


**Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова
Факультет журналистики**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета журналистики,
профессор Варганова Е.Л.

 / _____ /
« ____ » _____ 2016 г.

**ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ.
АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ СДАЧИ ЭКЗАМЕНА
КАНДИДАТСКОГО МИНИМУМА**

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

АСПИРАНТУРА

Направленность/профиль «Журналистика»

42.06.01

Квалификация выпускника

Исследователь. Преподаватель-исследователь

Москва – 2016

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ. АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Авторы:

Доцент Муратова И.А., заведующая кафедрой иностранных языков для факультета журналистики, факультет иностранных языков и регионоведения МГУ;

Старший преподаватель Краснова Т.В., кафедра иностранных языков для факультета журналистики, факультет иностранных языков и регионоведения МГУ;

Старший преподаватель Акчурина А.Р., кафедра иностранных языков для факультета журналистики, факультет иностранных языков и регионоведения МГУ.

Аннотация

Дисциплина «Иностранный язык для академических целей. Английский язык» предназначена для формирования у аспирантов устойчивых навыков использования английского языка как средства межкультурной и научной коммуникации. Программа курса предусматривает: овладение общенаучной лексикой, понятиями и терминами, принятыми в сфере медиаисследований; навыками работы с англоязычными академическими (научными) текстами; формирование умения их анализировать, интерпретировать, а также продуцировать авторские тексты научного характера на английском языке, выступать с научными докладами и сообщениями, участвовать в общекультурных и научных дискуссиях.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «*Иностранный язык для академических целей. Английский язык*» является формирование у аспирантов профессиональных навыков владения английским языком как средством профессиональной и межкультурной коммуникации в научно-исследовательской и преподавательской работе.

Основные задачи: формирование у студентов устойчивого навыка профессионального владения иностранным языком на уровне не ниже С1 по универсальной Европейской шкале; овладение навыками самостоятельной академической работы с иноязычными текстами, овладение терминологией, принятой в сфере медиаисследований на международном уровне; развитие навыков критического мышления, анализа и обработки текстов; овладение навыками продуцирования авторского текста на иностранном языке как в устном, так и в письменном виде, ведения дискуссии и дебатов как в общекультурном, так и в академическом формате; овладение навыками создания презентации, написания докладов и статей на иностранном языке с целью обеспечения интеграции молодого исследователя в актуальную парадигму современного научного процесса, необходимой системой знаний об актуальных практиках научных и прикладных исследований по направлению «Журналистика».

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Иностранный язык для академических целей. Английский язык» входит в перечень дисциплин базовой части Образовательной программы подготовки в аспирантуре по данному направлению.

Данная дисциплина базируется на знаниях, полученных в ходе освоения ООП специалитета, бакалавриата и магистратуры по специальности и направлению «Журналистика». Эффективное усваивание дисциплины невозможно без владения иностранным языком на уровне не ниже В2 по единой общеевропейской шкале. Курс развивает и дополняет знания, умения и навыки, полученные в

ходе освоения таких дисциплин, как «Английский язык» (1-2 курс бакалавриата), а также лингвистического компонента лингво-страноведческого модуля (3-4 курс бакалавриата).

3. Требования к результатам освоения дисциплины

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

- готовность участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач (УК-3);
- готовность использовать современные методы и технологии научной коммуникации на иностранном языке (УК-5);
- способность разрабатывать комплексное методическое обеспечение образовательных дисциплин (модулей) с учетом передового международного опыта (ОПК-2);
- владение необходимой системой знания об актуальных практиках и научных исследованиях, соответствующих профилю подготовки (ОПК-3);
- способность к эффективному применению современной методологии и методов исследования в самостоятельной научно-исследовательской деятельности, соответствующей профилю подготовки (ОПК-4).

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

Знать: иностранный язык (английский) на уровне не ниже C1 по общеевропейской шкале оценивания (Common European Framework of Reference, CEFR).

Уметь: поддерживать как письменную, так и устную коммуникацию на профессиональные и научные темы; продуцировать самостоятельные иноязычные тексты на профессиональные темы академической направленности.

Владеть: навыками реферирования, анализа и продуцирования устной и письменной речи академической направленности.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 з. е. (216 часов), из которых 3 з.е. (108 часов) отводится на аудиторную работу, 3 з.е. (108 часов) – на самостоятельную работу аспиранта.

4.1. Структура дисциплины

№	Раздел дисциплины	Формы текущего контроля
1	Чтение, перевод и анализ англоязычного текста академической направленности	Перевод специализированного текста
2	Реферирование англоязычного текста академической направленности	Реферирование статьи академической направленности
3	Анализ и применение академической терминологии	Составление тезауруса академической направленности
4	Продуцирование самостоятельного текста академической направленности	Подготовка и презентация самостоятельного академического текста (статьи)
		Экзамен кандидатского минимума

4.2. Содержание разделов дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего часов	В том числе		
		Аудиторная работа с преподавателем	Консультационные часы	Самостоятельная работа аспиранта
<p><i>Чтение, перевод и анализ англоязычного текста академической направленности</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Отработка навыков различного типа чтения на материале статей академической направленности; - Отработка техники перевода текста профессиональной направленности; - Анализ различных типов текстов академической направленности. 	54	25	2	27
<p><i>Реферирование англоязычного текста академической направленности</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Отработка навыков реферирования профессиональных текстов; - Составление кратких аннотаций и тезисов статей по выбранной академической тематике. 	54	25	2	27
<p><i>Анализ и применение академической терминологии</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Анализ академических текстов с точки зрения профессиональной терминологии; - Применение научных терминов при анализе и продуцировании текста. 	54	25	2	27
<p><i>Продуцирование самостоятельного текста академической направленности</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Составление аннотаций, тезисов и написание 	54	25	2	27

самостоятельных научных статей по тематике исследования аспиранта; - Устная презентация научного сообщения/доклада по выбранной тематике.				
--	--	--	--	--

5. Рекомендуемые образовательные технологии

Семинарские занятия, индивидуальные и групповые консультации, подготовка презентации, сообщений, докладов, продуцирование самостоятельного научного текста.

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

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

В самостоятельную работу аспиранта входит выполнение контрольных заданий по всем разделам учебной дисциплины:

- перевод и реферирование статей;
- составление академического тезауруса;
- подготовка презентации по выбранной тематике;
- написание тезисов и статьи академической направленности.

Организационные формы текущего контроля: оценка устных выступлений и письменных работ аспирантов на семинарах и практикумах.

Оценочные средства для финальной аттестации по дисциплине «Иностранный язык»

1) Структура экзамена

Условием допуска к экзамену является представление после окончания изучения дисциплины выполненных и проанализированных заданий по четырем разделам учебной дисциплины и презентации по теме диссертационного исследования.

Кандидатский экзамен по английскому языку состоит из:

- 1) составления тезисов к статье/фрагменту статьи академической направленности (объем статьи/фрагмента статьи – приблизительно 10 000 печатных знаков (3-4 страницы);
- 2) перевода выделенного фрагмента статьи академической направленности (объем текста – 2 500 печатных знаков);

3) пересказ и анализ содержания статьи академической направленности.

Образец экзаменационного задания:

- 1) Прочитать статью, составить тезисы;
- 2) Перевести письменно **выделенный** фрагмент статьи;
- 3) Пересказать и проанализировать прочитанную статью.

Communication and the Good Life: Why and How Our Discipline Should Make a Difference

Peter Vorderer

According to its website, “ICA is an academic association for scholars interested in the study, teaching and application of all aspects of human and mediated communication.” Does this have anything to do with “the good life”? The notion of “the good life” has been a topic of inquiry in the humanities, and particularly in philosophy, as the very beginnings of the scholarly tradition. What a good life actually is, how it can be achieved, or what it is that keeps humans from achieving it, is, however, all but obvious—particularly today, as new media and technology could and already have been providing unprecedented opportunities to live such a good life. Communication, of course, is a very young discipline; it has flourished over the past few decades and particularly over the past years as our ways of communicating and interacting with one another—with or without electronic media—have changed dramatically within a rather short period of time. Many of the technological advancements that we have witnessed in the past 20 years or so were introduced and offered to us with a promise: The promise was simply that these new developments would make our lives better. Of course, it is certainly not novel to correlate happiness with consumerism; the insinuation that things would generally be better if we owned and used some specific item has long been a core tactic of advertising. Television, for example, was championed as a way to make our lives more interesting by giving us access to the worlds outside our immediate reach. Nonetheless, the magnitude of the more recent incarnation of the promise—which specifically relates to digital and social media—is substantively different: It taps into at least three different human aspirations that have always been considered decidedly utopian, which are now at reach, often easily available.

Human aspirations

First, there is a promise to provide access to whatever kind of information we might desire, anywhere and anytime. Be this the breaking news about the uprising of a population against their suppressors, be this about the latest turn of an approaching hurricane or the information about a new restaurant a friend might just have found out about by using a search engine, we take it and we want it. No matter where we are and how late it is, no matter how relevant this information could possibly be.

Why do we seek all this information? Contemporary philosophers like Gabriel (2013) believe that it is because the world would otherwise remain to be too open to us. We need to close this openness in order to be something and to create some sense of certainty. As we do so, the world appears to us as more or less coherent, at least as somewhat stable. The more observations about the world we make and the more impressions we collect about it, the more stable it is and the more reliable our relationship with it seems to be. To this end, it does not matter whether the information we seek and process provides us with the latest news about the war in Syria or whether it is a friend who let us know that he missed his train and now needs to hang

out at the train station for an extra hour. The relevance of a message determines neither its impact on nor its function for us. The relevance rather depends on one certain human feature or capacity, and that is our curiosity. This curiosity is one capacity that never deflates as humans seem to have developed it in order to deal with their anxiety about the unknown. Therefore, we seem to welcome every technological development that provides us with any kind of information, all the time, everywhere (Vorderer & Kohring, 2013).

Second, this new media world easily offers us something else we have always been looking for, and that is, stories and narratives, again, everywhere and all the time. The appeal such narratives (as a major part of human communication) have for us has been studied in the philologies, in psychology, but in recent years particularly in communication. The most interesting but also difficult question in the context of this search for a good life seems to be “Why do we and why have we always turned to stories, be they presented in a text, in a play, on a screen, or in a virtual environment?” The necessary follow-up questions only seem tangible once we have some understanding of the reasons for our constant motivation: Do we actually identify with characters (Cohen, 2006; Klimmt, Hefner, & Vorderer, 2009), or feel empathy with and for them (Zillmann, 1991), are we absorbed by or transported to the fictional world (Green, Brock, & Kaufman, 2004), immersed and/or present (Hartmann, Klimmt, & Vorderer, 2010) in it? All these theoretical constructs have been put forward to grasp this obviously strong desire of humans to experience something that goes beyond what is given in their actual lives. Also the research done in communication has impressively demonstrated how we function in this narrative-saturated world on a daily basis: Why we select or prioritize certain texts over others, how we process them and what kind of impact they have on us. It needs to be kept in mind that none of what is described in these texts is real in the sense that it actually happened in the social world in which we live. It is fictional, and we know it, at least most of the time. Yet, we care—a lot! But why? Slater et al. have suggested that our desire for stories has to do with their capacity to expand the boundaries and the constraints of ourselves, and the most fundamental limitation of our life lies in the fact that with every choice we make we are more or less committed to that one choice (Slater, Johnson, Cohen, Comello, & Ewoldsen, 2014). And this necessarily will always have to leave out many alternative decisions. We might be free to choose between many options, but in our real life, we are never free to be other than ourselves. Hence, we are looking for what seems to be a temporary release from the constraints of personal identity. And we can do so when we read, watch, listen, or play with narratives, “in which we vicariously adopt or share the roles, identities, or feelings of others, while maintaining the ontological experience of being a self” (Slater et al., 2014, p. 442). Of course, there are other ways as well to pursue this goal; we can think of creative expression through art-making, we can think of contemplation, but also of meaningful work or of hobbies, of play. All these means serve one, yet fundamental goal: “the momentary release from the limitations of the individual personal and social self and the effort involved in maintaining and defending it” (Slater et al., 2014, p. 445). Some contemporary philosophers and sociologists like Ehrenberg (2011) and Rosa (2005, 2012) argue that our modern times, late modernity in particular, are demanding and challenging us more than ever before, are exhausting us so that the urge for such temporary escapes from it grows. Or—as Slater et al. call it—the necessities for expanded boundaries of the self are more pressing than ever before (Slater et al., 2014). Luckily, at exactly this time in our history, we have developed the technological means to

do this: to follow narratives, again: anytime and anywhere.

Finally there is a third aspiration. Like the need for stories and information, it is one that has always been there, and that today can be satisfied in ways that until recently were completely unknown. And that is our need to be with others, to be related, to belong to somebody, to not be alone, and to not be excluded. In the new world of social media, we are assured that we never have to be alone anymore, no matter where we are. Of course, long before electronic media was even being thought of, we had already found ways to satisfy these needs and to fight our fears. But what is new today is that we can do this now, again, anytime and anywhere, whereas in the past we were always constrained to certain times and places. If our children need to connect with others they can do so, no matter where they are, using their phone, which more and more often is a smartphone, and where the already-paid flat-rate charge covers the costs, no matter how much it is used. And instead of talking to one classmate they are capable of exchanging messages with all of their classmates or with anybody who is part of one particular group. And this is exactly what they do: Every minute Facebook users share nearly 2.5 million pieces of content, Twitter users tweet nearly 300,000 times, Instagram users post nearly 220,000 new photos, YouTube users upload 72 hours of new video content, and e-mail users send over 200 million messages, all of this in 1 minute alone (Gunelius, 2014). What this suggests is pretty obvious: We never need to be alone anymore.

Looking at these three human aspirations together, we may conclude that new communication tools have in fact moved us to some kind of utopia, where our most fundamental needs can easily be satisfied. I believe that the unprecedented success of social media has to do primarily with the fact that these promises have been made by the advertising industry, that they have been largely believed by the consumers, and that (at least to some extent) they have also been kept. But utopia is a fragile place and the way we look at it heavily depends on from where we look. The famous U.S. psychologist Skinner, certainly one of the most prominent figures in behaviorism, did not only systematize the mechanisms by which human beings learn (Skinner, 1938), but also wrote a novel, in which he tried to apply the psychological processes he had identified to a community of people that lived in "Walden II" (Skinner, 1948). As Skinner believed that the application of these mechanisms to any social community would allow people to be happy and to have a good life, he thought his novel to be utopian. If we read it today, though, it becomes clear that he is rather describing a dystopian than a utopian world, that is, from today's perspective.

The way beyond Skinner, particularly the 20th century has provided us with a number of examples where utopian thoughts have turned into dystopian realities. But as it is always easy to judge something from hindsight, I do not want to blame Skinner or any political movement here, nor do I want to question utopian thinking in general (cf. Vosskamp, 1985) or debunk it as naïve. But I would like to point out how easily those assessments change as we make experiences with new developments. Or to say it differently, the mediated world we live in today I believe is janiform, which in many ways brings us closer to some version of "the good life," while, at the same time, it is leading us away from it.

Source: Journal of Communication (2016), Volume 66), Issue 1, pp.1-4.

Шкала оценивания знаний аспиранта/соискателя на экзамене:

Максимальная оценка: 100 баллов

Текущая работа аспиранта/соискателя: 40 баллов (по 10 баллов за каждый раздел)

Экзамен: 60 баллов (по 20 баллов за каждый аспект)

Оценки:

85-100 – отлично

75-84 – хорошо

60-74 -удовлетворительно

0-59 - неудовлетворительно

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература

1. Journal of Communication - [http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/\(ISSN\)1460-2466](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/(ISSN)1460-2466) и другие издания базы Wiley - <http://onlinelibrary.wiley.com/>
2. Архив журналов Cambridge University Press - <http://journals.cambridge.org/>
3. Архив журналов Oxford University Press - <http://www.oxfordjournals.org/>
4. Журналы и книги Metapress - <http://metapress.com/>
5. Журнальные коллекции JSTOR - <http://www.jstor.org/>
6. Project MUSE - <http://muse.jhu.edu/>
7. Журналы издательства Elsevier - <http://www.sciencedirect.com/>
8. SAGE (STM&HSS) – <http://online.sagepub.com/>
9. Springer: книжные серии, журналы и электронные справочники - <http://link.springer.com/>
10. Scimago Journal & Country Rank - <http://www.scimagojr.com/>

б) Дополнительная литература

1. Altheide D.L., Snow R.P., Media Worlds in the Postjournalism Era, Aldine De Gruyter, 1991
2. Bell A., The Language of News Media, Oxford: Blackwell, 1991
3. Downing J.D., McQuail, D., Schlesinger P., Wartella, E., The SAGE Handbook of Media Studies, Thousand Oaks, SAGE Publications, 2004
4. Eadie W.F., 21st Century Communication. A Reference Handbook, SAGE Publications, 2009
5. Lievrouw L.A., Livingstone S., The Handbook of New Media, Thousand Oaks, SAGE Publications, 2006
6. Lundby K., Mediatization: Concept, Changes, Consequences, Peter Lang Publishing, New York, 2009

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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