- г) флуд

Литература

1. Клеменова, Е. Н. Основы журналистской деятельности : журналист в социальных сетях : учебник : [16+] / Е. Н. Клеменова, А. В. Муха ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Факультет лингвистики и журналистики. – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2024. – 180 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718658> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7972-3241-4. – Текст : электронный.

2. Мариев, О. С. Методы анализа социальных сетей в экономике : учебное пособие / О. С. Мариев, И. В. Савин, А. А. Пушкарев ; под общ. ред. И. В. Савина ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020. – 103 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699129> (дата обращения: 26.02.2025). – ISBN 978-5-7996-3115-4. – Текст : электронный.

3. Гасумова, С. Е. Информационные технологии в социальной сфере : учебное пособие / С. Е. Гасумова. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 311 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573204> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр.: с. 259-263. – ISBN 978-5-394-03642-2. – Текст : электронный.

4. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 260 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124> (дата обращения: 26.02.2025). – Библиогр.: с. 254-255. – ISBN 978-5-394-02257-9. – Текст : электронный.

5. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : практикум / Э. В. Кондратьев; Пензенский государственный университет архитектуры и строительства. - 2-е изд. - М.: Академический проспект, 2008. - 192 с. - Текст: непосредственный.

6. Плешаков, В. А. Киберсоциализация человека: от Homo Sapiens'a до Homo Cyberus'a / В. А. Плешаков; Московский педагогический государственный университет. – Москва: Московский педагогический государственный университет (МПГУ), 2012. – 212 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=212102>. – Текст: электронный.

7. Опфер, С. В. Исследование моделей влияния в социальных сетях: монография / С. В. Опфер. – Москва: Лаборатория книги, 2012. – 119 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140944>. – Текст: электронный.