



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ФГБОУ ВО «ИГУ»

**Отделение ИФИЯМ «Высшая школа журналистики и медиапроизводства»**



Директор ИФИЯМ ИГУ М.Б. Ташлыкова

“15” марта 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

**Б1.О.36. ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК  
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ**

Направление подготовки **42.03.02 Журналистика**

Направленность (профиль) подготовки:

**Журналистика и новые медиа**

Квалификация (степень) выпускника **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Согласовано с УМК ИФИЯМ ИГУ

Протокол №\_7\_от «15»\_марта\_2022 г.

Председатель Михалева О.Л.

Рекомендовано отделением  
ВШЖМ:

Протокол № 7 от «11» марта 2022 г.

Руководитель отделения  
А.В. Гимельштейн

Иркутск 2022 г.

I. Цели и задачи дисциплины (модуля)	3
II. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.	4
III. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)	4
IV. Содержание и структура дисциплины (модуля)	8
4.1 <b>Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов</b>	9
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
4.3 Содержание учебного материала	13
4.3.1 Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	14
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов	15
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	17
V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	18
а) перечень литературы	18
б) периодические издания	19
в) список авторских методических разработок	
г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы	19
VI. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	20
6.1. Учебно-лабораторное оборудование:	20
6.2. Программное обеспечение:	20
6.3. Технические и электронные средства обучения:	21
VII. Образовательные технологии	21
VIII. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации	22

## I. Цели и задачи дисциплины (модуля):

**Цели:** дисциплина «Иностранный язык в сфере профессиональной сфере» (английский) ставит своей целью формирование у студентов умений профессионально-ориентированной межкультурной коммуникации в ее языковой форме, принимая во внимание стереотипы мышления и поведения в культуре изучаемого языка.. Дисциплина «Иностранный язык в сфере профессиональной сфере» занимает одно из важных мест в реализации задач основной профессиональной образовательной программы и в обеспечении образовательных интересов личности студента, обучающегося по направленности «Журналистика и новые медиа». В рамках изучения дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере», студент должен иметь базовые знания по английскому языку. В результате освоения дисциплины обучающийся обязан овладеть знаниями, умениями и навыками в целях приобретения следующих компетенций УК 4, ОПК 1.

### Задачи:

- **владеть** стратегиями успешного установления и поддержания контакта с представителями различных культур в профессиональном общении.
- **совершенствовать** когнитивные и исследовательские умения (свободно читать и понимать зарубежные первоисточники по своей специальности и извлекать из них необходимые сведения);
- **владеть** языковыми средствами эффективной коммуникации в профессиональной сфере на иностранном языке: ведение журналистской деятельности, проведение презентаций, переговоров с разрешением трудных и спорных ситуаций, общение с зарубежными партнерами в процессе формального/неформального общения, используя специальные термины в области журналистики и новых медиа;
- **понимать** устную речь носителей изучаемого языка на слух, включая восприятие речи, передаваемой через медиа-носители (видео, аудио, коференц связь и т.д.);
- **владеть** грамматическими нормами английского языка, необходимыми для грамотного осуществления устных и письменных коммуникаций с иностранными партнерами, умение читать и понимать документацию и информационные материалы на английском языке;

## II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» (английский) (далее – дисциплина) относится к обязательной части программы и относится к части программы, формируемой участниками образовательных отношений.

2.2. Данная дисциплина изучается на 3 году обучения и опирается на дисциплины: «Иностранный язык», «Техника и технологии СМИ», «Система современных СМИ», «Основы журналистики».

2.3. Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» является предшествующей для последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: «Защита информации ограниченного доступа в профессиональной деятельности», «Интернет-журналистика и социальные сети», «Конвергентная журналистика».

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» встраивается в структуру ОП и последовательность дисциплин в учебном плане) как с точки зрения преемственности содержания, так и с точки зрения непрерывности процесса формирования компетенций выпускника. В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть знаниями, умениями и навыками в целях приобретения следующих компетенций УК 4, ОПК 1.

### III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» направлен на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.02 (Журналистика), профиль «Журналистика и новые медиа»:

#### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке(ых)	ИДЖУК4.1 Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий.	<b>Знать:</b> фонологические, грамматические, лексические, стилистические особенности изучаемого языка (в сравнении с родным языком), реалии, особенности культуры, истории и географии страны изучаемого языка; речевые и поведенческие модели, принятые в соответствующей культуре <b>Уметь:</b> адекватно воспринимать и корректно использовать единицы речи на основе знаний о фонологических, грамматических, лексических, стилистических особенностях изучаемого языка (в сравнении с родным языком); адекватно использовать, фоновые знания, ситуативно обусловленные формы общения; вступать в контакт с носителями языка; осуществлять коммуникацию с учетом инокультурного контекста; применять разные стратегии для понимания устных и письменных текстов, поддержания успешного взаимодействия при устном и письменном деловом общении <b>Владеть:</b> навыками и необходимыми стратегиями для взаимодействия с партнерами по общению; понимания и порождения иноязычного дискурса с учетом культурно обусловленных различий
	ИДЖУК4.2 Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах	<b>Знать:</b> профессионально значимую устную и письменную форму коммуникации специалистом в области СМИ на иностранном языке; <b>Уметь:</b> свободно пользоваться иностранным языком как средством делового общения; <b>Владеть:</b> лингвистическими навыками и применять их для редактирования, перевода и создания

	не менее чем на одном иностранном языке;	медийных текстов с целью дальнейшего использования информации в ситуациях межкультурного общения с коллегами из зарубежных стран.
	<p><b>ИДЖук4.3</b> Выбирает стиль общения в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p><b>ИДЖук4.4</b> Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации</p>	<p><b>Знать:</b> стили общения в зависимости от цели и условий партнерства; <b>Уметь:</b> адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; <b>Владеть:</b> стилями общения в зависимости от цели и условий партнерства, быть способным и адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия .</p> <p><b>Знать:</b> современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации; <b>Уметь:</b> использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации в рамках профессиональной деятельности; <b>Владеть:</b> навыками современных информационно-коммуникативных средств для коммуникации</p>
<b>ОПК-1.</b>  Способен создавать востребованные обществу и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии и с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<b>ИДЖ опк1.1</b> Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	<p><b>Знать:</b> тенденции и особенности развития современной языковой системы, базовые типы современных медиатекстов (новости, аналитика, публицистика, реклама), их основные свойства и характеристики на социокультурном, медийном и вербальном уровнях для создания, оценки, редактирования авторских материалов, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, знании технологии их создания на иностранном языке <b>Уметь:</b> анализировать и критически оценивать содержание, лингвостилистические особенности медиатекстов, их соответствие форматным требованиям СМИ разных медийных платформ и разных форм коммуникации). <b>Владеть:</b> навыками создания, критического анализа, редактирования и научного исследования современных медиатекстов разных типов на иностранном языке</p>

	<p style="text-align: center;"><b>ИДК</b> опк1.2</p> <p>Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p><b>знать:</b> основные принципы создания журналистских текстов и продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p><b>уметь:</b> анализировать процесс развития журналистики в сопоставлении с развитием отечественных СМИ, использовать накопленный позитивный опыт редакций и журналистов как ценнейшее профессиональное наследие в практике своей журналистской деятельности подготовке журналистских публикаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стремиться соответствовать лучшим образцам журналистики (актуальность и общественная значимость избранной темы, логичность, аргументированность, яркость и литературный язык её освещения, умение полемизировать, проявленность авторской позиции) на иностранном языке.</li> <li>- осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия на иностранном языке</li> </ul> <p><b>владеть:</b> различными приемами получения информации, уметь выстраивать эффективные отношения с источниками информации, уметь грамотно писать тексты для СМИ на иностранном языке.</p>
--	---	--



## I. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов.

в том числе 4 зачетных единиц, \_\_\_\_\_ часов на зачет

Форма промежуточной аттестации: зачет

с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 6 (час)

**4.1** Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Всего часов	Из них практическая подготовка обучающихся	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, практическую подготовку и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа (в том числе, внеаудиторная СР)	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
					Контактная работа преподавателя с обучающимися				
					Лекции	Семинарские /практические /лабораторные занятия	Консультации		
1.	What Makes a Good Journalist? Simple/Continuous form			1		1		10	Деловая игра
2.	Journalism as a Career Past Simple/ Present Perfect			1		1		10	Круглый стол
3.	Journalism is Information The definite article			1		1		10	Деловая игра
4.	What is News? Asking questions/ tag questions			1		1		10	Ролевая игра



5.	Success in Interviewing The Passive			1		1		10	Дискуссия
6.	Press Conferences The Infinitive construction			1		1		10	Ролевая игра
7.	Newspapers Analyzing newspapers The Gerund construction			2		2		10	Контрольная работа
8.	Radio Understanding the language of radio presenters Infinitive/ Gerund			2		2		11	Дискуссия
9.	Magazines Planning the contents of a magazine Modal verbs			2		2		11	Круглый стол
10.	Television Understanding the pre-production process Conditionals			2		2		11	Контрольная работа
11.	New Media Briefing a website designer Relative clauses			2		2		11	Деловая игра
12.	Advertising Selling your services to a potential client Revision			2		2		10	Контрольная работа
<b>Итого часов</b>			<b>144</b>	18		<b>18</b>		<b>124</b>	зачет

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
лет.с	What Makes a Good Journalist? Simple/Continuous form	New Age Media. How is the Internet changing Journalism	в теч сем	10	Деловая игра	“The Handbook of Journalism Studies” by Karin Wahl-Jorgensen, New York, 2009
лет.с	Journalism as a Career Past Simple/ Present Perfect	Creating some key principles of Journalism Ethics	в теч сем	10	Круглый стол	“The Handbook of Journalism Studies” by Karin Wahl-Jorgensen, New York, 2009
лет. с	Journalism is Information The definite article	Read the story “The Yellow Fever” of Journalism and share the ideas	в теч сем	10	Деловая игра	“The Handbook of Journalism Studies” by Karin Wahl-Jorgensen, New York, 2009
лет.с	What is News? Asking questions/ tag questions	Writing news for any magazine or newspaper	в теч сем	10	Ролевая игра	“The Handbook of Journalism Studies” by Karin Wahl-Jorgensen, New York, 2009

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
лет.с	Success in Interviewing The Passive	Role play an interview with a filmstar	в теч сем	10	Дискуссия	“The Handbook of Journalism Studies” by Karin Wahl-Jorgensen, New York, 2009
лет.с	Press Conferences The Infinitive construction	Organising a press conference Make a speech	в теч сем	10	Ролевая игра	“The Handbook of Journalism Studies” by Karin Wahl-Jorgensen, New York, 2009
зим.с	Newspapers Analyzing newspapers The Gerund construction	Writing headlines Planning and writing a newspaper article	в теч сем	10	Контрольная работа	Cambridge English for “The Media” by Nick Ceramella, p.112,2008
зим.с	Radio Understanding the language of radio presenters Infinitive/ Gerund	Understanding the production process Planning a news list	в теч сем	11	Дискуссия	Cambridge English for “The Media” by Nick Ceramella, p.112,2008
зим.с	Magazines Planning the contents of a magazine Modal verbs	Composing magazine covers Planning and writing a true life story	в теч сем	11	Круглый стол	Cambridge English for “The Media” by Nick Ceramella, p.112,2008

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
зим.с	Television Understanding the pre-production process Conditionals	Organising a filming schedule Filming on location Editing a TV documentary	в теч сем	11	Контрольная работа	Cambridge English for "The Media" by Nick Ceramella, p.112,2008
зим.с	New Media Briefing a website designer Relative clauses	Planning and writing a blog Creating a podcast	в теч сем	11	Деловая игра	Cambridge English for "The Media" by Nick Ceramella, p.112,2008
зим.с	Advertising Selling your services to a potential client Revision	Creating a print advert Creating a screen advert Presenting a finished advert	в теч сем	10	Контрольная работа	Cambridge English for "The Media" by Nick Ceramella, p.112,2008
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				124		
<b>Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)</b>				6		

### 4.3. Содержание учебного материала

#### 1. What Makes a Good Journalist? New Age Media.

How is the Internet changing Journalism

Профессия журналиста. Описание профессии, сферы деятельности, плюсы и минусы профессии. Какие бывают журналисты и чем они занимаются.

Влияние интернета на журналистику.

#### Simple/Continuous form.

#### 2. Journalism as a Career

Creating some key principles of Journalism Ethics

Основы журналистской деятельности. Карьерный рост журналистике. Международные принципы профессиональной этики журналистике. Иностранный язык – как основа успеха карьеры карьерного роста.

#### Past Simple/ Present Perfect.

#### 3. Journalism is Information

Работа с источниками информации. Способы получения информации. Этические нормы в работе с источниками информации. Дата- журналист - профессия будущего.

#### The definite article.

#### 4. What is News?

Определение понятия новости. Критерии отбора новостей для публикации. Новостная журналистика. Понятие фейковая новость.

Asking questions/ tag questions.

#### 5. Success in Interviewing

Интервью в журналистике. Определение, виды, структура, подготовка к интервью. Интервью как жанр журналистике. Правила ведения интервью. Основы успеха в интервью.

#### The Passive.

#### 6. Press Conferences

Organising a press conference

Смысл и назначение пресс-конференций. Основные правила их организаций. Оповещение СМИ и план проведения пресс-конференции. Этапы подготовки и выбор места. Подготовка документов: регламенты, концепция, пресс- релиз. Деловое общение с прессой и СМИ.

#### The Infinitive construction.

#### 7. Newspapers

Analyzing newspapers

Writing headlines

Planning and writing a newspaper article

Структура и принципы организации работы редакции. Работа журналиста в газете. Газетные жанры. Редакционный менеджмент.

#### The Gerund construction

#### 8. Radio

Understanding the language of radio presenters

Understanding the production process

Planning a news list

Радиожурналистика. Особенности работы журналиста на радио. Функции радиожурналистики. Выразительные средства радиожурналистики. Жанры радиожурналистики. Технология работы радиожурналиста.

#### Infinitive/ Gerund.

#### 9. Magazines

Planning the contents of a magazine

Composing magazine covers

Planning and writing a true life story

Структура и принципы организации работы в редакции журнала. Организация работы журналиста в журнале. Кто такой fashion-журналист и fashion-блоггер, и как им стать?!

**Modal verbs.**

**10. Television**

Understanding the pre-production process

Organising a filming schedule

Filming on location

Editing a TV documentary

Профессия тележурналист. Описание, обязанности, навыки и знания. Мастерство ведения телепрограмм и интернет -каналов.

**Conditionals.**

**11. New Media**

Briefing a website designer

Planning and writing a blog

Creating a podcast.

Новые медиа в журналистике. СМИ и новые медиа. Тренды новых медиа.

**Relative clauses.**

**1. Advertising**

Selling your services to a potential client

Creating a print advert. Creating a screen advert

Presenting a finished advert

Реклама и журналистика. Реклама как вид маркетинговой коммуникации в журналистике. Язык рекламы. Копирайтинг.

**Revision.**

**4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий**

п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
	2	3	4	5	6
1	1	What Makes a Good Journalist? Simple/Continuous form	5	Деловая игра	УК-4 ОПК -1
2	2	Journalism as a Career Past Simple/ Present Perfect	5	Круглый стол	УК-4 ОПК -1
3	3	Journalism is Information The definite article	5	Деловая игра	УК-4 ОПК -1
4	4	What is News? Asking questions/ tag questions	5	Ролевая игра	УК-4 ОПК -1
5	5	Success in Interviewing The Passive	6	Дискуссия	УК-4 ОПК -1

6	6	Press Conferences The Infinitive construction	6	Ролевая игра	УК-4 ОПК -1
7	7	Newspapers Analyzing newspapers The Gerund construction	6	Контрольная работа	УК-4 ОПК -1
8	8	Radio Understanding the language of radio presenters Infinitive/ Gerund	6	Дискуссия	УК-4 ОПК -1
9	9	Magazines Planning the contents of a magazine Modal verbs	6	Круглый стол	УК-4 ОПК -1
10	10	Television Understanding the pre-production process Conditionals	6	Контрольная работа	УК-4 ОПК -1
11	11	New Media Briefing a website designer Relative clauses	6	Деловая игра	УК-4 ОПК -1
12	12	Advertising Selling your services to a potential client Revision	6	Контрольная работа	УК-4 ОПК -1

**4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)**

п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	What Makes a Good Journalist? Simple/Continuous form	New Age Media. How is the Internet changing Journalism	УК-4 ОПК -1	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
2	Journalism as a Career Past Simple/ Present Perfect	Creating some key principles of Journalism Ethics	УК-4 ОПК -1	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2

3	Journalism is Information The definite article	Read the story “The Yellow Fever” of Journalism and share the ideas	УК-4 ОПК -1	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
4	What is News? Asking questions/ tag questions	Writing news for any magazine or newspaper	УК-4 ОПК -1	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
5	Success in Interviewing The Passive	Role play an interview with a filmstar	УК-4 ОПК -1	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
6	Press Conferences The Infinitive construction	Organising a press conference Make a speech	УК-4 ОПК -1	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
7	Newspapers Analyzing newspapers The Gerund construction	Writing headlines Planning and writing a newspaper article	УК-4 ОПК -1	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
8	Radio Understanding the language of radio presenters Infinitive/ Gerund	Understanding the production process Planning a news list	УК-4 ОПК -1	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
9	Magazines Planning the contents of a magazine Modal verbs	Composing magazine covers Planning and writing a true life story	УК-4 ОПК -1	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
	Television	Organising a filming	УК-4	ИДК УК 4.1



10	Understanding the pre-production process Conditionals	schedule Filming on location Editing a TV documentary	ОПК -1	УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
11	New Media Briefing a website designer Relative clauses	Planning and writing a blog Creating a podcast	УК-4 ОПК -1	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
12	Advertising Selling your services to a potential client Revision	Creating a print advert Creating a screen advert Presenting a finished advert	УК-4 ОПК -1	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» (английский язык) в изучается в рамках образовательных программ по направлению подготовки бакалавров по направлению 42.03.02 (Журналистика), профиль «Журналистика и новые медиа». Курс рассчитан на год обучения в вузе и изучается на 3 году обучения по программе.

В ходе обучения студент должен овладеть предусмотренным Программой объемом общеупотребительной и профессиональной лексики, научиться стилистически правильно оформлять свою речь (как устную, так и письменную), соответственно коммуникативным намерениям и содержанию высказывания.

Успешное освоение учебной дисциплины предполагает активную самостоятельную работу студентов по отработке учебного материала, изученного на практических занятиях.

Самостоятельная работа по данной дисциплине включает в себя: текущую работу над учебным материалом, изложенным в учебниках, учебных пособиях и дополнительной литературе, а также зафиксированным на аудионосителях, в т.ч. выполнение учебных заданий и упражнений; подготовку к рубежному и промежуточному контролю.

В целях эффективного овладения компетенциями студентам рекомендуется:

- непрерывно пополнять свои знания способов коммуникативно-прагматического и композиционного построения профессионально-ориентированных текстов на этих языках;
- развивать энциклопедическую эрудицию, пополнять «фоновые» знания, следить за развитием внутриполитических и культурных событий и внешнеполитической деятельностью страны (стран) изучаемого второго иностранного языка;
- вести собственные словарики, куда следует вносить незнакомые слова и выражения и их эквиваленты, встретившиеся как в учебнике, так и в дополнительных учебных материалах или в комментариях, предлагаемых преподавателем во время практических занятий; периодически повторять лексику, содержащуюся в словариках;

- при выполнении упражнений из учебников пользоваться большими двуязычными, специальными и толковыми словарями, а также справочниками и иной справочной литературой; тщательно выполнять работу по исправлению допущенных в упражнениях смысловых, стилистических, лексических, грамматических, орфографических и иных ошибок и погрешностей.

Домашние задания следует выполнять к каждому уроку, разделяя задание на небольшие порции, начиная со дня, когда задание было дано. Не следует откладывать выполнение задания на ночные часы. В день перед занятием задание необходимо повторить.

Задание считается выполненным, если студент может сделать задание, не подглядывая в письменный источник (тетрадь с домашним заданием или ключи в учебнике).

В целях закрепления изучаемой лексики и расширения словарного запаса студентов рекомендуется в процессе изучения дисциплины сформировать словарь общеупотребительных слов и основных профессиональных терминов.

Студенты должны иметь представление обо всех иноязычных реалиях, упомянутых в учебнике, идёт ли речь о персоналиях, предметах материальной/ духовной культуры или явлениях, относящихся к истории стран изучаемого языка. Если иноязычная реалья встретилась студентам в домашних упражнениях, студенты обязаны найти короткую информацию о ней самостоятельно.

Подготовка к рубежному контролю носит характер повторения и систематизации полученных ранее знаний, умений и навыков и не предполагает каких-либо специфических форм. Однако студентам рекомендуется в качестве дополнительной внеаудиторной работы прослушивание аудиозаписей, просмотр фильмов на изучаемом языке, а также чтение дополнительной литературы по изученным темам, работа с иноязычными сайтами.

**4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)** Курсовые работы по данной дисциплине учебным планом не предусмотрены

#### **IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

##### **а) перечень литературы**

1) Чиронова И.И., Кузьмина Е.В. Английский язык для журналистов (B1-B2) *Mastering English for Journalism* [Текст] : учебник для академического бакалавриата / И.И. Чернова, Е.В. Кузьмина, издательство: ЮРАЙТ, 2016. –118 с.

2) Телень Э. Ф. Английский язык для журналистов [Текст] : пособие для вузов, третье издание/ Э. Ф. Телень, издательство: ТЕИС, 2006. –213 с.

3) Nick Ceramella, *Cambridge English for “The Media”* [Текст]: учебник для журналистов Nick Ceramella, издательство: Cambridge, 2008.-p.112

4) Karin Wahl-Jorgensen, “The Handbook of Journalism Studies” ” [Текст]: пособие для журналистов, Karin Wahl-Jorgensen издательство: New York, 2009.- 113с.

5) Подкаменная Е. В. *Press Releases* [Текст] : учеб.-метод. пособие по обучению профессионально ориентированной письменной речи / Е. В. Подкаменная, издательство: ИГЛУ, 2011. – 89с.

**б) периодические издания:** газеты и журналы из Англии и США

**в) список авторских методических разработок**

**г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

2. Электронная библиотека (<http://ellib.library.isu.ru>). Доступ к полным текстам учебных пособий, монографий и статей сотрудников университета, осуществляемый с

любого компьютера сети Иркутского государственного университета

3.. [https: www.bbc.com](https://www.bbc.com)

4. сайты газет различных стран мира

5. <http://biblioclub.ru>

## VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1 лабораторное оборудование:

*Специальные помещения:* Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа.

Аудитория для лекционных занятий оборудована: *специализированной* (учебной) мебелью на 40 посадочных мест; доска меловая, кафедра напольная;

Аудитория для практических занятий оборудована: *специализированной* (учебной) мебелью на 40 посадочных мест, доской меловой; проектор (1): ViewSonik; экран (1); ноутбук переносной (1): AsusX553M колонки переносные (2): GeniusZJFI09500080.

*техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории по дисциплине «Современные региональные СМИ»:* проектор (1): ViewSonik; экран (1); ноутбук переносной (1): AsusX553M колонки переносные (2): Genius ZJFI09500080

1. Готовность учебных лабораторий, аудиторий, дисплейных классов, кабинетов курсового и дипломного проектирования, закрепленных за кафедрой

№№ аудиторий, классов, лабораторий	Количество посадочных мест	Оснащенность
Б103	44	Учебная аудитория, оборудованная специализированной (учебной) мебелью техникой: 1) доска зеленая меловая (1), кафедра низкая напольная (1), столы письменные, стулья; 2) проектор BENQ (1), экран (1), ноутбукAsus(1), колонки SVEN(2).
Б104	30	Компьютерный класс, оборудованный специализированной (учебной) мебелью техникой: 1) доска зеленая меловая (1), стол компьютерный (20), столы письменные, стулья; 2) компьютер (15), проекторEpson(1), колонки SVEN(2), экранLumien(1).
Б105	40	Учебная аудитория, оборудованная специализированной (учебной) мебелью техникой: 1) доска зеленая меловая (1),шкаф-стекло (1), кафедра низкая напольная (1), столы письменные, стулья; 2)проектор ViewSonic(1), экран (1), компьютер (1), колонки Genius(2)
Б108	18	Учебная аудитория: доска зеленая меловая (1), столы письменные, стулья.
Б200	9	Учебная аудитория, оборудованная специализированной (учебной) мебелью техникой:

		1) доска зеленая меловая (1), доска магнитно-маркерная (1), столы компьютерные (1), столы письменные, стулья; 2) ноутбук Asus(1), проектор Epson (1), экран (1).
Б201	24	Учебная аудитория, оборудованная специализированной (учебной) мебелью техникой: 1) доска зеленая меловая (1), кафедра низкая настольная (1), шкаф-стекло (1), доска магнитно-маркерная (1), шкаф для бумаг (1), столы письменные, стулья; 2) ноутбукAsus (1), проектор Epson (1), экранLumien (1).
Б204	70	Учебная аудитория, оборудованная специализированной (учебной) мебелью техникой: 1) доска зеленая меловая (1), кафедра низкая настольная (1), шкаф для бумаг (2); плательный шкаф (1), столы письменные, стулья; 2) проектор Optoma X 312, экран (1), компьютерAcer(1), колонки Genius(2).
Б205	86	Учебная аудитория, оборудованная специализированной (учебной) мебелью техникой: 1) доска зеленая меловая (1), кафедра напольная (1), карта настенная (1), столы письменные, стулья; 2)проектор Optoma X 312 (1), экран (1), компьютер Samsung(1), колонки Genius(2), колонки Ave (2).

## 6.2. Программное обеспечение:

1. **«Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 250-499 Node 1 year Educational Renewal License».** – ФорумКонтракт №04-114-16 от 14 ноября 2016 г. KES. Счет № РСЦЗ-000147 и АКТ от 23 ноября 2016 г. Лиц.№1В08161103014721370444. Срок действия: от 23.11.2016 до 01.20.2017.
2. **Drupal 7.5.4.** Условия правообладателя(Лицензия GPL-2.0 - warefree). Условия использования по ссылке: [https://www.drupal.org/project/terms\\_of\\_use](https://www.drupal.org/project/terms_of_use). Обеспечивает работу портала электронного портфолио студентов и аспирантов ИГУ <http://eportfolio.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.
3. **Moodle 3.2.1.** – Условия правообладателя (warefree). Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Moodle>. Обеспечивает работу информационно-образовательной среды <http://belca.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.
4. **GoogleChrome 54.0.2840.** Браузер – Условия правообладателя (warefree). Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Google\\_Chrome/](https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Chrome/) Срок действия: бессрочно.
5. **MozillaFirefox 50.0.**Браузер – Условия правообладателя (warefree). Условия использования по ссылке: <https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox/>. Срок действия: бессрочно.
6. **Opera 41. Браузер** – Условия правообладателя (warefree). Условия использования по ссылке: <http://www.opera.com/ru/terms>. Срок действия: бессрочно.
7. **PDF24Creator 8.0.2.** Приложение для создания и редактирования документов в формате PDF. –Условия правообладателя (warefree). Условия использования по

- ссылке: [https://en.pdf24.org/pdf/lizenz\\_en\\_de.pdf](https://en.pdf24.org/pdf/lizenz_en_de.pdf) . Срок действия: бессрочно.
8. **VLC Player 2.2.4.** Свободный кроссплатформенный медиаплеер. Условия правообладателя (warefree). – Условия использования по ссылке: <http://www.videolan.org/legal.html>. Срок действия: бессрочно.
  9. **BigBlueButton.** Открытое программное обеспечение для проведения веб-конференции. Условия правообладателя (warefree). Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/BigBlueButton>. Обеспечивает работу отдельного модуля Moodle 3.2.1 для работы ИОС. Срок действия: бессрочно.
  10. **Sumatra PDF.** свободная программа, предназначенная для просмотра и печати документов в форматах PDF, DjVu[4], FB2, ePub, MOBI, CHM, XPS, CBR/CBZ, для платформы Windows. Условия правообладателя (Лицензия GNU GPL 3-warefree). Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Sumatra\\_PDF](https://ru.wikipedia.org/wiki/Sumatra_PDF). Срок действия: бессрочно.
  11. **Mediaplayerhomeclassic.** Свободный проигрыватель аудио- и видеофайлов для операционной системы Windows. Условия правообладателя (Лицензия GNUGPL - warefree). Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Media\\_Player\\_Classic](https://ru.wikipedia.org/wiki/Media_Player_Classic). Срок действия: бессрочно.
  12. **AIMP.** Бесплатный аудиопроигрыватель с закрытым исходным кодом, написанный на Delphi. Условия правообладателя (warefree). Условия использования по ссылке: <https://www.aimp.ru/>. Срок действия: бессрочно.

### **6.3. Технические и электронные средства:**

Ноутбук, проектор.

## **VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» включает в себя практические занятия по иностранному языку, где студенты закрепляют изучаемую профессиональную лексику и расширяют словарный запас и формируют словарь общеупотребительных слов и основных профессиональных терминов.

Студенты должны иметь представление обо всех иноязычных реалиях, упомянутых в учебнике, идёт ли речь о персоналиях, предметах материальной/ духовной культуры или явлениях, относящихся к истории стран изучаемого языка.

В рамках курса студенты непосредственно включаются в будущую профессиональную деятельность и моделируют коммуникативные ситуации профессиональной деятельности журналиста. При проведении занятий рекомендуется использование активных и интерактивных форм занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, коммуникативного эксперимента, коммуникативного тренинга, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Технические средства обучения рекомендуется использовать в качестве инструмента поиска и изучения дополнительной профессиональной информации на иностранном языке. В данном случае имеется в виду возможности сети Интернет.

Использование технических средств обучения является неотъемлемой частью учебного процесса.

Работа со средствами информационного обеспечения (СИО) проводится на всех этапах обучения. Основные цели работы с СИО: развитие, поддержание и коррекция произносительных навыков; закрепление лексико-грамматического учебного материала; развитие умений аудирования; обучение особенностям ведения телефонных переговоров; обеспечение студентов страноведческой, а также профессионально релевантной информацией; демонстрация речевых поступков в типичных ситуациях общения; подготовка студентов к участию в ролевых играх.

Для проведения работы с СИО требуются аудио- и видеоматериалы-эталоны (аудио- и видеозаписи, сделанные носителями языка; учебные и художественные фильмы).

Изучение иностранного языка в профессиональной сфере непосредственно связано с интерактивными формами обучения на каждом занятии, в виде аудио- и видеозаписей, сделанные носителями языка; учебных и художественных фильмов, компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, что отражено в содержании программы.

**Наименование тем занятий с указанием форм/ методов/ технологий обучения:**

№ п/п	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы//технологии дистанционного, интерактивного обучения	Количество часов
1	2	3	4	5
1	Journalism is a calling for	практическое занятие	сюжетно-ролевая игра	6
2	New Media	практическое занятие	дискуссия	10
3	Success in Interviewing	практическое занятие	деловая игра	6
<b>Итого часов:</b>				22

**VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) представляет собой комплект оценочных материалов для проведения текущего контроля, включая, при необходимости, и входной контроль, и промежуточной аттестации обучающихся и оформляется в виде отдельного документа (приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)) или в данном разделе программы.

**Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов:**

\п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Деловая игра	What Makes a Good Journalist? Simple/Continuous form	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
2	Круглый стол	Journalism as a Career Past Simple/ Present Perfect	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4

			ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
3	Деловая игра	Journalism is Information The definite article	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
4	Ролевая игра	What is News? Asking questions/ tag questions	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
5	Дискуссия	Success in Interviewing The Passive	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
6	Ролевая игра	Press Conferences The Infinitive construction	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
7	Контрольная работа	Newspapers Analyzing newspapers The Gerund construction	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
8	Дискуссия	Radio Understanding the language of radio presenters Infinitive/ Gerund	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
9	Круглый стол	Magazines Planning the contents of a magazine Modal verbs	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1

			ОПК 1.2
<b>10</b>	Контрольная работа	Television Understanding the pre-production process Conditionals	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
<b>11</b>	Деловая игра	New Media Briefing a website designer Relative clauses	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
<b>12</b>	Контрольная работа	Advertising Selling your services to a potential client Revision	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2

**Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов:**

<b>№</b>	<b>Вид контроля</b>	<b>Контролируемые темы (разделы)</b>	<b>Контролируемые компетенции/ индикаторы</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1	test	<b>1-4</b>	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
2	test	<b>5-8</b>	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3 УК 4.4 ИДК ОПК 1.1 ОПК 1.2
3	test	<b>9-12</b>	ИДК УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3



**Оценочные средства (ОС):**

Оценочные средства для входного контроля (могут быть в виде тестов с закрытыми или открытыми вопросами).

**Демонстрационный вариант контрольной работы №1  
Входное тестирование**

**Инструкция по выполнению работы**

На выполнение работы дается 1 час 30 минут.

Работа состоит из 60 заданий. При их выполнении необходимо записать номер задания и букву правильного ответа.

**Section 1**

**Choose the best word or phrase (a, b, c, d) to fill each blank.**

- (1) Roberta \_\_\_\_\_ from The United States.  
a) are  
b) is  
c) am  
d) be
- (2) What's \_\_\_\_\_ name?  
a) -  
b) his  
c) him  
d) he
- (3) My friend \_\_\_\_\_ in London.  
a) living  
b) live  
c) lives  
d) is live
- (4) Where \_\_\_\_\_?  
a) works Tom  
b) Tom works  
c) Tom does work  
d) does Tom work
- (5) I \_\_\_\_\_ coffee.  
a) no like  
b) not like  
c) like don't  
d) don't like
- (6) '\_\_\_\_\_ to Australia, Ginny?' 'Yes, two years ago.'  
a) Did you ever go  
b) Do you ever go  
c) Have you ever been  
d) Are you ever going
- (7) Tokyo is \_\_\_\_\_ city I've ever lived in.  
a) the most big  
b) the bigger  
c) the biggest

- d) the more big
- (8) A vegetarian is someone \_\_\_\_\_ doesn't eat meat.
- a) who  
b) what  
c) which  
d) whose
- (9) \_\_\_\_\_ these days.
- a) I never a newspaper buy  
b) I never buy a newspaper  
c) I buy never a newspaper  
d) Never I buy a newspaper
- (10) I \_\_\_\_\_ watch TV tonight.
- a) am  
b) go to  
c) going to  
d) am going to
- (11) I wish I \_\_\_\_\_ more money!
- a) have  
b) had  
c) would have  
d) was having
- (12) \_\_\_\_\_ be famous one day?
- a) Would you like  
b) Would you like to  
c) Do you like  
d) Do you like to

## Section 2

**Choose the best word or phrase (a, b, c or d) to fill each blank.**

- (13) It's my birthday \_\_\_\_\_ Friday.
- a) on  
b) in  
c) at  
d) by
- (14) I \_\_\_\_\_ eighteen years old.
- a) am  
b) have  
c) have got  
d) -
- (15) I \_\_\_\_\_ a headache.
- a) am  
b) do  
c) have  
d) got
- (16) Do you \_\_\_\_\_ a uniform at your school?
- a) carry  
b) wear  
c) use  
d) hold
- (17) 'What time is it?' 'I have no \_\_\_\_\_.'

- a) idea
- b) opinion
- c) answer
- d) time

(18) The meal was very expensive. Look at the \_\_\_\_\_!

- a) ticket
- b) receipt
- c) invoice
- d) bill

(19) How many \_\_\_\_\_ of trousers have you got?

- a) items
- b) pairs
- c) sets
- d) times

(20) Joel came back from his holiday in Brazil looking really \_\_\_\_\_.

- a) tanned
- b) sunned
- c) coloured
- d) darkened

### Section 3

**Choose the best word or phrase (a, b, c or d) to fill each blank.**

(21) Harry can \_\_\_\_\_ English.

- a) to speak
- b) speaking
- c) speak
- d) speaks

(22) I'm not interested \_\_\_\_\_ sports.

- a) for
- b) about
- c) in

d) to

(23) She likes \_\_\_\_\_ expensive clothes.

- a) wearing
- b) to wearing
- c) wear
- d) is wearing

(24) Harry \_\_\_\_\_ his father's car when the accident happened.

- a) was driving
- b) drove
- c) had driven
- d) has been driving

(25) I was wondering \_\_\_\_\_ tell me when the next plane from Chicago arrives?

- a) could you
- b) can you
- c) if you could
- d) if could you

(26) If I \_\_\_\_\_ him, I would have spoken to him, wouldn't I?

- a) saw
- b) had seen

- c) have seen
  - d) would have seen
- (27) I like your hair. Where \_\_\_\_\_?
- a) do you have cut
  - b) have you cut it
  - c) do you have cut it
  - d) do you have it cut
- (28) I think Joey must \_\_\_\_\_ late tonight. His office light is still on.
- a) have worked
  - b) work
  - c) be working
  - d) to work
- (29) John tells me Jack's going out with Helen, \_\_\_\_\_ I find hard to believe.
- a) which
  - b) who
  - c) whose
  - d) that
- (30) What \_\_\_\_\_ this weekend, Lance?
- a) will you do
  - b) are you doing
  - c) will you have done
  - d) do you do
- (31) The weather has been awful. We've had very \_\_\_\_\_ sunshine this summer.
- a) little
  - b) a little
  - c) few
  - d) a few
- (32) Did you hear what happened to Kate? She \_\_\_\_\_.
- a) is arrested
  - b) arrested
  - c) has been arrested
  - d) is being arrested

#### Section 4

**Choose the best word or phrase (a, b, c or d) to fill each blank.**

- (33) I usually \_\_\_\_\_ up at about 7.30.
- a) go
  - b) be
  - c) do
  - d) get
- (34) I \_\_\_\_\_ football every week.
- a) play
  - b) go
  - c) do
  - d) have
- (35) My sister \_\_\_\_\_ the cooking in our house.
- a) does
  - b) makes
  - c) cooks

d) takes

(36) Don't forget to \_\_\_\_\_ the light when you leave the room.

- a) turn up
- b) turn in
- c) turn off
- d) turn over

(37) She was in \_\_\_\_\_ when she heard the tragic news.

- a) crying
- b) tears
- c) cries
- d) tearful

(38) He \_\_\_\_\_ that he hadn't stolen the computer, but no one believed him.

- a) reassured
- b) informed
- c) insisted
- d) persuaded

(39) Could you \_\_\_\_\_ me that book for a couple of days, please?

- a) lend
- b) owe
- c) borrow
- d) rent

(40) Greg is \_\_\_\_\_ a lot of time at Yvonne's house these days!

- a) taking
- b) spending
- c) having
- d) doing

### Section 5

**Choose the best word or phrase (a, b, c or d) to fill each blank.**

(41) Who \_\_\_\_\_ in that house?

- a) does live
- b) lives
- c) does he live
- d) he lives

(42) I'll call you when I \_\_\_\_\_ home.

- a) get
- b) 'll get
- c) 'll have got
- d) 'm getting

(43) If you \_\_\_\_\_ me, what would you do?

- a) was
- b) would be
- c) were
- d) have been

(44) I don't know where \_\_\_\_\_ last night.

- a) did he go
- b) he did go
- c) went he
- d) he went

(45) John and Betty are coming to visit us tomorrow but I wish \_\_\_\_\_.

- a) they won't

- b) they hadn't
- c) they didn't
- d) they weren't

(46) I'm so hungry! If only Bill \_\_\_\_\_ all the food in the fridge!

- a) wasn't eating
- b) didn't eat
- c) hadn't eaten
- d) hasn't eaten

(47) I regret \_\_\_\_\_ harder in school.

- a) not studying
- b) not to study
- c) to not study
- d) not have studied

(48) Surely Sue \_\_\_\_\_ you if she was unhappy with your work.

- a) will tell
- b) would have told
- c) must have told
- d) had told

(49) Our neighbours aren't very polite, and \_\_\_\_\_ particularly quiet!

- a) neither they aren't
- b) either they aren't
- c) nor are they
- d) neither did they be

(50) We had expected that they \_\_\_\_\_ fluent English, but in fact they didn't.

- a) were speaking
- b) would speak
- c) had spoken
- d) spoke

(51) I'd rather I \_\_\_\_\_ next weekend, but I do!

- a) don't have to work
- b) didn't have to work
- c) wouldn't work
- d) wasn't working

(52) Harriet is so knowledgeable. She can talk about \_\_\_\_\_ subject that comes up.

- a) whatever
- b) whenever
- c) wherever
- d) whoever

## Section 6

**Choose the best word or phrase (a, b, c or d) to fill each blank.**

(53) I always \_\_\_\_\_ milk in my coffee.

- a) have
- b) drink
- c) mix
- d) make

(54) I \_\_\_\_\_ TV every evening.

- a) watch
- b) look at
- c) see
- d) hear

- (55) Can you give me a \_\_\_\_\_ with my bag.  
a) leg  
b) back  
c) hand  
d) head
- (56) Before you enter the triathlon, please bear in \_\_\_\_\_ that you're not as young as you used to be!  
a) thought  
b) question  
c) mind  
d) opinion
- (57) The breath test showed he had consumed more than three times the legal limit of alcohol, so the police arrested him for \_\_\_\_\_.  
a) trespassing  
b) mugging  
c) speeding  
d) drunk driving
- (58) The meeting was \_\_\_\_\_ and not very interesting.  
a) time-wasting  
b) time-consuming  
c) time-using  
d) out of time
- (59) After the movie was released, the main \_\_\_\_\_ point was its excessive use of violence.  
a) discussion  
b) speaking  
c) conversation  
d) talking
- (60) There have been several big \_\_\_\_\_ against the use of GM foods recently.  
a) campaigns  
b) issues  
c) boycotts  
d) strikes

**Критерии оценки:**

оценка «5» ставится за 55 – 60 правильно выполненных заданий,  
оценка «4» ставится за 43 – 54 правильно выполненных заданий,  
оценка «3» ставится за 30 – 42 правильно выполненное заданий,  
оценка «2» менее 30 задания.

*Эталоны ответов*

(1)	(13)	(21)	(33)	(41)	(53)
b	a	c	d	b	a
(2)	(14)	(22)	(34)	(42)	(54)
b	a	c	a	a	a
(3)	(15)	(23)	(35)	(43)	(55)
c	c	a	a	c	c
(4)	(16)	(24)	(36)	(44)	(56)
d	b	a	c	d	c
(5)	(17)	(25)	(37)	(45)	(57)
d	a	c	b	d	d
(6)	(18)	(26)	(38)	(46)	(58)
c	d	b	c	c	b
(7)	(19)	(27)	(39)	(47)	(59)
c	b	d	a	a	d
(8)	(20)	(28)	(40)	(48)	(60)
a	a	c	b	b	a
(9)		(29)		(49)	
b		a		c	
(10)		(30)		(50)	
d		b		b	
(11)		(31)		(51)	
b		a		b	
(12)		(32)		(52)	
b		c		a	

11.2. Оценочные средства текущего контроля формируются в соответствии с ЛНА университета (могут быть в виде тестов, ситуационных задач, деловых и ролевых игр, диспутов, тренингов и др. Назначение оценочных средств ТК – выявить сформированность компетенций или их составляющих частей УК-4 ИДК1,2,3; ОПК -1 ИДК 1.1, 1.2).

### **Демонстрационный вариант деловой игры №1 Twenty Greatest Ideas for Journalists' Effective Communication**

Idea1 -Adair's 15 key issues in communication

It is self evident that written and spoken communication skills are of crucial importance in business (and personal) life. Journalists and leaders must be effective communicators, good at getting their message across and at drawing the best out of people. Communication skills in all forms, including non-verbal, need to be worked at and improved to ensure you understand people and they understand you.

- 1 You must be in social contact with the other person or people.
- 2 You must want to communicate.
- 3 It is better to risk familiarity than be condemned to remoteness.
- 4 The best way to empower others is to impart information (along with the delegated authority to make decisions and act on the information given).
- 5 Get out of your office - meet, listen, provide information and give people the context in which they operate - to communicate and encourage.



6 Good communication is the core of customer care.

7 Remember customers (and suppliers) communicate with others about you.

8 To communicate with your customers you must handle complaints (as an organisation) as personally as possible - by a meeting or phone call in preference to letter or fax; you must listen to what customers suggest and communicate product/ service changes/developments with them in advance.

9 Presentation skills are important in communicating with colleagues as well as customers/clients.

10 Meetings, internal and external are key indicators of a person's communication (including listening) skills.

11 Communication is a business requirement: establish proper systems and ensure all use them.

12 Remember the equation: size + geographical distance = communication problems.

13 Communicate with poor performers to improve their contribution and in appraisals be truthful, helpful and tactful.

14 Help others to improve their communication skills.

15 Assess your own communication skills and strive to improve them bit by bit. (Also, assess the communication skills of colleagues and identify areas for improvement.)

Management mantra

Don't assume that communication is actually happening.

Idea 2 - Personal communication skills checklist

- Do you understand the importance of communication in your personal and business life?
- Are you a good communicator? (Check with your partner at home, with friends and with colleagues.)

- Can you write down your strengths and weaknesses as a communicator? And have you listed them?

- Have you identified a need to improve your communication skills in any or all of these areas within your organisation, and will you now set about doing so? (reading further books and/or attending training seminars as needs be):

- listening;
- reading;
- writing;
- one-to-one communication;
- speaking and presentation; and
- managing meetings.

Are you motivated strongly to become an excellent communicator?

Idea 3 - Listening - a key element in communication

Listening has been called the forgotten skill in communication. It is more than just hearing, it is the giving of thoughtful attention to another person whilst they are speaking.

The 'disease of not listening' - the 'I hear what you say' response - exhibits the following symptoms:

- Selective listening which is habit forming, not wanting to know things and turning a deaf ear to certain types of information does two things:

- you do not listen to important items; and
- people censor what they tell you and both can be damaging in business and in private life.

- The constant interrupter is not listening (but planning his/her own next interruption) .
- The 'day-dreamer' is not a listener.
- The poor listener is easily distracted by external factors e.g. noise, heat/cold.
- The lazy listener makes no effort with difficult information.
- The poor listener overreacts to a speaker's delivery and/or quality of visual aids rather than concentrating on what is being said.

The tell-tale signs of a good listener:

- paying close attention to others when they are talking;
- taking an interest in someone you meet for the first time, trying to find an area of mutual interest;

- believing everyone has something of value to teach or impart to you;
- setting aside a person's personality/voice in order to concentrate on what they know;
- being curious in people, ideas and things;
- encouraging a speaker (with nods or eye contact);
- taking notes;
- knowing one's own prejudices and working at controlling them to ensure listening continues;
- being patient with poor communicators;
- not being told you don't listen; and
- having an open mind in respect of other peoples' points of view.

Remind yourself

People have two eyes and two ears and only one tongue - which suggests that they ought to look and also listen twice as much as they speak.

Idea 4 - Being a better listener - developing listening skills

Listening skills centre on the five following attributes:

- 1 being willing to listen;
- 2 clearly hearing the message;
- 3 interpreting the meaning (the speaker's meaning, not only your interpretation);
- 4 evaluating carefully (suspending judgement at first but then assessing value and usefulness);

and

- 5 responding appropriately - remembering communication is a two-way street.

In active listening you must be prepared to:

- ask questions;
- weigh the evidence;
- watch your assumptions; and
- listen between the lines (at what is not said and for non-verbal elements such as facial expressions, tone, posture, physical gestures etc.).

Idea 5 - Reading skills - must, should and might

Good reading is listening in action - giving time and thought and remaining alert to the possibilities suggested. A good reader will try to work past:

- poor structure and layout;
- boring style;
- off-putting tone;
- too much or too little information;
- content that is difficult to follow;
- inordinate length; and
- lack of illustrations/diagrams.

You should examine what materials you must read, should read or might read in the light of your job/role/future ambitions and then decide accordingly how and when to handle a particular item.

Speed reading is useful but only if it is accompanied by speed understanding, and reading too fast (or too slowly) can impair understanding.

Read selectively (according to the 'must', 'should' or 'might' categorisation) from each item that confronts you. In this, scanning can help decide what attention to give particular items, so you should look at overall content (headings and sub-headings), sample the style and content of a few paragraphs, scan (if still interested) selected parts and then read that which you decide you are interested in. In reading carefully, you should be aware of the need to:

- be clear about your purpose of reading any piece of writing;
- have questions in mind;
- keep the questions firmly in mind and seek answers to them;
- read for main ideas;
- test the evidence, explanations and conclusions critically;
- make notes as you progress;
- test the writer's experience against your own;
- consider whether or not to re-read;
- discuss the material with others if appropriate; and
- reflect on what has been read.

Management mantra

Reading is to the mind what exercise is to the body.

Idea 6 - Writing skills - talking to a person on paper

Communicating in writing is an essential part of your job. There are three key elements in communicating on paper:

- structure and layout;
- content; and
- style and tone.

Writing should be thought of as talking to a person on paper and the six principles of good spoken communication apply - and they are:

- 1 clarity;
- 2 planning and preparation;
- 3 simplicity;
- 4 vividness;
- 5 naturalness; and
- 6 conciseness.

In letters, reports and memos the quality improves if the appropriate amount of planning is given to the points you wish to make and their order of importance. Further drafts can improve on the initial effort.

In writing a business letter you should always test the draft to ensure that:

- 1 the message is clear;
- 2 points are made in the best order;
- 3 it has the right style and tone;
- 4 the most appropriate words and phrases are being used;
- 5 the grammar/spelling is correct; and
- 6 the layout is attractive.

In writing reports that work, the following points should be borne in mind:

- If the report is to stand alone and not to support a briefing or presentation it will need to be more than an aide-memoire.
  - A report should:
    - have an introduction with background and objectives;
    - have a title which indicates its purpose;
    - be structured like a book with chapters, headings and sub-headings all clearly numbered and signposted;
    - ensure the main body of evidence is succinct and arranged in an easy-to-follow order;
    - end with conclusions and recommendations;
    - indicate assumptions made;
    - put complicated data into an appendix; and
    - use illustrations/diagrams to clarify points made.

Management mantra

Have something to say and say it or write it as clearly as you can.

Idea 7- Churchill's guidelines for report writing

Churchill's guidelines for report writing centred on:

- setting out main points in a series of short, crisp paragraphs;
- putting complicated factors or statistics into an appendix;
- considering submitting headings only, to be expanded orally;
- avoiding woolly phrases, opting for conversational phrases; and
- setting out points concisely to aid clearer thinking.

Idea 8 - Test written reports for effectiveness

Reports can be tested for their effectiveness as follows:

- Is the structure and layout clear and easy to follow?
- Is the content complete and does it:
  - state the purpose?
  - say when, by whom, for whom and with what scope it was prepared?
  - identify and address the problem clearly?
  - ensure detail does not cloud the main issue?
  - give sources for facts?

- use consistent symbols and abbreviations?
- use accurate figures?
- make clear statements?
- have conclusions which flow logically from facts and their interpretation?
- ensure other possible solutions are only abandoned with stated reasons?
- In general:
  - is the report objective?
  - are criticisms of its recommendations pre-empted?
  - is it efficient and business-like?
  - does it offend anyone?
  - can it be understood by a non-technical person?
  - is it positive and constructive?
  - does it point up the decision to be made and by whom?

The style and tone of written communications is important to ensure the message is put over, and received, clearly. Some rules are:

- keep it simple;
- strive for clarity above all things (even above brevity);
- be natural;
- be concise;
- let the tone reflect your true feelings but beware being terse, curt, sarcastic, peevish, angry, suspicious, insulting, accusing, patronising or presumptuous; and
  - be courteous (cordial and tactful).

Ask yourself

What would I make of this report if I received it?

Idea 9 - Adair's six principles of effective speaking

- 1 Be clear.
- 2 Be prepared.
- 3 Be simple.
- 4 Be vivid.
- 5 Be natural.
- 6 Be concise.

Preparation is helped by asking the who/what/how/when/where/why? of the speaking occasion to focus on the audience, the place, the time, the reasons giving rise to the occasion, the information that needs to be covered and how best to put it across.

Idea 10 - Profile the occasion - the first element of a good presentation

When planning a presentation, there is one thing you should do before anything else: profile the occasion, audience and location.

You should ask yourself the following questions.

The occasion

- What kind is it?
- What are the aims of it?
- What time is allowed?
- What else is happening?

The audience

- Do they know anything about you?
- Do you know its size?
- What do they expect?
- Why are they there?
- What is their knowledge level?
- Do you know any personally/professionally?
- Do you expect friendliness, indifference or hostility?
- Will they be able to use what they hear?

The location

- Do you know the room size, seating arrangements, lay-out/set-up and acoustics?
- Do you know the technical arrangements for use of microphones, audio-visuals, lighting, and whether assistance is available (and have you notified in advance your requirements)?
- Do you know who will control room temperature, lighting and moving people in and out?
- Have you seen it/should you see it?

Ask yourself

When making a presentation, do I always check the occasion, the audience and the location?

Idea 11 - Plan and write the presentation

The key elements in planning and writing your presentation are these:

- Deciding your objective, which needs to be:
  - clear;
  - specific;
  - measurable;
  - achievable in the time available;
  - realistic;
  - challenging;
  - worthwhile; and
  - participative.
- Making a plan with a framework which has:
  - a beginning (including introductory remarks, statement of objectives and relevance and an outline of the presentation (s));
  - a middle (divided into up to six sections maximum, ensuring main points are illustrated and supported by examples or evidence, use summaries and consider time allocation carefully- and test it); and
  - an end (summarise, linking conclusions with objectives and end on a high note).

Remind yourself

Light a flame at the start of your presentation and keep it burning throughout.

Idea 12 - Use visual aids in presentations

As up to 50 per cent of information is taken in through the eyes, careful consideration should be given to the clear, simple and vivid use of audio-visuals.

Useful tips are:

- overhead/projector slides help make a point and keep eye contact with an audience (look at the people not the slides);

- only present essential information in this way (keep content to about 25 words or equivalent if in figures);
- have them prepared with appropriate professionalism;
- know the order;
- use pictures and colour if possible; and
- do not leave a visual aid on for too long.

Some difficulties with the different types of audio-visual equipment are:

- Overhead projection. Ease of use and flexibility can be offset by poor quality images and problems in using well.
- 35mm slide projection. Professional in appearance, good for large audience and easy to use with a remote control can be offset by the need for dim lights (making note-taking difficult) and lack of flexibility in changing order of viewing.
- Flipcharts. Are easy to use and informal but difficult to use successfully with large groups and generally do not look professional and take up time to use.
- Computers, tape decks or videos. Can provide variety but difficult to set up and synchronise, especially without technical support.

A picture is worth a thousand words.

#### Idea 13 - Prepare your talk - don't prepare to fail

In preparing your talk you need to decide whether you are to present with a full script, notes or from memory. This depends on the occasion and purpose of the presentation but whichever method is chosen, it is always acceptable to refer to your fuller notes if needs be during a presentation. Notes on cards or on slides/flipcharts can be used as memory joggers if you present without notes. If you are required to read a paper, at least be able to look up occasionally. Remember that failing to prepare is preparing to fail.

#### Idea 14 - Rehearse a presentation

Rehearsal is important, but not so much that spontaneity is killed and naturalness suffers, to ensure the presentation (and any audio-visual aid) is actually going to work in practice.

You should always visit the location if at all possible and check that everything works - knowing the location is as important as rehearsing the presentation, indeed it is an essential part of the rehearsal.

#### Idea 15 - How best to deliver your presentation on the day

Overall you should ensure that your presentation's:

- beginning introduces yourself properly, captures the audience and gives the background, objectives and outline of your talk;
- middle is kept moving along (indicating whether questions are to be asked as-you-go or at the end) with eye contact over the whole audience, at a reasonable pace, with a varying voice and obvious enjoyment on your part;
- end is signalled clearly and then goes off with a memorised flourish;
- questions are audible to all (or repeated if not), answered with conciseness, stimulated by yourself asking some questions, dealt with courteously and with the lights on; and
- conclusion is a strong summary of talk and questions/discussions and closes with words of thanks.

If you find you are nervous - and this is normal - experiencing fear and its physical manifestations, remember to:

- 1 breathe deeply;
- 2 manage your hands;
- 3 look at your audience;
- 4 move well;
- 5 talk slowly;
- 6 compose and relax yourself;
- 7 remember that the audience is invariably on your side; and
- 8 project forward to the end of the presentation and picture the audience applauding at the end.

Remind yourself

Be clear, be simple, be vivid and be natural.

Idea 16 - One-to-one interviews

One-to-one meetings have common characteristics in that they are (usually) pre-arranged, require preparation and have a definite purpose.

Unless it happens to be a dismissal, one-to-one interviews require that:

- both parties know the purpose of the meeting (notified in advance);
- information to be exchanged should be considered in advance and answers at the meeting should be honest; and
- as interviewer you should keep control: stick to the point at the issue and the time allocated and give the other party adequate time to talk (prompting by questions if necessary).

The structure of the interview should be as follows:

- the opening - setting the scene, the purpose and a relaxed atmosphere;
- the middle - stay with the purpose, listen, cover the agenda; and
- the close - summary, agree action, end naturally not abruptly on a positive note.

Sometimes it is useful to ask the right questions to obtain the required information/ exchange. Questions to use are the open-ended, prompting, probing, or what-if questions, whilst the ones to avoid (unless being used for specific reasons) are the yes/ no, closed, leading or loaded questions.

Ask yourself

Do I know the purpose of this interview? Does the other person?

idea 17 - Seven ways to give criticism

In performance-appraisal interviews the aim should be to give constructive criticism in the following way:

- 1 in private;
- 2 without preamble;
- 3 simply and accurately;
- 4 only of actions that can be changed;
- 5 without comparison with others;
- 6 with no reference to other people's motives; and
- 7 without apology if given in good faith.

Idea 18 - Seven ways to receive criticism

In receiving constructive criticism you should:

- 1 remain quiet and listen;



- 2 not find fault with the criticising person;
- 3 not manipulate the appraiser by your response (e.g. despair);
- 4 not try to change the subject;
- 5 not caricature the complaint;
- 6 not ascribe an ulterior motive to the appraiser; and
- 7 give the impression you understand the point.

In handling criticism you should accept it and not ignore, deny or deflect it.

Ask yourself

Can I take criticism myself?

Idea 19 - Communication and the management of meetings

Meetings are much maligned, but are they usually approached and handled as they should be?

In general terms, if it is to work, any meeting needs:

- planning;
- informality;
- participation;
- purpose; and
- leadership.

That is the case, whether the meeting is in committee or conference format.

A meeting must have a purpose and this can be one (or all) of the following:

- to pool available information;
- to make decisions;
- to let off steam/tension;
- to change attitudes; and
- to instruct/teach.

You should always be prepared before chairing any meeting:

- 1 Know in advance what information, reports, agenda, layout, technical data or equipment is required.
- 2 Be clear about the purpose.
- 3 Inform other participants of the purpose and share, in advance, relevant information/documents.
- 4 Have a timetable and agenda (and notify others in advance).
- 5 Identify main topics with each having an objective.
- 6 Make necessary housekeeping arrangements.

Chairing a meeting means that you should guide and control it having defined the purpose of it, gatekeeping the discussions as appropriate (opening it to some, closing it when necessary), summarising, interpreting and concluding it with agreed decisions, on time.

The chairman's role in leading/refereeing effective meetings is to ensure that the following elements are handled correctly:

- 1 Aim - after starting on time, to outline purpose clearly.
- 2 Plan - to prepare the agenda (and allocate time).
- 3 Guide - to ensure effective discussion.
- 4 Crystallise - to establish conclusions.

Act - to gain acceptance and commitment and then to end on time.

Ask yourself

In my meetings, do I know the purpose, have an agenda, canvas opinions, agree conclusions and win acceptance of action needed?

Remember that meetings are groupings of people and can develop their own personality. It can help to understand the personality of a particular grouping by reference to group:

- conformity;
- values;
- attitude to change;
- prejudice; and
- power.

It follows that the method of running the meeting and making it effective depends on understanding and overcoming problems posed by the group personality.

Idea 20-Communication within your organisation

Management mantra

Information should be treated as 'shareware'.

Organisations have a degree of permanence, hierarchy and formal communication. Informal communication supplements the formal communication that is needed in organisations.

The content of communication in organisations should be (in relation to):

1 The task:

- the purpose, aims and objectives;
- plans; and
- progress and prospects.

2 The team:

- changes in structure and deployment;
- ways to improve team work; and
- ethos and values.

3 The individual:

- pay and conditions;
- safety, health and welfare; and
- education and training.

The direction of flows of communication within an organisation must be downward, upward and sideways.

When forming decisions on what to communicate, bear in mind the must-know priorities and distinguish them from the should-know or could-know lower priorities. The best method for must-know items is face-to-face backed by the written word.

Two-way communication should be used and encouraged to:

- communicate plans/changes/progress/prospects;
- give employees the opportunity to change/improve management decisions (before they are made);
- use the experience and ideas of employees to the full; and
- understand the other side's point of view.

Ask yourself

Am I a good enough communicator? What do others think? Do I bother to find out, by

communicating with them?

Summary and follow-up test

Summary

Personal reminders

Effective speaking-six key principles:

- 1 be clear;
- 2 be prepared;
- 3 be simple;
- 4 be vivid;
- 5 be natural; and
- 6 be concise.

Practical presentation skills require you to:

- profile the occasion, audience and location;
- plan and write the presentation;
- use visual aids (if appropriate);
- prepare your talk;
- rehearse (with others if necessary); and
- deliver on the day.

Good communicators are skilled at listening by:

- being willing to listen;
- hearing the message;
- interpreting the meaning;
- evaluating carefully; and
- responding appropriately.

Effective writing has three elements:

- 1 structure;
- 2 layout; and
- 3 style.

It also needs the six key principles of:

- 1 clarity;
- 2 planning;
- 3 preparation;
- 4 simplicity;
- 5 vividness;
- 6 naturalness; and
- 7 conciseness.

**Follow-up test**

**• Have you identified and addressed communication/presentation strengths/ weaknesses of yourself and key members of your team?**

- **Can you calmly plan for meetings?**
- **Have meetings (one-to-one and others) improved?**
- **Has written communication improved your organisation?**
- **Has your performance as a communicator improved and do you listen more?**

### Демонстрационный вариант №3

#### 1. Вопросы и задания к зачету

2. What kind of people should a journalist be interested in?
3. How should a journalist write?
4. What quality is the most important in the make-up of a future journalist?
5. Make the list of qualities of journalist in the order of their importance as you see.
6. What is the news editor responsible for?
7. What news is usually place on the front page?
8. What is the main function of the newspaper today?
9. Why is it necessary for a journalist to be aware of social changes?
10. What is the advantage of the formal interview?
11. Can the government manipulate the press? How?

#### 2. Discuss the following

1. The nature of news.
2. The art of news-gathering
3. The collection of news
4. Journalism is information.
5. Journalism is communication.
6. Journalism is the television picture.
7. Journalism is about people.
8. Journalism is basically about news.
9. Successful interviewing is a highly skilled art.
10. Favorite Russian newspaper.

#### 3. Translate the sentences into English using the vocabulary.

1. Персонал нашей газеты не сможет обеспечить высокий тираж.
2. Нам нужно нанять еще репортеров, чтобы охватить все рубрики, интересные такой разнообразной аудитории, и повысить тираж.
3. Все крупные государственные газеты сообщают о повышении ключевой ставки. Ты уже читал?
4. Эта местная газета ежедневно публикует международные, государственные и местные новости.
5. Основные направления нашей работы - обеспечить всестороннее и своевременное освещение государственных и религиозных текущих событий.
6. Информационные агентства собирают, передают и распространяют информацию о событиях, происходящих в мире.
7. Я оплатил годовую подписку через Интернет.
8. Газета выходит каждую неделю - по вторникам.
9. Крупные радиостанции вещают круглосуточно, но это не означает, что они предоставляют свежую информацию.
10. Вам следовало бы послушать последние новости по радио.

Listen to the text and do the following tasks

How false information spreads

1. Read the questions and choose the correct answer.

- It is the spread of true information.
- It is when false information is validated by one other source only.
- It only occurs with information on Wikipedia.
- It may involve several publications.

2. Which statement is correct about journalists?

- They are not permitted to copy information from Wikipedia.
- They refuse to copy information from Wikipedia.
- As soon as they include information in an article, they verify the information.
- Many journalists may publish inaccuracies in several articles.

3. Which statement is correct?

- Another name for a coati is a Brazilian aardvark.
- The American student changed the information on Wikipedia to what he believed to be the truth.
- Many people believed that a Brazilian aardvark was the same as a coati.
- When writers wrote about the Brazilian aardvark they knew it was a joke.

4. Which statement is true about Wikipedia?

- Some people add false content to a Wikipedia entry intentionally.
- Updating information on Wikipedia is against the law.
- There is hardly any true information on Wikipedia.

5. What is true about childhood vaccines and autism?

- There is a clear connection between childhood vaccines and autism.
- Circular reporting incited many parents not to vaccinate their children.
- The claims that they were connected first appeared on Wikipedia.
- The media proved early on that the claims about vaccines and autism were false.

6. Which statement is correct?

- Generally speaking, it's easy to identify false information.
- If the original source is Wikipedia or the media, the information is almost always false.
- Reflecting critically on information we read is something most people often do.
- Lack of time to think and investigate can cause us to believe things that aren't true.

2. Write your ideas in the table. Decide what is the best way to find out news.

advantages	disadvantages
television	
internet	
newspapers	
Radio	

3. Match the meanings with the expressions in Exercise

Look at some of the expressions used by the speakers. What do you think they mean?

- a sound bite

- broadsheets
- chequebook journalism
- circulation figures
- libel laws
- media coverage
- ratings war
- spin
- the tabloids
- viewing figures

- a) the number of newspapers sold
- b) the number of people who watch a broadcast
- c) popularity battles with rival channels / networks / programmes
- d) official rules governing what you may say about people in print
- e) present a positive view of something to influence people
- f) paying people for information g) amount of time / space given to a subject
- h) very short part of speech or statement
- i) the 'popular press'
- j) quality newspapers / the 'quality press'

**4. Read the newspaper headlines.**

**What do you think the stories are about?**

**Which headlines refer to :**

*1 losing a job? 2 a rescue? 3 new rules / laws? 4 an investigation? 5 a planned reduction in something? 6 death? 7 a romance? 8 an argument / fighting?*

**Rewrite the headlines as full sentences .**

GOVT TO CRACK DOWN ON NET CRIME

FLOODS TOLL RISES

MINISTER QUILTS OVER COVER-UP

tv stars split to wed

MOVE TO CURB JUNK FOOD SALES

NATIONAL SPEED LIMITS SET TO CHANGE

PM PLEDGES TAX CUT

CAT SAVES OWNER FROM BLAZE

Olympic chief in vote rigging row

MURDER PROBE: POLICE QUIZ MODEL

FOOTBALL BOSS AXED

UN urged to act over new clashes

**5. Read the text and decide which answer (A, B, C or D) best completes each collocation or fixed phrase.**

**The history of the magazine**

Look in any newsagents and you will see an enormous 0 range of magazines catering to all tastes and interests. The magazine industry has **1.** \_\_\_\_\_ since the 17th century and is still going from strength to strength. Our appetite for these weekly or monthly publications **2.** \_\_\_\_\_ steadily. The word 'magazine', which comes **3.** \_\_\_\_\_ the French word 'magasin', meaning 'storehouse', first appeared on the cover of the Gentleman's Magazine, published in London in 1731. This was not, **4.** \_\_\_\_\_, the first publication of this type. The French 'Journal des Scavans' is generally considered to be the first actual magazine. There are two broad categories of magazine: those **5.** \_\_\_\_\_ at the general public, and trade and technical magazines giving specialised information. The first magazines were not widely read as low circulation and high production **6.** \_\_\_\_\_ kept them relatively expensive. Most early magazines had short lives, and it wasn't until the late 19th century that technological advances in printing, together with a **7.** \_\_\_\_\_ in advertising resulted in lower cover prices. The first half of the 20th century **8.** \_\_\_\_\_ the publication of many magazines **9.** \_\_\_\_\_ popular today, **10.** \_\_\_\_\_ as the weekly news magazine Time. A new type appeared in 1922 with the founding of the Reader's Digest, which reprinted shortened versions of articles from other magazines. As the century progressed, new titles such as Playboy and Cosmopolitan mirrored the **11.** \_\_\_\_\_ social changes taking **12.** \_\_\_\_\_. There was also a massive growth in the number of magazines devoted to extremely **13.** \_\_\_\_\_ areas of interest, particularly in scientific and technical fields. The result is that nowadays you can be overwhelmed by choice. Whether you are **14.** \_\_\_\_\_ in restoring old cars or playing computer games, there are magazines competing for your custom. Other magazines are aimed at almost every stage of life, from adolescence, through parenthood to retirement. If you **15.** \_\_\_\_\_ to a large house in the country, a designer wardrobe or a luxury yacht, there are magazines for you to dream over.

0. a) choose b) option c) range d) pick

1. a) existed b) lived c) been d) stayed

2. a) swells b) advances c) gains d) increases

3. a) from b) to c) for d) of

4. a) therefore b) however c) although d) so
5. a) intended b) aimed c) meant d) designed
6. a) costs b) prices c) fares d) charges
7. a) increase b) flood c) rise d) advance
8. a) watched b) viewed c) saw d) looked
9. a) yet b) still c) even d) already
10. a) like b) as well c) for example d) such
11. a) rapid b) fast c) quick d) speedy
12. a) part b) up c) over d) place
13. a) thin b) narrow c) fine d) tight
14. a) keen b) amused c) interested d) fond
15. a) hope b) would like c) aspire d) want

### 6. Translate into English.

Пресса, телевидение и радио играют большую роль в жизни общества. Они влияют на то, как люди смотрят на окружающий мир и заставляют их менять свои взгляды. Некоторые люди говорят: "Новости — это не то, что происходит, а то, что ты видишь или читаешь в масс-медиа". Миллионы людей в свободное время смотрят ТВ и читают газеты. Телевидение может доминировать в жизни, если семья большую часть времени проводит за его просмотром. Телевидение информирует, обучает и развлекает людей. Также это вызывающий привыкание наркотик, которому невозможно сопротивляться. Различные игры по ТВ, такие как квесты, и музыкальные программы привлекают внимание большой аудитории. Также существуют ежедневные сериалы, известные как "мыльные оперы". Одни люди считают их скучными, тогда как другие говорят, что они отличны для развлечения и отдыха. Кроме этого, на телевидении много рекламы.

**GOOD LUCK!**

### Контрольная работа № 2

#### 1. Match the English words with their Russian equivalents.

1. documentary	a) бульварная газета
2. to subscribe	b) книга в бумажной обложке
3. subscription	c) подписываться (на газету и др.)
4. tabloid	d) документальный фильм
5. choice	e) подписка
6. paperbacks	f) колонка (в газете)
7. column	g) выбор
8. channel	h) трансляция, радиовещание
9. broadcast	i) жестокий
10. current	j) спутник
11. TV listings	k) зрители
12. satellite	l) доступный
13. violent	m) развлечение
14. viewers	n) реклама
15. available	o) текущие события
16. weekly	p) канал (на ТВ)
17. entertainment	q) программа (передач)

**2. Choose the right word from the given above.**

- 1) The ..... said that there had been an earthquake in Chile.
- 2) According to the TV ..... there's a thrilling film on Channel five at ten o'clock.
- 3) Have you seen the new ..... for soap with that funny dog?
- 4) Some people pay for ..... TV and they have a kind of dish on their roof to receive the signal from space.
- 5) You can receive hundreds of TV ..... if you have a ..... dish.
- 6) Journalists can make mistakes, so don't believe everything you read in the .....
- 7) TV companies ..... their programmes across the country or even across the world.
- 8) Books printed with soft covers are called .....
- 9) I'm quite interested in ..... affairs and watch the news every day.
- 10) Could you pass me the ..... so I can see what time the film starts?

**3. Choose the right word from the given above.**

- 1) My grandmother always gets all the news over the .....
- 2) My favourite radio ..... plays non-stop dance music.
- 3) Where a sport match has spectators, and radio has listeners, television has.....
- 4) I don't agree on having ..... films on in the early evening.
- 5) The ..... sent his two best reporters out to get the story.
- 6) You have to have a good voice and look serious to be a ..... . Most of them are also trained journalists.
- 7) Wasn't that actress in a ..... for a bank a year ago?
- 8) We are thinking of getting ..... TV to receive more programmes.
- 9) He has made his own ..... for people interested in collecting stamps.
- 10) There are many free local ..... which are put into your post-box whether you ask for it or not.

**4. Choose the right word from the given above.**

- 1) News is \_\_\_\_\_ at regular intervals and there is discussion of \_\_\_\_\_ both national and international.
- 2) The channels of British television keep people informed about current events, the latest achievements in science and culture and offer some programmes which are both informative and \_\_\_\_\_.
- 3) Our family \_\_\_\_\_ to some newspapers and the "Book review" magazine.
- 4) There is also serious concern about the negative effects of some TV shows in which scenes of \_\_\_\_\_ are presented.
- 5) In London people have a choice between a few TV \_\_\_\_\_: BBC1 , BBC2 and some commercial \_\_\_\_\_.
- 6) There is a principal difference between the living theatre and the mass \_\_\_\_\_ of films, radio and TV.



7) In future there will be some new kinds of \_\_\_\_\_ much more interesting than TV, radio and newspapers.

8) The companies just “buy time” to advertise their products and the \_\_\_\_\_ have to watch advertisements for soap, washing machines, petrol and many other items during the programmes.

9) He doesn't like \_\_\_\_\_ newspapers because they're full of gossip and scandal. He prefers more serious papers.

10) Books printed with soft covers are called \_\_\_\_\_ .

**5. Read text and match subjects 1-8 with paragraphs A-G. There is one extra heading.**

- |                                     |                                      |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| <b>1. Traditional delivery</b>      | <b>5. Focus on different readers</b> |
| <b>2. Loss of popularity</b>        | <b>6. The successful competitor</b>  |
| <b>3. Money above privacy</b>       | <b>7. Size make a difference</b>     |
| <b>4. The best-known newspapers</b> | <b>8. Weekend reader</b>             |

As in many other European countries, Britain's main newspapers are losing their readers. Fewer and fewer people are buying broadsheets and tabloids at the newsagent's. In the last quarter of the twentieth century people became richer and now they can choose other forms of leisure activity. Also, there is the Internet which is a convenient and inexpensive alternative source of news.

The 'Sunday papers' are so called because that is the only day on which they are published. Sunday papers are usually thicker than the dailies and many of them have six or more sections. Some of them are 'sisters' of the daily newspapers. It means they are published by the same company but not on week days.

Another proof of the importance of 'the papers' is the morning 'paper round'. Most newsagents organise these. It has become common that more than half of the country's readers get their morning paper brought to their door by a teenager. The boy or girl usually gets up at around 5:30 a.m. every day including Sunday to earn a bit of pocket money.

The quality papers or broadsheets are for the better educated readers. They devote much space to politics and other 'serious' news. The popular papers, or tabloids, sell to a much larger readership. They contain less text and a lot more pictures. They use bigger headlines and write in a simpler style of English. They concentrate on 'human interest stories' which often means scandal.

Not so long ago in Britain if you saw someone reading a newspaper you could tell what kind it was without even checking the name. It was because the quality papers were printed on very large pages called 'broadsheet'. You had to have expert turning skills to be able to read more than one page. The tabloids were printed on much smaller pages which were much easier to turn.

The desire to attract more readers has meant that in the twentieth century sometimes even the broadsheets in Britain look rather 'popular'. They give a lot of coverage to scandal and details of people's private lives. The reason is simple. What matters most for all newspaper publishers is making a profit. They would do anything to sell more copies.

If you go into any newsagent's shop in Britain you will not find only newspapers. You will also see rows and rows of magazines for almost every imaginable taste. There are specialist magazines for many popular pastimes. There are around 3,000 of them published in the country and they are widely read, especially by women. Magazines usually list all the TV and radio programmes for the coming week and many British readers prefer them to newspapers.

--	--	--	--	--	--	--

**6. Read the text and do the following tasks:**

**Mind over mass media**

New forms of media have always caused moral panic: the printing press, newspapers, and television were all once denounced as threats to their consumers' brainpower and moral fiber. So too with electronic technologies.

PowerPoint, we're told, is reducing discourse to bullet points. Search engines lower our intelligence, encouraging us to skim on the surface of knowledge rather than dive to its depths. Twitter is shrinking our attention spans.

But such panic often fails basic reality checks. When comic books were accused of turning juveniles into criminals in the 1950s, crime was falling to record lows. The decades of television, transistor radios and rock videos were also decades in which I.Q. scores rose continuously.

For a reality check today, take the state of science, which demands high levels of brainwork. These days scientists are never far from their e-mail, rarely touch paper and cannot lecture without PowerPoint. If electronic media were hazardous to intelligence, the quality of science would be plummeting. Yet discoveries are multiplying like fruit flies, and progress is dizzying.

Critics of new media sometimes use science itself to press their case, citing research that shows how "experience can change the brain". But cognitive neuroscientists roll their eyes at such talk. Experience does not remake the basic information-processing capacities of the brain. Speed-reading programs have long claimed to do just that, but the verdict was rendered by Woody Allen after he read "War and Peace" in one sitting: "It was about Russia."

Moreover, the effects of experience are highly specific to the experiences themselves. If you train people to do one thing, they get better at doing that thing, but almost nothing else. Music doesn't make you better at math. Accomplished people immerse themselves in their fields. Novelists read lots of novels, scientists read lots of science.

The effects of consuming electronic media are also likely to be far more limited than the panic implies. **Media critics write as if the brain takes on the qualities** of whatever it consumes, the informational equivalent of "you are what you eat". As with primitive peoples who believe that eating fierce animals will make them fierce, they assume that reading Twitter postings turns your thoughts into Twitter postings.

Yes, the continual arrival of information packets can be distracting or addictive. But distraction is not a new phenomenon. The solution is to develop strategies of self-control. Turn off Twitter when you work and put away your smartphone at dinner time.

And to encourage intellectual depth, don't rail at PowerPoint or Google. It's not as if habits of deep reflection or thorough research ever came naturally to people. They must be acquired in universities, and maintained with constant analysis, criticism and debate. They are not granted by propping a heavy encyclopedia on your lap, nor are they taken away by efficient access to information on the Internet.

The new media have caught on for a reason. Knowledge is increasing exponentially; human brainpower and waking hours are not. Fortunately, the Internet and information technologies are helping us manage and search our collective intellectual output at different scales, from Twitter to e-books and online encyclopedias. Far from making us stupid, these technologies are the only things that will keep us smart.

**1. At the beginning of the article the author reminds that the new media technologies ...**

- A) could make people less intelligent.
- B) turn our attention off morals.
- C) used to frighten the majority of people.
- D) improve human brainpower.

**2. What has life proved about electronic technologies according to the author?**

- A) They don't disrupt brainwork.
- B) They could increase the crime level.
- C) Television influences intelligence.
- D) Scientists can't do without them.

**3. According to the author, the arguments of the critics of new media make neuroscientists feel ...**

- A) surprised.

- B) confused.
- C) annoyed.
- D) amused.

**4. What does the example of Woody Allen’s reading of “War and Peace” illustrate?**

- A) Speed-reading programs improve information-processing.
- B) Scientific research of brain supports critics of new media.
- C) Experience with technology is significant for intellectual abilities.
- D) Technology hardly influences the way brain deals with information.

**5. The phrasal verb “takes on” in “Media critics write as if the brain takes on the qualities ...” (paragraph 6) is closest in meaning to ...**

- A) changes.
- B) acquires.
- C) adapts.
- D) rejects.

**6. Which negative effect of information flood does the author recognise?**

- A) Shallow mindedness.
- B) Inefficient access to data.
- C) Lack of self-control.
- D) Continuous distraction.

**7. What idea is expressed in the last paragraph?**

- A) Human knowledge is developing too fast.
- B) New media help us keep up with life.
- C) New media are the result of collective brainwork.
- D) There are different ways to manage knowledge.

**7) Translate the sentences using vocabulary**

1) СМИ становятся очень важными, потому что у многих людей с изобретением интернета появился доступ к огромному количеству информации.

2) Это зависит от возраста. Более молодое поколение получает новости, пользуясь интернетом. Более зрелые люди узнают новости по телевизору или из газет.

3) Я бы предпочел воспользоваться интернетом, потому что это быстрее и легче всего. Это самый удобный способ.

4) Такое мнение существует, потому что информацию в интернет может поместить любой желающий. Однако если брать информацию из достоверных источников, вы не получите ошибочные сведения).

5) Сейчас люди предпочитают не тратить деньги на бумажные источники информации, а пользоваться смартфонами и читать электронные журналы и газеты.

6) Большинство людей перестало слушать радио. Сейчас многие слушают радио только за рулем.

7) СМИ могут распространять недостоверную информацию, что может привести к серьезным проблемам между людьми или государствами и т.д.

8) СМИ очень сильно влияют на сознание людей, но нельзя винить их во всех бедах.

9) Я думаю, что будут созданы новые каналы СМИ. Мы сможем получать информацию в любом месте.

**Вопросы и задания к зачету:**

**Final Test**

**4<sup>st</sup> term**

**Journalism department**

**1. LISTEN TO THE TEXT**

**MATCH THE STATEMENTS TO THE ABSTRACTS . ONE IS EXTRA.**

1. The speaker talks about saving money when she\ he goes out
2. The speaker explains how trying something new can be positive
3. The speaker describes thinking of his/ her appearance in public
4. The speaker describes working at a place where people meet
5. The speaker explains how going out helps to reduce stress
6. The speaker talks about going out to popular places

**A B C D E**

**2. Now you will learn basic facts about the history of television. Read the parts and choose the most suitable heading out of the ones suggested below:**

- a) Electronic television;
- b) Mechanical technology of TV picture transmission;
- c) Modern television;
- d) The beginning of television;
- e) The etymology of the word *television*;
- f) The Iconoscope and Kinescope invention.

**TEXT**

**TELEvision invEnTion**

1. \_\_\_\_\_

Television is a way of sending and receiving moving images and sounds over wires or through the air by electrical impulses. The big breakthrough in technology was the ability to send sound and pictures over the air. The word television comes from the Greek prefix *tele* and the Latin word *vision* or “seeing from a distance.” The TV camera converts images into electrical impulses, which are sent along cables, or by radio waves, or satellite to a television receiver where they are changed back into a picture.

2. \_\_\_\_\_

As with most inventions, television’s development depended upon previous inventions, and more than one individual contributed to the development of television, as we know it today. People started experimenting with television during the 19th century. When you ask the question – who invented television, you may get a few different answers.

3. \_\_\_\_\_

In England in 1878, John Loggie Baird, a Scottish amateur scientist, successfully transmitted the first TV picture, after years of work, in 1926, with his mechanical system. Baird’s system used a mechanical camera consisting of a large spinning disc, with a spiral of holes that Paul Nipkow had developed in 1884. This old mechanical technology was quickly replaced by superior electronic television.

4. \_\_\_\_\_

Philo Farnsworth successfully demonstrated electronic television in San Francisco, in 1927. Farnsworth, at the age of fifteen, began imagining ways that electronic television could work. One day while working in the fields among rows of vegetables, he was inspired. He realized that a picture could be dissected by a simple television camera into a series of lines of electricity. The lines would be transmitted so quickly that the eyes would merge the lines. Then, a cathode ray tube television receiver would change those lines back into a picture. Initially, television was available only in black and white, even though experiments with color began in the 1920s; however, you could not buy a color

television until 1953.

5. \_\_\_\_\_

Nobel laureate Ferdinand Braun invented the cathode ray tube. Vladimir Zworykin improved television with the invention of a completely electric camera – the Iconoscope, and a receiver – the Kinescope, which both used a cathode ray tube. David Sarnoff, head of RCA (Radio Corporation of America) and founder of the NBC (National Broadcasting Company) television network, backed his powerful belief in the possibilities of television with financial backing by hiring Zworykin and purchasing the rights to use Farnsworth's image dissector in RCA products.

6. \_\_\_\_\_

We have come a long way and now, "The sky's the limit." We have regular television, known as terrestrial (land), cable which brings signals through underground cable, microwave signal transmission, and satellite. Today there are many satellites orbiting the earth. Transmitters on the ground are beaming signals up to the satellite, and then they are beamed back down to another receiver.

3. Match the words with their definitions.

- |                   |   |
|-------------------|---|
| 1. Hyperlinking   | a) the involvement of users in the exchange of information with computers and the degree to which this happens              |
| 2. Interactivity  | b) the fact that someone can be believed or trusted   |
| 3. Immediacy      | c) broadcasting video and sound of an event over the internet as it happens   |
| 4. Multimedia     | d) a web page or screen that updates often to show the latest news or information   |
| 5. Credibility    | e) the connection that allows you to move easily between two computer documents or two pages on the internet                |
| 6. Live streaming | f) the process or practice of using another person's ideas or work and pretending that it is your own                       |
| 7. Newsfeed       | g) the use of a combination of moving and still pictures, sound, music, and words, especially in computers or entertainment |
| 8. Plagiarism     | h) the fact that something seems real and important, which causes the feeling of being directly involved                    |

4. Fill in the gaps with the words from the box:

**interactive**  $\lambda$  **evolving**  $\lambda$  **bloggers**  $\lambda$  **struggles**  $\lambda$  **newsrooms**  $\lambda$

**investigative journalism**  $\lambda$  **encourages**  $\lambda$  **bloggers**  $\lambda$  **audiences**

A media revolution is transforming the nature of journalism and its ethics. The means to publish is now in the hands of citizens, while the internet (1) \_\_\_\_\_ new forms of journalism that are (2) \_\_\_\_\_ and immediate.

Our media ecology is a chaotic landscape (3) \_\_\_\_\_ at a furious pace.

Professional journalists share the journalistic sphere with tweeters, (4) \_\_\_\_\_, citizen journalists, and social media users.

Amid every revolution, new possibilities emerge while old practices are threatened.

Today is no exception. The economics of professional journalism (5) \_\_\_\_\_ as

(6) \_\_\_\_\_ migrate online. Shrinkage of (7) \_\_\_\_\_ creates concern for the

future of journalism. Yet these fears also prompt experiments in journalism, such as nonprofit centers of (8) \_\_\_\_\_.

5. World Web is so wide and contains so many things within it! Read the description of some web-outlets and identify them.

1. Sites that collect and categorize links from news sources.
2. Sites without much original content but many links to existing sites, like *Open Directory Project, Yahoo!, AboutUs.org, etc.*
3. Sites that facilitate the connection of people and involve them into discussion, like *Slashdot, etc.*
4. Journals / diaries written on-line and accessible to users of the Internet.
5. Sites where people set up a personal page or profile to which they could post updates on what they were doing, while also keeping track of the activities of family, friends and colleagues, like *Twitter, Facebook, LinkedIn, MySpace, Google Buzz, etc.*
6. Interactive seminars conducted over the World Wide Web.
7. Broadcasts of events over the World Wide Web.

- a) Webinars
- b) Share and discussion sites
- c) Webcasts
- d) News aggregators
- e) Social network websites
- f) Index and category sites
- g) Blogs

## 6. Translate into English

1. Основными целями информационно- психологического противостояния являются коммуникационные и компьютерные сети, военная инфраструктура, СМИ, переформатирование сознания населения и контролирование людей.
2. Методы манипулирования информацией в СМИ включает следующее: ложь с целью дезинформации населения, сокрытие важной информации, замена терминологии и понятий, исторической правды.
3. Качествами, которые необходимы, чтобы стать хорошим журналистом: широта кругозора, хорошее знание языка, скромность, подлинный интерес, сочувствие, развитый ум и отличный нюх на новости.
4. Он общительный человек и первоклассный репортер.

## Journalism

### Cards for translation

1. Основная цель журналиста - сообщать о событиях в простой форме, охватывающей все необходимые факты. Факты должны быть перепроверены, чтобы избежать предвзятости СМИ. История может быть для печатных СМИ, телевидения, радио и т.д. Такие новости часто освещают политику и общественные движения. Истории, основанные на политическом подавлении или нарушении прав человека, сыграли важную роль в осуществлении многих социальных.
2. Журналист связан с новостями и событиями, связанными с известными людьми из мира развлечений, а также из музыки, спорта, танцев, искусства и политики. Журналистика - это все новости, связанные с профессиональной и личной жизнью людей. Репортаж сплетен - один из аспектов этого, когда журналистов часто обвиняют в преднамеренном неправильном толковании новостей или цитат.
3. Все это касается статей или репортажей, связанных с миром моды. Журналисты также известны как модные писатели или модные редакторы. Основная работа заключается в освещении последних событий в модном бизнесе или разработке статей о стиле жизни. Сегодня существует множество телевизионных каналов, которые обслуживают только этот вид журналистики.
4. Этот вид журналистики заключается в выявлении фактов и изучении случаев, которые могут потребовать дополнительных усилий, что может занять месяцы или даже годы. Журналисты, специализирующиеся в этой отрасли, создают заголовки с новостями, которые разоблачают скандалы. Постоянное отслеживание истории оказывается полезным для раскрытия некоторых до сих пор не раскрытых дел.
5. Журналисты часами пишут репортажи о конкретном спортивном событии. Интервью со знаменитыми спортивными звездами - еще одна интересная особенность. Любители спорта смотрят прямую трансляцию благодаря средствам массовой информации, есть много людей, которые читают или смотрят соревнования.
6. Журналисты, которые предпочитают освещать вопросы, связанные с нечеловеческим миром. Эти журналисты должны обладать пониманием научного языка и практики, знанием экологических событий, способностью быть в курсе решений в области экологической политики и работы подотчетных организаций, общим пониманием текущих экологических проблем.
7. Журналист или репортер освещает подробные репортажи о последних событиях в бизнесе, запуске продуктов, ситуации на фондовых рынках и т.д. Для работы в этой области требуется достаточное понимание как внутренней, так и международной политики и экономики, чтобы иметь возможность освещать широкий круг вопросов, касающихся бизнеса и финансов.
8. Конвергенция означает новый способ мышления о новостях, производства новостей и доставки новостей, используя все средства массовой информации в полной мере, чтобы охватить разнообразную и рассеянную публику.
9. Конвергенция переориентирует журналистику на ее основную миссию – наилучшим образом информировать общественность о своем мире. Но в наши дни лучший способ - это не просто один способ: газета, телевидение или Интернет. Лучший способ - это использовать несколько средств массовой информации, занимаясь журналистикой для публики, которая иногда получает новости из газет, в другое время получает новости от телевидения и радио, а в другое время ищет новости в Интернете.
10. Конвергенция журналистского контента предполагает, что журналисты, работающие в разных средствах массовой информации, объединяются, чтобы предоставлять различный контент для разных аудиторий.

11. Конвергенция в журналистике требует изменений в том, как новостные организации думают о новостях и освещении новостей, как они создают новости и как они доставляют новости. Большая конвергенция в журналистике сегодня сосредоточена на последней из этих областей - предоставлении новостей. Это включает в себя размещение ежедневного выпуска газеты или сценариев выпуска новостей в Интернете, появление газетного репортера на телевидении для "обратной связи" или интервью.

12. Журналисты должны следить за тем, что достойно освещения в прессе. Хороший журналист должен быть находчивым, чтобы находить выход из сложных ситуаций, которые иногда могут заходить в тупик. Быть преданным делу журналистом также важно.

13. Новостной бизнес крайне непредсказуем. Скорость и точность также имеют решающее значение, особенно когда речь идет о сроках. Хорошие журналисты обладают языковыми навыками, широким кругозором, знаниями культуры и истории, доверие, эмпатию и нюх на новости.

14. Многие люди, которые хотят писать профессионально, обычно смотрят на журналистику как на способ начать писательскую карьеру. Они представляют себе, как едут в экзотические места, чтобы освещать репортажи или получать Пулитцеровскую премию.

15. Журналист - это тот, кто сообщает о своевременных событиях. Выбор времени - это все для журналиста. Независимо от того, пишете ли вы для периодического издания или газеты, вам необходимо убедиться, что ваши статьи своевременны. Ваша цель - максимально информировать общественность о новостях и событиях, которые могут повлиять на них. Это основная концепция того, чтобы быть журналистом.

16. Журналист обычно устраивается на работу репортером новостей. В то время как многие люди думают, что журналисты пишут о главных новостях во всем мире, образование, чтобы стать газетным репортером и автором журнала - степень в области журналистики.

17. Любой, кто пишет статью, новости или очерки, занимается журналистикой. Если вы решите сделать карьеру в журналистике, вы получите много различных заданий в своей карьере. Основные правила журналистики применимы ко всему, что вы пишете.


18. Кодексы этики помогают журналистам решать этические дилеммы, с которыми они могут столкнуться в своей карьере. Письменные кодексы и стандарты могут варьироваться от организации к организации и от страны к стране, но обычно существуют определенные рамки, в отношении этики.

19. Основными целями информационно-психологического противостояния являются: коммуникационные и компьютерные сети; военная информационная инфраструктура, административные структуры транспортных и промышленных предприятий; средства массовой информации.

20. Чтобы победить в информационно-психологическом противостоянии, воюющая сторона должна: изменить традиционные моральные ценности и "ориентиры" граждан, создать бездуховность и культивировать негативное отношение к своему культурному наследию; манипулировать сознанием социальных групп путем осуществления так называемых "демократических преобразований"; дезорганизовать системы государственного управления; дестабилизировать политические отношения между партиями и коалициями, провоцируя конфликты и недоверие.

21. Методы манипулирования информацией в средствах массовой информации включают следующее: ложь с целью дезинформации собственного населения; сокрытие критически важной информации; погружение ценной информации в информационный мусор; замена терминологии и понятий таким образом, что трудно построить истинную картину событий.

**Разработчики:**

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

доцент  
(занимаемая должность)

Ю. С. Заграйская  
(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.02 «Журналистика» и профилю подготовки «Журналистика и новые медиа».

Программа рассмотрена на заседании отделения «Высшая школа журналистики и медиапроизводства» 11 марта 2022 г. Протокол № 7.

Руководитель отделения  А. В. Гимельштейн

*Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*





## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.0.36 Иностранный язык в профессиональной сфере

---

Направление 42.03.02 Журналистика  
Направленность Журналистика и новые медиа

Форма обучения заочная

Согласовано с УМК факультета  
(института) \_\_\_\_\_  
Протокол № \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Председатель \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О., подпись)

Рекомендовано Отделением ИФИЯМ Высшая  
школа журналистики и медиапроизводства  
ИГУ  
\_\_\_\_\_  
Протокол № \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О., подпись)



## Цели и задачи изучения дисциплины

### 1. Цель и задачи дисциплины (модуля):

**Цель** дисциплины «Иностранный язык в сфере профессиональной сфере» (английский) ставит своей целью формирование у студентов умений профессионально-ориентированной межкультурной коммуникации в ее языковой форме, принимая во внимание стереотипы мышления и поведения в культуре изучаемого языка. Дисциплина «Иностранный язык в сфере профессиональной сфере» занимает одно из важных мест в реализации задач основной профессиональной образовательной программы и в обеспечении образовательных интересов личности студента, обучающегося по направленности «Журналистика и новые медиа». В рамках изучения дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере», студент должен иметь базовые знания по английскому языку. В результате освоения дисциплины обучающийся обязан овладеть знаниями, умениями и навыками в целях приобретения следующих компетенций УК 4, ОПК 1.

#### **Задачи дисциплины:**

- владеть стратегиями успешного установления и поддержания контакта с представителями различных культур в профессиональном общении.
- совершенствовать когнитивные и исследовательские умения (свободно читать и понимать зарубежные первоисточники по своей специальности и извлекать из них необходимые сведения);
- владеть языковыми средствами эффективной коммуникации в профессиональной сфере на иностранном языке: ведение журналистской деятельности, проведение презентаций, переговоров с разрешением трудных и спорных ситуаций, общение с зарубежными партнерами в процессе формального/неформального общения, используя специальные термины в области журналистики и новых медиа;
- понимать устную речь носителей изучаемого языка на слух, включая восприятие речи, передаваемой через медиа-носители (видео, аудио, коференц связь и т.д.);
- владеть грамматическими нормами английского языка, необходимыми для грамотного осуществления устных и письменных коммуникаций с иностранными партнерами, умение читать и понимать документацию и информационные материалы на английском языке;

### Место дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» (английский) (далее – дисциплина) относится к обязательной части программы и относится к части программы, формируемой участниками образовательных отношений.

Данная дисциплина изучается на 3 курсе и опирается на дисциплины: «Иностранный язык», «Техника и технологии СМИ», «Система современных СМИ», «Основы журналистики».

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» является предшествующей для последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: «Защита информации ограниченного доступа в профессиональной деятельности», «Интернет-журналистика и социальные сети», «Конвергентная журналистика».

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной сфере» встраивается в структуру ОП и последовательность дисциплин в учебном плане) как с точки зрения преемственности содержания, так и с точки зрения непрерывности процесса

формирования компетенций выпускника. В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть знаниями, умениями и навыками в целях приобретения следующих компетенций УК 4, ОПК 1.

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),  
соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

Процесс изучения дисциплины «Иностранный язык в профессиональной сфере» направлен на развитие следующих компетенций:

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),  
соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

Комп етенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
<p><b>УК-4.</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p><b>ИДЖук4.1</b> Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий.</p>	<p><b>Знать:</b> фонологические, грамматические, лексические, стилистические особенности изучаемого языка (в сравнении с родным языком), реалии, особенности культуры, истории и географии страны изучаемого языка; речевые и поведенческие модели, принятые в соответствующей культуре</p> <p><b>Уметь:</b> адекватно воспринимать и корректно использовать единицы речи на основе знаний о фонологических, грамматических, лексических, стилистических особенностях изучаемого языка (в сравнении с родным языком); адекватно использовать, фоновые знания, ситуативно обусловленные формы общения; вступать в контакт с носителями языка; осуществлять коммуникацию с учетом инокультурного контекста; применять разные стратегии для понимания устных и письменных текстов, поддержания успешного взаимодействия при устном и письменном деловом общении</p> <p><b>Владеть:</b> навыками и необходимыми стратегиями для взаимодействия с партнерами по общению; понимания и порождения иноязычного дискурса с учетом культурно обусловленных различий</p>
	<p><b>ИДЖук4.2</b> Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и</p>	<p><b>Знать:</b> профессионально значимую устную и письменную форму коммуникации специалистом в области СМИ на иностранном языке;</p> <p><b>Уметь:</b> свободно пользоваться иностранным языком как средством делового общения;</p> <p><b>Владеть:</b> лингвистическими навыками и применять</p>

	письменной формах не менее чем на одном иностранном языке;	их для редактирования, перевода и создания медийных текстов с целью дальнейшего использования информации в ситуациях межкультурного общения с коллегами из зарубежных стран.
	<p><b>ИДЖук4.3</b> Выбирает стиль общения в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p><b>ИДЖук4.4</b> Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации</p>	<p><b>Знать:</b> стили общения в зависимости от цели и условий партнерства;</p> <p><b>Уметь:</b> адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p><b>Владеть:</b> стилями общения в зависимости от цели и условий партнерства, быть способным и адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия .</p> <p><b>Знать:</b> современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации;</p> <p><b>Уметь:</b> использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации в рамках профессиональной деятельности;</p> <p><b>Владеть:</b> навыками современных информационно-коммуникативных средств для коммуникации</p>
<p><b>ОПК-1.</b>  Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии и с нормами русского и</p>	<p><b>ИДЖ опк1.1</b> Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p>	<p><b>Знать:</b> тенденции и особенности развития современной языковой системы, базовые типы современных медиатекстов (новости, аналитика, публицистика, реклама), их основные свойства и характеристики на социокультурном, медийном и вербальном уровнях для создания, оценки, редактирования авторских материалов, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, знании технологии их создания на иностранном языке</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать и критически оценивать содержание, лингвостилистические особенности медиатекстов, их соответствие форматным требованиям СМИ разных медийных платформ и разных форм коммуникации).</p> <p><b>Владеть:</b> навыками создания, критического анализа, редактирования и научного исследования современных медиатекстов разных типов на</p>

иностранных языков, особенности их знаковых систем		иностранным языком
	<p align="center"><b>ИДК</b> опк1.2</p> <p>Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями их знаковых систем</p>	<p><b>знать:</b> основные принципы создания журналистских текстов и продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями их знаковых систем</p> <p><b>уметь:</b> анализировать процесс развития журналистики в сопоставлении с развитием отечественных СМИ, использовать накопленный позитивный опыт редакций и журналистов как ценнейшее профессиональное наследие в практике своей журналистской деятельности подготовке журналистских публикаций;</p> <p>- стремиться соответствовать лучшим образцам журналистики (актуальность и общественная значимость избранной темы, логичность, аргументированность, яркость и литературный язык её освещения, умение полемизировать, проявленность авторской позиции) на иностранном языке.</p> <p>- осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия на иностранном языке</p> <p><b>владеть:</b> различными приемами получения информации, уметь выстраивать эффективные отношения с источниками информации, уметь грамотно писать тексты для СМИ на иностранном языке.</p>

### Содержание дисциплины

<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	<b>144ч (4 з.е)</b>
<b>Наименование</b>	<b>1.What Makes a Good Journalist? New Age Media.</b>

<p><b>основных разделов (модулей)</b></p>	<p>How is the Internet changing Journalism  Профессия журналиста. Описание профессии, сферы деятельности, плюсы и минусы профессии. Какие бывают журналисты и чем они занимаются.  Влияние интернета на журналистику.  <b>Simple/Continuous form.</b>  <b>2. Journalism as a Career</b>  Creating some key principles of Journalism Ethics  Основы журналистской деятельности.  Карьерный рост журналиста. Международные принципы профессиональной этики в журналистике. Иностранный язык – как основа успеха карьеры карьерного роста.  <b>Past Simple/ Present Perfect.</b>  <b>3. Journalism is Information</b>  Работа с источниками информации. Способы получения информации. Этические нормы в работе с источниками информации. Дата- журналист - профессия будущего.  <b>The definite article.</b>  <b>4. What is News?</b>  Определение понятия новости.  Критерии отбора новостей для публикации. <span style="float: right;">Новостная журналистика.</span>  Понятие фейковая новость.  Asking questions/ tag questions.  <b>5. Success in Interviewing</b>  Интервью в журналистике. Определение, виды, структура, подготовка к интервью. Интервью как жанр журналистики. Правила ведения интервью. Основы успеха в интервью.  <b>The Passive.</b>  <b>6. Press Conferences</b>  Organising a press conference  Смысл и назначение пресс-конференций. Основные правила их организаций. Оповещение СМИ и план проведения пресс-конференции. Этапы подготовки и выбор места. Подготовка документов: регламенты, концепция, пресс- релиз. Деловое общение с прессой и СМИ.  <b>The Infinitive construction.</b>  <b>7. Newspapers</b>  Analyzing newspapers  Writing headlines  Planning and writing a newspaper article  Структура и принципы организации работы редакции.  Работа журналиста в газете. Газетные жанры.  Редакционный менеджмент.  <b>The Gerund construction</b>  <b>8. Radio</b>  Understanding the language of radio presenters  Understanding the production process  Planning a news list  Радиожурналистика.  Особенности работы журналиста на радио. <span style="float: right;">Функции радиожурналистики.</span>  Выразительные средства</p>
---	--

	<p>радиожурналистики. Жанры радиожурналистики. Технология работы радиожурналиста. <b>Infinitive/ Gerund.</b> <b>9. Magazines</b> Planning the contents of a magazine Composing magazine covers Planning and writing a true life story Структура и принципы организации работы в редакции журнала. Организация работы журналиста в журнале. Кто такой fashion-журналист и fashion-блоггер, и как им стать?!</p> <p><b>Modal verbs.</b> <b>10. Television</b> Understanding the pre-production process Organising a filming schedule Filming on location Editing a TV documentary Профессия тележурналист. Описание, обязанности, навыки и знания. Мастерство ведения телепрограмм и интернет -каналов.</p> <p><b>Conditionals.</b> <b>11. New Media</b> Briefing a website designer Planning and writing a blog Creating a podcast. Новые медиа в журналистике. СМИ и новые медиа. Тренды новых медиа.</p> <p><b>Relative clauses.</b> <b>1. Advertising</b> Selling your services to a potential client Creating a print advert. Creating a screen advert Presenting a finished advert Реклама и журналистика. Реклама как вид маркетинговой коммуникации в журналистике. Язык рекламы. Копирайтинг.</p> <p><b>Revision.</b></p>
<p><b>Формы текущего контроля</b></p>	<p>Деловая игра, ролевая игра, дискуссия, интервью, тест</p>
<p><b>Форма промежуточной аттестации</b></p>	<p>зачет</p>

**Образовательные технологии:** аудио- и видеозаписи, сделанные носителями языка; учебные и художественные фильмы, игровые и развивающие технологии.

Разработчик: \_\_\_\_\_ (доцент, к.п.н, Заграйская Ю.С.)