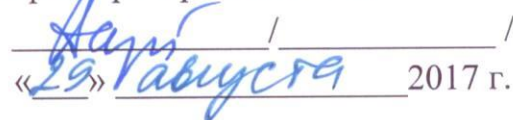


**Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова
Факультет журналистики**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета журналистики,
профессор Вартанова Е.Л.


«29» августа 2017 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ.
ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК**

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

АСПИРАНТУРА

Направленность/профиль «Журналистика»

42.06.01

**Квалификация выпускника
Исследователь. Преподаватель-исследователь**

Москва – 2017

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ. ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК

Авторы:

Доцент Соколова В.М., кафедра медиалингвистики, факультет иностранных языков и регионоведения МГУ;

Старший преподаватель Честных Н.Н., кафедра медиалингвистики, факультет иностранных языков и регионоведения МГУ;

Аннотация

Дисциплина «Иностранный язык для академических целей. Испанский язык» предназначена для формирования у аспирантов навыков использования испанского языка как средства межкультурной и научной коммуникации. Программа курса предусматривает овладение общенаучной лексикой, понятиями и терминами, принятыми в сфере медиаисследований; развитие навыков работы с испаноязычными академическими текстами и текстами профессиональных литераторов авторского характера; формирование умения анализа, интерпретации этих текстов, а также написание обобщающих резюме с элементами критического разбора; опыт выступлений с научными докладами и сообщениями, участие в общекультурных и научных дискуссиях.

1. Цели и задачи дисциплины

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

Основные задачи:

- формирование у студентов навыка профессионального владения иностранным языком на уровне не ниже С1 по универсальной Европейской шкале;
- совершенствование опыта самостоятельной академической работы с иноязычными текстами;
- развитие навыков анализа и обработки текстов; систематизации и обобщения языкового материала с целью использования его в виде письменных или устных текстов в ситуациях учебно-профессиональной и научной сфер общения;
- совершенствование умений тематического и проблемного описания 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 презентаций, написания докладов и статей на иностранном языке с целью интеграции молодого исследователя в парадигму современного научного процесса.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Иностранный язык для академических целей. Испанский 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 «Испанский язык» (1-2 курс бакалавриата), а также лингвистического компонента лингвострановедческого 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).

В результате освоения данной дисциплины аспирант должен:

Знать: иностранный язык (испанский) на уровне не ниже С1 по общеевропейской шкале оценивания (Common European Framework of Reference, CEFR).

Уметь: поддерживать как письменную, так и устную коммуникацию на профессиональные и научные темы; самостоятельно составлять тексты на испанском языке на профессиональные темы академической направленности.

Владеть: навыками реферирования, анализа и обобщения информации 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 испаноязычного текста академической направленности	Перевод специализированного текста
2	Реферирование испаноязычного текста академической направленности	Реферирование статьи академической направленности
3	Анализ и применение академической терминологии	Составление тезауруса академической направленности
4	Составление по аналогии текста академической направленности	Подготовка и презентация самостоятельного академического текста (статьи)

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>Чтение, перевод и анализ испаноязычного текста академической направленности</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>Реферирование испаноязычного текста академической направленности</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>Анализ и применение академической терминологии</p> <ul style="list-style-type: none"> - Анализ академических текстов с точки зрения профессиональной терминологии; - Применение научных терминов при анализе и интерпретации текста. 	54	25	2	27
<p>Составление по аналогии текста академической направленности</p> <ul style="list-style-type: none"> - Составление аннотаций, 	54	25	2	27

тезисов и написание 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, самостоятельное написание 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 заданиям, 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 испанскому 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.

Análisis de los diarios digitales españoles más influyentes y su presencia en las redes sociales.

M^a Mercedes Zamorra López

La llegada de la era digital y con ella, las nuevas tecnologías, ha generado un crecimiento tecnológico sin precedentes, que ha supuesto, un profundo cambio en la forma de proceder, entender y relacionarse con el mundo, por parte de los países, las em-presas, los medios de comunicación y las personas. Así estas nuevas tecnologías iniciaron la transición hacia la sociedad de la información o del conocimiento en la que vivimos actualmente (Campos, 2008: web). Las nuevas tecnologías han condicionado la creación de nuevas técnicas y elementos, que han ampliado exponencialmente, los medios y capacidades de la comunicación humana, esto ha influido de forma muy notable en el periodismo y la transmisión de información.

Esta transformación, aunque pueda no parecerlo, ha hecho que la mayoría de los hábitos de la sociedad cambiasen en muy poco tiempo. El motivo de esta nueva concepción de la realidad, se debe en gran medida al constante flujo de información al que estamos sometidos: la instantaneidad que proporciona la Red, las constantes actualizaciones de la información... son sólo algunas de las características que han conseguido poco a poco transformar las antiguas pautas sociales. Pero sin duda, la característica más sorprendente que ofrecen las redes sociales, es la posibilidad de que los usuarios puedan responder ante la información que se les presenta (Requejo, 2012: 153). Esta novedad consigue que los receptores puedan dar su opinión, aportar información adicional, debatir en foros... que la comunicación adquiriera una nueva fórmula mucho más dinámica (Flores, 2013: 148).

La omnipresente utilización de las redes sociales ha producido numerosas transformaciones de gran calado. Los usuarios de estos nuevos medios establecen constantes relaciones entre sí, haciendo que el concepto de globalización adquiriera unas dimensiones insospechables hace tan sólo unos años. Esto se debe, entre otras cosas, a la enorme capacidad de concentración de masas que caracteriza a los medios digitales y al esfuerzo que estos medios realizan para cuidar y tener en cuenta el nexo de unión con sus lectores.

Las redes sociales han abierto posibilidades que antiguamente se hubiesen considerado una utopía. El contacto directo con las fuentes, la posibilidad de recibir comentarios al instante por parte del público y la oportunidad de conocer lo que está sucediendo en tiempo real en cualquier parte del mundo, son solo algunos aspectos de una revolución que influye diariamente la labor periodística. Internet, y las redes sociales en particular, han modificado los pilares clásicos en los que se sustentaban los tradicionales sistemas y modelos de comunicación (Cebrián, 2010: 65).

La fuerza que han adquirido hoy en día redes sociales ha provocado, una mayor involucración por parte de los medios de comunicación en estas, con el fin de mejorar sus contenidos y productos en un mundo digital, cada día más competitivo y donde dar una primicia o actualizar una noticia e información, un minuto antes o después, puede suponer el reconocimiento nacional o mundial de una sociedad que puede acceder, de- mandar e incluso ofrecer información continua las 24 horas del día en cualquier parte del planeta. Los medios, han visto aumentada de forma abrumadora su influencia en la sociedad, donde

ahora un solo medio puede ofrecer no sólo noticias, sino cualquier otro tipo de información especializada, fotografías, infografías, vídeos, audios.

En España, el cuarteto de principales medios impresos generalistas lo conforman, los diarios: El País, El Mundo, ABC y La Razón. Con la llegada y popularización de Internet estos cuatro medios de comunicación se vieron obligados a entrar y competir en un medio completamente nuevo, el digital, un nuevo medio que implicaba muchísima más atención que el formato de papel, puesto que este debía actualizarse constantemente, ofreciendo información fresca a sus visitantes, que antiguamente tenían que esperar a la tirada del día siguiente para enterarse de cualquier última noticia. Así mismo estas nuevas plataformas tenían la posibilidad de ofrecer algo más que texto, a este podían acompañarle, archivos de imágenes o archivos de audio y vídeo, lo que suponía el doble trabajo para el periódico (Cebrián, 2104: 69).

Sin embargo estos supieron adaptarse y aunque en un principio fue costoso, con el pasar del tiempo y la digitalización masiva de nuestra sociedad, vieron al fin recompensado su esfuerzo, ya que consiguieron incrementar su influencia ya no sólo socialmente, sino también geográficamente pudiendo traspasar fronteras y expandirse por el mundo, gracias a ello también empezaron a ofrecer productos comunicativos más elaborados y complejos que las simples noticias escritas. Habiéndose ya establecido en la red, los medios ya digitales tuvieron que enfrentarse a un nuevo problema, el surgimiento de los servicios de red social, que si en un principio supusieron la posibilidad de socializar y hacer amistad en la red, evolucionaron rápidamente para ser una nueva herramienta que permitía la comunicación de masas, capaz de consumir información y también de generarla (Muñoz, 2009: web).

No obstante y al igual que pasara con el boom de Internet, los medios de comunicación supieron responder y ninguno de ellos se ha quedado atrás, se adaptaron a estas y abrieron sus cuentas oficiales, comenzando así la búsqueda y atracción de usuarios en las redes sociales. Sin duda alguna, en muy poco tiempo la herramienta social favorita y más utilizada en este mundo periodístico es Twitter. Cada periódico tiene varias cuentas verificadas dentro de esta red social: una general, otra de deportes, de noticias nacionales, de noticias internacionales, etcétera. Todos ellos buscan de esta manera ganar mayor repercusión, e influencia, algo que sin duda consiguen. Twitter es utilizado como vehículo de comunicación para acceder a la gente, contactar, preguntar, consultar, ser corregido, aclarar dudas... (Marta, 2014: 367). Por ello para los medios de comunicación se han convertido en una herramienta imprescindible, ya que estos tienen el poder de llegar más rápido y a más gente que el diario digital, ya que una persona puede entrar o no a visitar la web de un determinado periódico, pero sin lugar a dudas es más que seguro que tenga una cuenta en alguna red social y pase bastante tiempo en ella (Carrera et al., 2012: 42). Además la aparición de los Smartphone ha supuesto, el empujón final para establecer a las redes sociales como un sólido instrumento de comunicación y de transmisión de información.

Es innegable que lo que mueve a los medios de comunicación es conseguir lectores, por ello hoy en día, se ha convertido en un requisito de máxima importancia para un periódico digital, el tener un periodista con muchos seguidores en las redes sociales. Una persona que sirva de imagen para la marca de la empresa o grupo editorial al que pertenezca el autor, y también para la comunicación. Hay periodistas que superan los 100.000 seguidores en Twitter, lo cual es una muy buena cifra, para una mejor facilidad a la hora de difusión de ideas.

Para analizar la influencia más directa de estos periódicos, hemos elegido a los tres periodistas con más seguidores dentro de la red social Twitter, de cada uno de los cuatro periódicos anteriores, a excepción de La Razón donde su director alcanza el máximo número de seguidores con una cifra insignificante comparado con el resto de los periodistas analizados

La red social que triunfa entre los periodistas elegidos es Twitter, porque es la manera más directa de llegar a la sociedad. Los periodistas escriben a diario y difunden las informaciones que realizan en sus periódicos a través en un tuit que enlaza esa noticia a la web. Es cierto que destacan algunos casos en los que la actividad es muy elevada -Bastenier y Tertsch-. Como excepción encontramos que dos de los directores de los medios analizados ABC y La Razón tienen un nivel de actividad bajo, no utilizan las redes sociales con la frecuencia que esperábamos obtener antes de realizar el estudio.

Los profesionales seleccionados prefieren utilizar Twitter de manera profesional, como un arma divulgativa de su trabajo en redacción. De manera individual existen excepciones, pero no se suelen dar casos en los que el periodista haga uso sólo personal de su perfil, salvo Carlos Herrera. Todos los periodistas seleccionados siguen en sus perfiles de Twitter a periodistas tanto compañeros de redacción como de otros medios. Esta red facilita y mantiene al corriente de las actividades de los compañeros de profesión.

La diferencia entre los medios El País y ABC es bastante notable. El número de seguidores que tiene el primero supera con creces al segundo. Hay un dato reseñable: El País se unió a la red social Twitter en -agosto de 2007- casi dos años antes que ABC en -febrero de 2019-, lo que supone una ventaja muy grande a la hora de conectar con los usuarios.

La popularidad entre los periodistas, es otra de las diferencias. El País cuenta con gran cantidad de profesionales que supera los 10 mil seguidores, periodistas que son muy retuiteados y su opinión se tiene en cuenta entre los usuarios. Además hay gran variedad: deportivos, de guerra, fotógrafos... ABC no cuenta con esos periodistas con tan popularidad y tanta fuerza en las redes sociales, por lo menos no tanto comparado con el resto, y es un hándicap muy grande que tiene que superar. La Razón tampoco los tiene, el único que cuenta con miles de seguidores en la red social es su director, y sus tuits tampoco son tantos, ni tan variados como la de los otros periodistas.

La Razón claramente desaprovecha las redes sociales, puesto que tampoco tiene canal de YouTube y su Facebook no destaca mucho frente a los otros tres medios, caso contrario es El Mundo este sí que aprovecha las redes sociales y si bien El País sigue superándole, si vemos los análisis de las semanas de los periodistas de ambos medios veremos que son infinitamente más largas que las de ABC y La Razón, con esto queda claro que en nuestro país hay solo dos medios que se disputan el liderazgo e influencia, mientras que el resto aun con un buen número de seguidores, no parece haber encontrado la manera de explotar el uso de las redes sociales y llegar a captar más usuarios.

Revistas Científicas Complutenses. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Núm. Especial (diciembre): Estudio sobre usos y prácticas de las redes sociales en el periodismo de internet. Vol. 21 (2015), 155-170

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

- Арутюнова Н.Д. - Трудности перевода с испанского языка на русский. М.2004
Виноградов В.С. Грамматика испанского языка. Практический и теоретический курс. М., Университет, 2001
Виноградов В.С. ПЕРЕВОД. Романские языки: общие и лексические вопросы. М., Университет, 2009
Соколова В.М., Честных Н.Н. Литературная журналистика в испаноязычном мире. Изд. 2-е испр. и доп. М., МГУ, Факультет журналистики, 2016
Соколова В.М., Честных Н.Н. Авторская колонка журналиста. М., МГУ, Факультет журналистики, 2017

Comunicar. Revista científica de comunicación y educación <http://www.revistacomunicar.com/>
Francisco Moreno C., Norma Marche Z., Luis Alberto Rebolledo S. Como escribir textos académicos según normas internacionales.// <https://ru.scribd.com/doc/149257646/Como-escribir-textos-academicos-segun-normas-internacionales-APA-IEEE-MLA-VANCOUVER-ICONTEC>
Revista Latina de Comunicación social//<http://www.revistalatinacs.org/>
Revistas Científicas Complutenses. Estudios sobre el Mensaje Periodístico
<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/issue/view/2889/showToc>

б) Дополнительная литература

- ресурс]. – Электрон. дан. – URL: <http://fen.nsu.ru/posob/pochki/Eltsov.pdf>. (дата обращения 27.10.2012)
Колесникова Н.И. От конспекта к диссертации: учебное пособие по развитию навыков письменной речи – М.: Флинта: Наука, 2008. – 288 с.
Carolina Clerici. Lectura y escritura de los textos académicos y científicos. Manual 2013.
https://www.researchgate.net/publication/271133789_Lectura_y_escritura_de_textos_academicos_y_cientificos_Manual_2013
<http://www.cervantes.es>
<http://blogs.elpais.com/files/manual-de-estilo-de-el-pa%C3%ADs.pdf>
<http://manualdeestilo.rtve.es>
<http://web.ua.es/es/eurl/documentos/trabajo-de-fin-de-grado/manual-estilo-publicaciones.pdf>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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