

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Егорова Галина Викторовна  
Должность: Проректор по учебной работе  
Дата подписания: 06.12.2022 10:36:17  
Уникальный программный ключ:  
4963a4167398d8232817460c15aa79a4101d67c29

**Министерство образования Московской области  
Государственное образовательное учреждение высшего образования  
Московской области  
«Государственный гуманитарно-технологический университет»**

**УТВЕРЖДАЮ**

**Проректор**



«12» мая 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.02.01**

**Язык прессы (английский язык)**

<b>Направление подготовки</b>	<b>44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)</b>
<b>Направленность (профили) программы</b>	<b>Дошкольное образование, Иностранный язык (английский)</b>
<b>Квалификация выпускника</b>	<b>Бакалавр</b>
<b>Форма обучения</b>	<b>Очная</b>

**Орехово-Зуево**

**2022 г**

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Рабочая программа дисциплины «Язык прессы (английский язык)» составлена на основе учебного плана 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) по профилям Дошкольное образование, Иностранный язык (английский) 2022 г. начала подготовки (очная форма обучения).

При реализации образовательной программы университет вправе применять дистанционные образовательные технологии.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЁННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### Цели дисциплины

Целью освоения дисциплины «Язык прессы (английский язык)» является формирование у студентов компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

### Задачи дисциплины:

- предоставление знаний по лексическому и синтаксическому уровням в языке современной англоязычной прессы;
- формирование навыков количественно-качественного анализа газетных текстов;
- формирование навыков беспереводного, интуитивного восприятия иноязычного текста с непосредственным пониманием содержания;
- освоение культурологических и бытовых реалий страны изучаемого языка.

### Знания и умения обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Язык прессы (английский язык)» направлен на формирование следующих компетенций:

В результате изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:	Коды формируемых компетенций
<b>Профессиональные компетенции (ПК):</b>	
Способен осваивать и использовать теоретические знания и практические умения и навыки в предметной области при решении профессиональных задач	ПК-1

### Индикаторы достижения компетенций

Код и наименование универсальной компетенции	Наименование индикатора достижения универсальной компетенции
ПК-1 Способен осваивать и использовать теоретические знания и	ПК-1.1. Знает структуру, состав и дидактические единицы предметной области (преподаваемого предмета). ПК-1.2. Умеет осуществлять отбор учебного содержания для его реализации в различных формах обучения в соответствии с требованиями ФГОС ОО. ПК-1.3. Демонстрирует умение разрабатывать различные формы

практические умения и навыки в предметной области при решении профессиональных задач	учебных занятий, применять методы, приемы и технологии обучения, в том числе информационные.
--	--

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Язык прессы (английский язык)» относится к элективным дисциплинам предметно-содержательного модуля по иностранному языку части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.ДВ.02.01).

### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Раздел/тема	Семестр	Всего часов	Виды учебных занятий			Промежуточная аттестация с указанием семестров
				Контактная работа (ауд.)		СРС	
				ЛЗ	ПЗ		
1	Тема 1. Особенности языка СМИ на современном этапе развития общества	10	8	2	2	4	
2	Тема 2. Особенности цифровых СМИ.	10	8	2	2	4	
3	Тема 3. Особенности прагмалингвистического контента СМИ.	10	8	2	2	4	
4	Тема 4. Публицистический стиль	10	8	2	2	4	
5	Тема 5. Пресса Великобритании	10	8	2	2	4	
6	Тема 6. Пресса США	10	8	2	2	4	
7	Тема 7. Современные тенденции развития газетного рынка	10	8	2	2	4	
8	Тема 8. Дифференциация видов новостного информирования в англоязычной прессе	10	8	2	2	4	
9	Тема 9. Лексические особенности и способы подачи информации в англоязычной прессе	10	8	2	2	4	
	<b>ИТОГО:</b>	<b>10</b>	<b>108</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>Экзамен, 10 семестр (36 часов)</b>

## Содержание дисциплины, структурированное по темам

### Лекции

#### **Тема 1. Особенности языка СМИ на современном этапе развития общества.**

Сегодня, когда средства массовой информации оказывают такое огромное влияние на жизнь общества, на сознание и представления людей, а также на национальные языки и культуры, когда так много зависит от оперативности и адекватности передачи информации, – как никогда актуальной становится проблема перевода текстов СМИ. Причем в свете переводческих задач под «текстами СМИ» – в самом широком толковании этого понятия – следует понимать не только газетно-журнальные тексты (т.е. произведения представителей так называемой «пишущей прессы»), но и разнообразные звучащие материалы: радио- и телерепортажи, интервью, различные программы, ток-шоу, фильмы и т.п. – то, что иногда называют «электронной прессой». Понятие «электронной прессы» в последние годы расширилось (или же приобрело дополнительный смысл), включив в себя и Интернет, где представлены если не все, то многие ведущие новостные агентства мира.

#### **Тема 2. Особенности цифровых СМИ.**

Среди жанрово-тематического многообразия текстов СМИ легко выделяются типы текстов, характерные как для «пишущей», так и для «электронной» прессы.

К ним можно отнести:

- новостные материалы (хроника событий);
- комментарии;
- аналитические обзоры на разные темы (политика, экономика, общественная жизнь, социальные проблемы, нравственность, культура, наука и т.п.);
- интервью;
- спортивные новости/репортажи;
- рекламные материалы и т.п.

Все эти жанрово-тематические разновидности текстов встречаются и в газетах, и в журналах, и в программах радио и телевидения, и в Интернете. Понятно, что каждое из средств массовой информации имеет свои объективные особенности, поэтому каждый из названных выше жанров воплощается в них по-своему. Однако определяющие жанровые характеристики, как правило, сохраняются независимо от средства массовой информации. Иначе говоря, новостной материал будет всегда отличаться от, например, аналитического обзора, комментария или интервью (хотя в телевизионных и радио новостях интервью или комментарий могут стать составной, вернее, «вставной» частью программы новостей).

Кроме этих и некоторых других жанрово-тематических типов текстов, являющихся общими для всех СМИ, существуют разновидности текстов, характерных для одних СМИ, но несвойственных другим. Так, например, редакционная статья является принадлежностью «пишущей» прессы, в частности газеты. То же относится и статьям другого рода – критическим, обзорным и т.п., которые по определению являются газетно-журнальным жанром так же, как, например, письма читателей и некоторые другие, сугубо письменные разновидности текстов СМИ. В этом смысле Интернет – в чисто техническом смысле «электронное» СМИ – по своим жанровым характеристикам тяготеет к газетно-журнальной прессе.

Понятно, что своими особыми жанрами обладают и радио, и телевидение, особенно последнее, где наличие зрительного ряда невероятно расширяет возможности передачи информации и возможности воздействия на аудиторию. Помимо общих для всех СМИ

(но совершенно особо преломляющихся и воплощающихся) жанровых типов, телевидение обладает такими жанрами, как фильм (документальный и игровой), ток-шоу (в записи и в прямой трансляции), телепортрет, теледебаты, прямая трансляция с места события и т.п.

В свете проблемы перевода верное определение жанровой принадлежности того или иного текста имеет существенное практическое значение, поскольку от жанровой принадлежности зависят коммуникативная направленность текста и его языковые/стилевые особенности. *Адекватный перевод любого текста СМИ (как в узком, так и в самом широком токовании этого понятия) подразумевает верную передачу средствами другого языка не только фактического и сугубо информативного содержания текста, но и его коммуникативной/функциональной направленности.* Иначе говоря, коммуникативно-функциональная эквивалентность перевода текстов СМИ не менее важна, чем его (перевода) семантическая эквивалентность.

### **Тема 3. Особенности прагмалингвистического контента СМИ.**

Стремление обработать постоянно растущий объем социально значимой информации в условиях «информационного бума» вынуждает реципиента искать пути решения этой задачи, совершенствуя и интенсифицируя процессы, связанные с получением и обработкой информации.

Из-за недостатка времени реципиент производит классифицирование и отбор информации на уровне заголовка, ограничиваясь потреблением информации на упрощенном, сжатом, но на доступном и достаточном уровне, который обеспечивает получение необходимого объема социально значимой информации.

### **Тема 4. Публицистический стиль.**

Публицистический стиль называют официальным стилем СМИ (средств массовой информации), в том числе – статей, репортажей, заметок, интервью и т. п. Данный стиль чаще используется в письменной речи, реже – в устных формах тех же репортажей или публичных выступлений политических и общественных деятелей. Общими чертами этого стиля можно назвать:

- эмоциональность и образность речи – для создания необходимой атмосферы;
- оценочность и уверенность – для заинтересованности;
- логика изложения с опорой на неопровержимые факты – для придания речи достоверности и информативности;
- призыв читателей (слушателей) к действию и общедоступность;
- легкое и внятное изложение.

Стилевые черты проявляются на языковых уровнях следующим образом:

- в лексике (употреблении слов) – эмоционально-экспрессивные и разговорные слова, фразеологизмы и устойчивые выражения, диалектные или жаргонные слова – в зависимости от специфики аудитории;
- в морфологии (использование частей речи) – обилие прилагательных, местоимений и наречий, глаголы в настоящем времени;
- синтаксисе (построение определенных типов предложений) – короткие и неполные предложения чередуются с тяжелыми сложноподчиненными, построение предложение – разговорное, простое для восприятия.

### **Тема 5. Пресса Великобритании**

Первые газеты в Великобритании появились более трехсот лет назад. В наши дни выходит более 130 ежедневных и воскресных газет, 1800 еженедельных и более 7000 периодических изданий. Национальные газеты имеют тираж более 13 миллионов

экземпляров по выходным дням, число же читателей, по крайней мере, в два больше. Британская пресса состоит из различных газет. Национальные газеты, которые продаются по всей стране, издаются в Лондоне. В восьмидесятые годы прошлого столетия тираж национальных газет сократился. Некоторые из них были закрыты, так как они не оправдывали средства, выделяемые на их издание. Другие газеты, наоборот, повысили свой тираж в эти же годы, например, *The Sun* и *The Daily Star*.

Жители Великобритании покупают больше газет по воскресным дням, чем в будние дни и поэтому воскресные газеты имеют больший тираж, чем ежедневные газеты. В добавление к этим газетам имеются также вечерние газеты, такие как *London's Evening Standard* и *Evening News*. Провинциальные или местные газеты читают жители небольших городов и местностей, расположенных вне Лондона; некоторые из них являются довольно известными как, например, газета *The Birmingham Post*. Большинство газет имеют свою собственную политическую точку зрения. Они представляют на своих страницах мнения, которые поддерживают ту или иную политическую партию или группу.

В Великобритании имеется два основных вида национальных газет - качественные (= *Quality, Broadsheets, Heavies*) и популярные (= *Popular, Tabloids, Gutter Press*). Такое разделение газет произошло на рубеже 19-20-го веков. После введения закона о всеобщем начальном образовании возникли предпосылки для появления более широкого круга читателей, для которых и были в основном предназначены массовые газеты, дешево стоившие и имеющие большие тиражи, например, *Daily Mail, Daily Express*. Состоятельные и хорошо образованные читатели сгруппировались вокруг *The Times, The Daily Telegraph*, которые отражали интересы финансово-промышленных кругов [Соколов 1990 : 8].

Качественную (элитарную) прессу и популярную (массовую) прессу считают соответственно прессой мнений и прессой новостей. Эти характеристики вбирают в себя особенности проблематики аудитории, стиля, оформления [Корконосенко 1999 : 33]. Традиционно к качественным относят следующие британские национальные ежедневные газеты: *Financial Times, The Times, The Daily Telegraph, The Guardian, The Independent*. К массовым газетам относят *Daily Mirror, Daily Star, The Star, The Sun, Daily Mail, Daily Express, Today* [Bromhead 1991, McLean 1993]. Рассмотрим основные характеристики этих двух видов газет.

## **Тема 6. Пресса США**

На сегодняшний день Соединенные Штаты Америки занимают ведущее место в информационной сфере. Картина американских средств массовой информации весьма многообразна. Тем не менее у них можно выделить ряд общих характерных черт.

Американская пресса, как печатная, так и электронная, — это прежде всего бизнес и имеет сугубо коммерческий характер. В стране нет государственных СМИ, за исключением вещающих только на зарубежные государства, таких как радиостанции «Голос Америки» или «Радио Марти», телестанция «Телевидение Марти». Действовало в свое время государственное информационное агентство ЮСИА, но и оно могло публиковать материалы лишь за рубежом. Имеются общественное телевидение и радио, но их аудитория очень мала.

Все остальные органы прессы работают на коммерческой основе, их главная цель — извлечение прибыли. Если газета или телестанция перестает приносить доходы, она, как правило, закрывается либо продается.

В то же время Соединенные Штаты считают себя государством, где свобода слова, а следовательно, и средств массовой информации является важным условием нормальной жизни общества. Это зафиксировано в первой поправке к конституции

США, которая, в частности, гласит: «Конгресс США не будет принимать законы, ограничивающие свободу слова или прессы». Поэтому американские СМИ позиционируют себя как хранителя норм демократического государства. Но одновременно это и сила, способная манипулировать общественным мнением. Не случайно ее называют «четвертой властью». Как говорят сами американцы, законодательная власть следит за исполнительной, судебная — и за той, и за другой, а пресса — за всеми.

Формально деятельность прессы никем практически не регулируется. Все газеты частные. Для открытия газеты нет необходимости получать лицензию от какого-либо государственного органа. Достаточно иметь для этого желание и деньги. Нет и цензуры. Нет официального «акта тайн», или закона, который предусматривает, что определенные правительственные документы должны держаться в секрете в течение ряда лет, как это, например, имеется в Великобритании. Понятно, что есть секретные материалы, связанные с вопросами национальной безопасности, но в целом закон о свободном допуске к информации позволяет журналистам получать информацию, которая в другой стране считалась бы недоступной.

В США нет специального закона о прессе. Отношения с печатью регулируются на основе первой поправки к конституции, которая, как мы уже отметили, предусматривает ее свободу. Но существуют факторы, которые могут ограничивать эту свободу. Среди них можно назвать самоцензуру, особенно корпоративную, требования рынка, влияние и нажим на журналистов со стороны владельцев, издателей СМИ. Фактическая цензура может осуществляться в кабинете главного редактора газеты или журнала.

### **Тема 7. Современные тенденции развития газетного рынка**

Медиапредприятия создают сразу и товар, и услугу. Облекая информацию в востребованную обществом форму, предприятия СМИ создают продукт, реализуемый на рынке. С помощью информационного содержания они привлекают аудиторию, создают лояльные отношения, формируют доступ к ней. Так же медиапредприятия предоставляют рекламодателям доступ к аудитории. Некоторые ученые считают, что основным товаром на рынке СМИ является не эфирное время или печатная полоса, а сама аудитория, которая потребляет эти продукты.

Газетное дело является одним из старейших в сфере СМИ. Несмотря на то, что газетные тиражи продолжают постепенно снижаться, рынок газетного дела продолжает сохранять стабильность и актуальность. Современные газетные издания отличаются следующими характеристиками: Универсальность, заключающаяся в освещении широкого спектра тем. Публичность, направленная на массового читателя. Периодичность, связанная с ритмичностью выпуска. Актуальность, определяющая перечень раскрываемой информации. Газетная индустрия тесно связана с государственной властью. Принимаемые правительственные решения часто освещаются в печатных изданиях, а также вступают в силу после публикации в соответствующих газетах. Газеты классифицируются в зависимости от территории распространения, тематике, возрастному принципу, периодичности, формату, типу, стилю оформления, качеству и стоимости.

На развитие газетного рынка влияет усиление конкуренции между различными СМИ. Для того, чтобы удерживать стабильное положение газетным компаниям необходимо адаптировать свою деятельность под текущую рыночную ситуацию. Актуальной задачей остается укрепление положения традиционных печатных изданий на современном рынке. К причинам сохранения традиционной прессы можно отнести: Привычку читателей. Более чем трехсотлетний опыт. Умение быстро адаптироваться к

изменяющимся запросам общества. Одним из важнейших изменений газетного рынка стало появление бесплатных газет, а также внедрение нового подхода к потреблению газетного продукта. Теперь компании делают ставку на ежедневное чтение. Особое внимание в газетном деле уделяется рекламе. Здесь достаточно сложно конкурировать с аудиовизуальным и интернет контентом. Газеты уступают по охватам телевидению, радио и интернету, однако, они являются эффективным каналом доступа к не сегментированной аудитории, ограниченной лишь географическим рынком. Таблоиды – газеты формата А3, являются традиционным способом организации доступа к такой аудитории. Они выделяются в отдельную группу печатных изданий, их развитие повлияло на общие изменения в газетной индустрии, изменении тематики и жанра повествования. Это способствовало росту тиражей и популярности таблоидов. Они уделяют большое внимание развлекательной информации, включающей в себя спорт, светские хроники и другое, тем самым поддерживая интерес аудитории, а значит, рекламодателей. Газеты ищут пути предоставления доступа к сегментированной аудитории, например, с помощью рекламных вкладышей. Стоит отметить, что аналитическая журналистика переживает кризис практически во всех сферах СМИ. Стиль легкого повествования, привлечение читателей за счет будоражащих тем проникли во все печатные издания. То есть, принципы таблоидов распространились на всю газетную индустрию, что привело к снижению качества содержания, уменьшению разнообразия тематики, изменению соотношения иллюстраций и текста.

#### **Тема 8. Дифференциация видов новостного информирования в англоязычной прессе**

В периодической печати новости дифференцируются на «жесткие» и «мягкие». Разница между этими видами новостного информирования заключается как в тематике описываемых новостей, так и в особенностях их презентации.

«Жесткое» информирование обычно затрагивает вопросы власти, экономики, бизнеса и т.д. Оно присутствует прежде всего на первых полосах газет, где часто публикуются заметки, оперативно излагающие суть происшествия в строго организованном тексте. Это прослеживается с первых строк публикации. Уже первые же предложения отвечают на ряд вопросов, а именно; «кто?» «что?» «где?» «когда?» «кем?», реже - «почему?» Говоря о «жестком» информировании, нельзя не отметить, что основными требованиями к публикациям подобного рода считаются оперативность и точность.

В «жесткой» заметке автор, акцентируя свое внимание на важности результата, чаще всего располагает факты по признаку «убывающего интереса», начиная с самого важного. Таким образом, выстраивается конструкция, известная как «опрокинутая» или «перевернутая пирамида». Принцип «перевернутой пирамиды» предусматривает, что самая важная информация (основное сообщение) располагается в начале текста. Затем, по принципу отдаления, размещается менее важная информация, детали события.

#### **Тема 9. Лексические особенности и способы подачи информации в англоязычной прессе**

Помимо особенностей, характерных для языка каждого жанра текстов СМИ и отличающих, например, текст аналитической статьи от текста политического комментария или спортивных новостей, можно очертить круг особенностей, свойственных языку СМИ в целом. Поскольку эти особенности во многом и определяют специфику перевода в сфере массовой коммуникации, переводчик должен иметь о них представление еще до того, как он приступает собственно к переводу.

Одной из важных особенностей текстов СМИ практически всех жанров является *сочетание в них элементов сообщения и воздействия*. Хотя главной функцией массовой коммуникации принято считать передачу информации, эта передача довольно редко бывает полностью нейтральной, т.е. абсолютно свободной от элементов воздействия на аудиторию. В большинстве случаев передача информации сопровождается прямым или завуалированным выражением оценки, языковыми средствами и речевыми приемами, побуждающими аудиторию к определенной реакции на передаваемую информацию, средствами привлечения внимания к информации или к точке зрения, выражаемой в сообщении.

Разные жанры текстов СМИ характеризуются разным соотношением и воплощением элементов сообщения и воздействия, разным удельным весом собственно информации и экспрессивных средств. По-настоящему профессиональный переводчик должен не просто осознавать это соотношение в каждом переводимом им тексте, но и уметь адекватно передать его в переводе.

Среди собственно языковых и стилевых особенностей языка СМИ, совокупность которых отличает его от языка других функциональных стилей, можно назвать:

Высокую степень стандартизации используемых средств: большой процент устойчивых и клишированных выражений, различные журналистские штампы, лексикализованные метафоры, стандартные термины и названия и т.п. (эта особенность прежде всего характерна для новостных материалов и отражает стремление их авторов создать впечатление абсолютной объективности и беспристрастности).

### **Практические занятия**

#### **Тема 1. Особенности языка СМИ на современном этапе развития общества.**

Таблоидизация. Развитие газетного рынка последних лет в условиях растущей фрагментации речи разных видов, вызываемой развитием кабельного и спутникового ТВ, видео, интернета. Таблоиды - газеты формата А3. Таблоидные издания. Характерные черты таблоидного стиля. Интегрированное понятие «инфотеймент».

**Учебные цели:** 1) чтение, перевод, пересказ текста 2) выполнение письменных и устных упражнений по тексту.

#### **Основные термины и понятия:**

Таблоидные издания

Таблоидный стиль

Инфотеймент

#### **Тема 2. Особенности цифровых СМИ.**

Причины выживания традиционной прессы в высокотехнологичной медиасреде.

Коммерческое телевидение. Превращение новостей в развлечение.

**Учебные цели:** 1) чтение, перевод, пересказ текста 2) выполнение письменных и устных упражнений по тексту.

#### **Основные термины и понятия:**

Цифровые СМИ

Коммерческое телевидение

#### **Тема 3. Особенности прагма-лингвистического контента СМИ.**

Специфика отбора языковых средств на газетной полосе. Разнообразие лексического состава газетных текстов. Система общественно политической терминологии в англоязычных газетах. Газета как отражение современного уровня развития языка.

Интенсивное сближение книжного и разговорного стилей речи. Использование разговорных оборотов.

Закон сохранения жанровых характеристик текста. Использование жаргонизмов, перифразы. Эмфаза. Использование атрибутивных групп. Сокращения названий партий, союзов, различного рода организаций и должностей, встречающиеся в американской печати. Сокращения фамилий или фамильярные прозвища известных политических или общественных деятелей в английских и американских СМИ.

**Учебные цели:** 1) чтение, перевод, пересказ текста 2) выполнение письменных и устных упражнений по тексту.

**Основные термины и понятия:**

Жаргонизм

Перифраз

Эмфаза

#### **Тема 4. Публицистический стиль.**

Определение стиля. Разновидности публицистического стиля. Письменная разновидность: эссе, газетные статьи, журнальные статьи литературно-критического и общественно-политического характера, памфлеты, очерки.

Устная разновидность: ораторская речь, обзоры радиокomentаторов.

Функции публицистического стиля. Промежуточное место стиля между научным и художественным стилями. Образность речи, эмоциональная окрашенность языка. Индивидуальное изложение содержания.

**Учебные цели:** 1) чтение, перевод, пересказ текста 2) выполнение письменных и устных упражнений по тексту.

**Основные термины и понятия:**

Стиль

Эссе

Публицистический стиль

Образность речи

#### **Тема 5. Пресса Великобритании**

Тираж центральных газет, местных и периодических изданий. Крупнейшие издания (по тиражу) – «News of the World», «Sun», «Daily Mirror».

Деятельность СМИ, законодательные акты. Крупнейшие агентства – «Press Association» «Reiter» и «United Press International». Общенациональные газеты, 3 категории: массовые бульварные, умеренные бульварные (или популярные) и «серьезные газеты» (или качественные).

Бульварные газеты: «Sun» и «Daily Mirror». Наиболее популярные бульварные издания: «Daily Mail» и «Express», обслуживающие в основном представителей среднего класса. «Guardian», «Independent», «Financial Times», «Times» и «Daily Telegraph» как «серьезные» широкоформатные периодические издания. «Guardian» как ежедневная утренняя газета. Субботнее издание, 9 частей: основная широкоформатная информационная часть и 8 приложений – деловое «Jobs and Money», «Rise» (информация по трудоустройству), журнал «Weekend Magazine», «Guide» и «Saturday» (культурно-развлекательная программа на выходные), «Travel», «Weekend Sport», «Editor» (дайджест мировых новостей). Воскресный выпуск газеты «Observer». Высшая награда британской прессы – «Газета года», церемония вручения наград «Пресс-клуба» («Press Club Awards») и награда «Свобода прессы» («Freedom of the Press Award»).

Ежедневная утренняя газета «Independent» и ее воскресное издание «Independent on

Sunday». Simon Kelner - «Редактор года». Широкоформатная часть «Обзор» («Review»), «Business View», малоформатное приложение «Education», «Business View», содержащее статьи и информацию для потребителей (покупки, мода и т.д.) и иллюстрированный журнал «Independent».

«Financial Times» в трех версиях: для Великобритании, для континентальной Европы, для Азии и двух американских континентов. Ключевой элемент газеты. 200 обозрений «Financial Times», научно-техническое приложение «Financial Times Information Technology», иллюстрированный журнал о моде и стиле «Как потратить деньги».

«Times», связь с правящим классом, церковью и финансово-промышленными кругами. «Парламентская команда» «Times». 2 части газеты.

«Daily Telegraph» – ведущая ежедневная утренняя газета. «Daily Telegraph» как партийная газета тори. 2 части газеты. Основная (первая) часть газеты – новости. Во второй части публикуются тематические статьи по бизнесу, искусству, спорту. Приложение «Sport». Приложение «Connected» – последняя информация в мире Интернет и новых технологий, журнал «Spectator» – «хроника национальных событий», в малом формате газета «Weekly Telegraph» – недельный дайджест новостей и тематических статей газеты «Daily Telegraph».

**Учебные цели:** 1) чтение, перевод, пересказ текста 2) выполнение письменных и устных упражнений по тексту.

**Основные термины и понятия:**

Бульварные издания

Партийные издания

Недельный дайджест

## **Тема 6. Пресса США**

Газетные концерны и слияния. «Inter Ocean» и «Record- Daily Telegraph». Слияние «Press» с «Sun», Слияние «World», «Evening World» с «Evening Telegram». Создание газетного концерна Э.У. Скриппсом. Альтернативная журналистика и критика прессы. Газеты иммигрантов. Немецкая газета в Джермантауне под Филадельфией и ежедневная французская газета «Courrier Francais». Испаноязычные газеты. Первая газета индейцев «Cherokee Phoenix». Еврейская «Daily Forward».

Афроамериканские газеты. «Freedoms Journal» и «Nord Star», Борьба за права чернокожих и женщин в мемфисской «Free Speech», «New York Age» и «Conservator in Chicago». Chicago Defender» как крупнейшая негритянская газета. Нью-йоркская «Amsterdam News», «Pittsburgh Courier». Первые женские газеты – «The Lily «The Revolution». Социалистические газеты в США. «New York Call».

Причины возникновения экспериментальных альтернативных газет, в том числе «Berkeley Barb», «San Francisco Oracle», «Seed», «East Village Other» и «Los Angeles Free Press». Старейшая и наиболее популярная в этом смысле радикальных газет – Нью-йоркская «Village Voice». «Свобода прессы», журнал «Columbia Journalism Review», посвященный анализу и критике современной американской печати.

3 группы прессы США: «трестированная периодика», «нетрестированные органы печати», «малая пресса». «Washington Post» и «Los Angeles Times», «Philadelphia Inquirer», «Miami Herald» и «Boston Globe» .

**Учебные цели:** 1) чтение, перевод, пересказ текста 2) выполнение письменных и устных упражнений по тексту.

**Основные термины и понятия:**

Альтернативная пресса

Радикальная пресса

### **Тема 7. Современные тенденции развития газетного рынка**

Новые рыночные стратегии.

Квалоид как особый тип массовой вечерней газеты, сочетающей стиль таблоидов с освещением широкой панорамы мировых событий, анализ серьезных вопросов внешней и внутренней политики с простым и доходчивым языком изложения. Бесплатные газеты или «шопперы» (shoppers), их связь с рекламой крупных супермаркетов.

Стокгольмская «Метро» - первая информационная бесплатная газета, распространяемая на городском транспорте. Не ежедневное чтение. Современная тенденция не ежедневного чтения газет. Стабильность воскресного газетного рынка в Великобритании и США, объём продаж и популярности среди населения.

**Учебные цели:** 1) чтение, перевод, пересказ текста 2) выполнение письменных и устных упражнений по тексту.

**Основные термины и понятия:**

Квалоид

Таблоид

Шопперы

### **Тема 8. Дифференциация видов новостного информирования в англоязычной прессе**

В периодической печати США новости дифференцируются на «жесткие» и «мягкие». Разница между видами новостного информирования. Тематика описываемых новостей, особенности их презентации.

«Жесткое» информирование. Затрагивание в газетах вопросов власти, экономики, бизнеса и т.д. Первые полосы газет, публикация заметок, оперативно излагающих суть происшествия в строго организованном тексте.

Признаки «убывающего интереса», конструкция «опрокинутая» или «перевернутая пирамида».

Оперативность информации в «мягком» варианте. Композиционная организация «мягкой» новостной заметки.

Понятие «тип» публикации. Метод интервью. Полиинтервью. Плюрализм интерпретации.

**Учебные цели:** 1) чтение, перевод, пересказ текста 2) выполнение письменных и устных упражнений по тексту.

**Основные термины и понятия:**

Метод интервью

Полиинтервью

Плюрализм интерпретации

### **Тема 9. Лексические особенности и способы подачи информации в англоязычной прессе**

Наличие неологизмов и клише, достаточно характерны для «газетного изображения» политических деятелей. Заимствование неологизмов прессой других стран. Калькированные неологизмы в англоязычной прессе.

Важной особенностью англоязычных публикаций является распространенность в них эллиптической формы пассивного залога. Популярны словообразовательные модели, широко используемые англоязычными средствами массовой коммуникации для создания окказиональных неологизмов (nonce - words). Деспециализация терминологии.

Две тенденции, характерные для использования лексики в газетном тексте. Речетворческая деятельность журналиста.

**Учебные цели:** 1) чтение, перевод, пересказ текста 2) выполнение письменных и устных упражнений по тексту.

**Основные термины и понятия:**

Неологизмы

Клише

### **Перечень литературы для самостоятельной работы**

1. Игнатова, Е.В. Практикум по культуре речевого общения: учебно-практическое пособие / Е.В. Игнатова, В.Г. Апальков ; ред. С.С. Хромова. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 280 с. - ISBN 978-5-374-00384-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90286>
2. Коммуникативные технологии в информационном обществе : практикум / Министерство образования и науки РФ ; сост-ль Е.А. Сергодеева, М.Т. Асланова, Е.В. Сапрыкина. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 106 с. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=466994>
3. 3. Фатеева, И.М. Культура речи и деловое общение: учебное пособие / И.М. Фатеева; Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт). - Москва : МИРБИС : Директ-Медиа, 2016. - 269 с. : ил. - Библиогр.: с. 4-5. - ISBN 978-5-4475-8307-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=441404>.

**Задание:**

- 1) устное монологическое высказывание по проблеме;
- 2) участие в полилоге на базе прочитанного текста;
- 3) отработку лексического материала.

**Форма отчетности**

Пересказ прочитанного на занятие, ведение читательского дневника, ответы на вопросы преподавателя (устный опрос), монологическое высказывание, активное участие в полилоге, выполнение лексических упражнений.

**Задание:** тематический подбор статей по темам, изучаемым на практических занятиях по практике устной и письменной речи

**Рекомендации к выполнению:** студенты работают с газетными статьями в режиме онлайн на сайтах ведущих британских периодических изданий («The Times», «The Morning Star», «The Guardian», «The Sun», «The Independence»)

**Форма отчетности:** тематическая подшивка статей

**Задание:** проанализируйте структуру газеты «The Moscow News»

**Рекомендации к выполнению:** студенты анализируют структуру газеты, обращая внимание на жанры газетных статей, такие как краткая информация, краткая заметка информационного характера с заголовком, вариации на определённую тему, небольшая сатирическая статья, заметка, расследование, опрос, отчёт, сводка, рецензия, реклама.

**Форма отчетности:** письменная работа

**Задание:** приведите 3-5 примеров по каждому виду газетных штампов

**Рекомендации к выполнению:** на основе выборочного прочтения газетных статей

периодического издания объедините газетные штампы в группы по следующим разновидностям структур: AN (прилагательное + существительное).V(A)N (глагол + существительное).NN (существительное + существительное).V prep N (глагол + предлог + существительное).NNN (существительное + существительное + существительное).ANN (прилагательное + существительное + существительное). **Форма отчетности:** выявленные примеры семантических, лексических и грамматических могут быть систематизированы путем изготовления карточек, которые могут быть использованы при анализе лексики газетных статей.

**Задание:** проанализируйте газетные заголовки следующих американских изданий «The Economist», «The New-York Times», «Washington Post».

**Рекомендации к выполнению:** студенты анализируют заголовки, надзаголовки, межзаголовки и подзаголовки газет по следующим критериям: информативность, эмоциональность.

**Форма отчетности:** письменная работа

**Задание:** составление списков неологизмов, фразеологизмов и сокращений, на основе количественно-качественного анализа англоязычных текстов популярных периодических изданий.

**Рекомендации к выполнению:** студенты работают с газетными текстами, со справочной литературой, составляют списки неологизмов, фразеологизмов и сокращений, встречающихся в передовицах английских газетах.

**Форма отчетности:** заполнение таблицы

**Задание:** составьте презентацию, отражающую функционально-стилистические особенности американизмов в британской прессе.

**Рекомендации к выполнению:** 1. Должна быть строго определена тема презентации. 2. Презентация должна включать от 10 до 17 слайдов. При этом следует помнить, что активно воспринимаются не более 5-7 слайдов. 3. Слайды презентации должны содержать фактическую и иллюстративную информацию. 4. Фактическую информацию желательно подавать в виде схем, таблиц, кратких цитат и изречений. 5.

Использование презентации должно сопровождаться комментариями, которые должны дополняться или конкретизироваться содержанием слайдов. Фактическая информация слайдов не должна дублироваться устным выступлением или подменять его.

**Форма отчетности:** мультимедийная презентация

## **6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля, промежуточной аттестации приведен в приложении.

В случае применения в образовательном процессе дистанционных образовательных технологий используются следующие платформы и ЭОР:

<http://dis.ggtu.ru>

<https://meet.jit.si>

<https://us04web.zoom.us>

## **7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

## Перечень основной литературы

### Перечень основной литературы

1. Сиполс О.В. Develop Your Reading Skills. Comprehension and Translation Practise=Обучение чтению и переводу (английский язык): учебное пособие / О.В. Сиполс. - 3-е изд., стереотип. - Москва : Издательство «Флинта», 2016. - 373 с. - ISBN 978-5-89349-953-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84903>

### Перечень дополнительной литературы:

1. Мошняга, Е.В. Английский язык: туризм, гостеприимство, платежные средства : учебное пособие / Е.В. Мошняга ; Российская международная академия туризма. - 5-е изд., стереотип. - Москва : Советский спорт, 2012. - 248 с. - (Профессиональное туристское образование). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9718-0617-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258228>

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ СОВРЕМЕННЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Все обучающихся университета обеспечены доступом к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам. Ежегодное обновление современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем отражено в листе актуализации рабочей программы.

### Профессиональные базы данных:

- *Электронная библиотечная система*  
ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
- *Сайты научных журналов*  
База научных статей Издательства «Грамота» <http://www.gramota.net/materials.html>
- *Образовательные порталы*  
Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>  
Единая коллекция информационно-образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/>  
Платформы видеоконференцсвязи <https://meet.jit.si> <https://us04web.zoom.us>  
ЭОР <http://dis.ggtu.ru>

### Информационные справочные системы:

- *Справочные системы*  
Яндекс.Переводчик <https://translate.yandex.ru/>  
Google Переводчик <https://translate.google.ru/>  
Переводчик онлайн и словарь от PROMT <https://www.translate.ru/>  
Онлайн-переводчик и словари <https://www.webtran.ru/>  
Словарь LingvoLive <https://www.lingvolive.com/ru-ru>
- *Информационно-поисковые системы*  
Яндекс <https://yandex.ru/>  
Рамблер <https://www.rambler.ru/>  
Google <https://www.google.ru/>  
Mail.ru <https://mail.ru/>

## 9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Аудитории	Программное обеспечение
<ul style="list-style-type: none"><li>- учебная аудитория для проведения учебных занятий по дисциплине, оснащенная компьютером с выходом в интернет, мультимедиапроектором;</li> <li>- помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ГГТУ.</li></ul>	Операционная система. Пакет офисных приложений. Браузер Firefox, Яндекс.

## 10. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

Составитель: ст. преп., к.ф.н. Ефимова А.Д.



Программа утверждена на заседании кафедры английского языка от «12» мая 2022 г., протокол № 9.

И.о. завкафедрой Шурупова М.В.



**Министерство образования Московской области  
Государственное образовательное учреждение высшего образования  
Московской области  
«Государственный гуманитарно-технологический университет»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.В.ДВ.02.01**

**Язык прессы (английский язык)**

<b>Направление подготовки</b>	<b>44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)</b>
<b>Направленность (профили) программы</b>	<b>Дошкольное образование, Иностранный язык (английский)</b>
<b>Квалификация выпускника</b>	<b>Бакалавр</b>
<b>Форма обучения</b>	<b>Очная</b>

**Орехово-Зуево**

**2022 г.**

## 1. Индикаторы достижения компетенций

Код и наименование универсальной компетенции	Наименование индикатора достижения универсальной компетенции
ПК-1. Способен осваивать и использовать теоретические знания и практические умения и навыки в предметной области при решении профессиональных задач	ПК-1.1. Знает структуру, состав и дидактические единицы предметной области (преподаваемого предмета). ПК-1.2. Умеет осуществлять отбор учебного содержания для его реализации в различных формах обучения в соответствии с требованиями ФГОС ОО. ПК-1.3. Демонстрирует умение разрабатывать различные формы учебных занятий, применять методы, приемы и технологии обучения, в том числе информационные.

## 2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценка уровня освоения компетенций на разных этапах их формирования проводится на основе дифференцированного контроля каждого показателя компетенции в рамках оценочных средств, приведенных в ФОС.

1. Оценка «отлично», «хорошо», «зачтено» соответствует повышенному уровню освоения компетенции согласно критериям оценивания, приведенным в таблице к соответствующему оценочному средству

2. Оценка «удовлетворительно», «зачтено» соответствует базовому уровню освоения компетенции согласно критериям оценивания, приведенным в таблице к соответствующему оценочному средству

3. Оценка «неудовлетворительно», «не зачтено» соответствует показателю «компетенция не освоена».

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде	Критерии оценивания
<i>Оценочные средства для проведения текущего контроля</i>				
1.	Тест (показатель компетенции и «Знание»)	Система стандартизированных заданий, позволяющая измерить уровень знаний и умений обучающегося.	Тестовые задания	Оценка « <i>Отлично</i> » выставляется за тест, в котором выполнено более 90% заданий.  Оценка « <i>Хорошо</i> » выставляется за тест, в котором выполнено более 75 % заданий.  Оценка

				<p>«Удовлетворительно» выставляется за тест, в котором выполнено более 60 % заданий.</p> <p>Оценка «Неудовлетворительно» выставляется за тест, в котором выполнено менее 60 % заданий.</p>
2	Презентация (показатель компетенции и «Умение»)	<p>Работа, направленная на выполнение комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения учебных задач, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления.</p>	Тематика презентаций	<p>Оценка «Отлично» - содержание презентации полностью соответствует заявленной теме, рассмотрены дискуссионные вопросы по проблеме, слайды расположены логично, последовательно, завершается презентация четкими выводами и полным списком использованной литературы.</p> <p>Оценка «Хорошо» - содержание презентации полностью соответствует заявленной теме, но тема раскрыта недостаточно полно, отсутствуют новейшие литературные источники по проблеме, при оформлении презентации имеются недочеты.</p> <p>Оценка «Удовлетворительно» - содержание презентации не в полной мере соответствует заявленной теме, тема раскрыта недостаточно полно, использовано небольшое количество научных источников,</p>

				<p>нарушена логичность и последовательность в расположении слайдов.</p> <p>Оценка «Неудовлетворительно» - презентация не соответствует заявленной теме, материал изложен непоследовательно, язык презентации не отражает научного стиля.</p>
3	Практические задания (показатель компетенции «Владение» )	техника обучения, предполагающая проектирование решения конкретной задачи.	Перечень практических заданий	<p>Оценка «Отлично» - Студент даёт грамотное описание и интерпретацию ситуации, свободно владеет профессионально-понятийным аппаратом; умеет высказывать и обосновывать свои суждения; профессионально прогнозирует и проектирует развитие ситуации или объекта, предлагает эффективные способы решения задания.</p> <p>Оценка «Хорошо» - Студент даёт грамотное описание и интерпретацию рассматриваемой ситуации; достаточно владеет профессиональной терминологией; владеет приемами проектирования, допуская неточности; ответ правильный, полный, с незначительными</p>

				<p>неточностями или недостаточно полный.</p> <p>Оценка «Удовлетворительно» - Студент слабо владеет профессиональной терминологией при описании и интерпретации рассматриваемой ситуации; допускает ошибки при проектировании способов деятельности, слабо обосновывает свои суждения; излагает материал неполно, непоследовательно.</p> <p>Оценка «Неудовлетворительно» - Не владеет профессиональной терминологией; не умеет грамотно обосновать свои суждения; обнаруживается незнание основ проектирования, допущены грубые ошибки.</p>
<i>Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации</i>				
1	Экзамен (показатель компетенции «Знание»)	Контрольное мероприятие, которое проводится по окончании изучения дисциплины в виде, предусмотренном учебным планом.	Вопросы к экзамену	<p>Оценка <i>«отлично»</i> предполагает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– знание понятийно-терминологического аппарата дисциплины: состав и содержание научных понятий, их связей между собой, их систему;</li> <li>– знание теории вопроса, умение анализировать</li> </ul>

				<p>проблему;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– умение применять основные положения теории вопроса, аналитическое изложение научных идей отечественных и зарубежных ученых;</li> <li>– умение содержательно и стилистически грамотно излагать суть вопроса;</li> <li>– глубокое понимание, осознание материала.</li> </ul> <p>Оценка <i>«хорошо»</i> предполагает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– знание основных теоретических положений вопроса;</li> <li>– умение анализировать изучаемые дисциплиной явления, факты, действия;</li> <li>– умение содержательно и стилистически грамотно излагать суть вопроса. Но имеет место недостаточная полнота по излагаемому вопросу.</li> </ul> <p>Оценка <i>«удовлетворительно»</i> предполагает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– неполноту изложения информации;</li> <li>– оперирование</li> </ul>
--	--	--	--	---

				<p>понятий на бытовом уровне;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– отсутствие связи в построении ответа;</li> <li>– неумение выделить главное;</li> <li>– отсутствие выводов.</li> </ul> <p>Оценка «неудовлетворительной» предполагает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– незнание понятийного аппарата;</li> <li>– незнание методологических основ проблемы;</li> <li>– незнание теории и истории вопроса;</li> <li>- отсутствие умения анализировать учебный материал.</li> </ul>
--	--	--	--	--

**3. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Задания для проведения текущей успеваемости**

В случае применения в образовательном процессе дистанционных образовательных технологий используется ЭОР

<http://dis.ggtu.ru/enrol/index.php?id=700>

<http://dis.ggtu.ru/enrol/index.php?id=796>

**Тестовые задания**

**Тест №1**

Закончи предложение, выбрав вариант из трех предложенных.

**1. ON THE FIRST DAY AT SCHOOL...**

- a) the pupils had only one lesson.
- b) A new teacher came into the classroom.
- c) The pupils went for a walk

**2. Выбери правильные ответы на вопросы.**

Why did Oliver and his classmates run to school the next morning?

- a) They wanted to see Miss Chatter's umbrella
- b) They liked to run in the classroom.
- c) They liked Miss Chatter's lessons.

**3. Выбери правильные ответы на вопросы.**

**WHY DID THE PUPILS SIT STILL AT THE DESKS?**

- a) Miss Chatter spoke loudly.
- b) It became dark and cold for a minute.
- c) The lesson began.

**4. ВЫБЕРИ УТВЕРЖДЕНИЕ, КОТОРОЕ НЕ СООТВЕТСТВУЕТ СОДЕРЖАНИЮ СКАЗКИ.**

- a) At first the pupils didn't do what Miss Chatter told them.
- b) There was a rain of toys in the classroom.
- c) Oliver and his classmates had a good time that day at school.
- d) There was a red umbrella in the corner of the classroom.

**Ответы: 1 а), 2b), 3с), 4с).**

**Тест 2**

**Прочитайте текст и выполните задания 1–6. В каждом задании запишите в поле ответа цифру 1, 2, 3 или 4, соответствующую выбранному Вами варианту ответа.**

Space could solve water problems

Have you ever tasted saltwater? I guess you have and if so, you will agree with me that it's not very refreshing. In fact, drinking more than a few cups worth can kill you.

According to the United States Geological Survey, whose mission is to collect and disseminate reliable, impartial, and timely information that is needed to understand the nation's water resources, about ninety-seven percent of the water on our planet is saltwater; the rest is stored in lakes, rivers, glaciers and aquifers underground. Moreover, only about one-third of the world's potential fresh water can be used for human needs. As pollution increases, the amount of usable water decreases.

Water is the most precious and taken-for-granted resource we have on Earth. It is also one of the most threatened resources. Increased population and possible climate change will put more and more strain on supplies of this vital resource as time goes on. What could we do in this situation? Though it may seem like science fiction, the solution could lie in outer space.

I'm not saying we're going to be teleporting to a spring on the other side of the galaxy or colonizing another planet just to have longer showers – it's much more mundane than that. What we could achieve realistically in this century is the successful use of the solar system's rare metals and water, barring the invention of the matrix.

You may be surprised to learn that the metal in your keys, coins, cell phone, computer, car and everywhere else, originally came to this planet from space. When Earth formed, the heavy metals sank to the center and formed a solid core. The lighter elements formed the mantle and the crust we live on. Asteroids and comets that struck the Earth brought water and metals to the surface.

There are thousands of asteroids orbiting near Earth. Most asteroids are made of rock, but some are composed of metal, mostly nickel and iron. Probes could be sent out to these to

identify useful ones. Then larger probes could push them towards the Earth where they can be handled in orbit.

In order to fuel ships and probes, we simply need to find a source of water, such as a comet or the surface of the moon. We collect the water and pass an electric current through it from a solar panel. The water separates into oxygen and hydrogen, which in liquid form is a powerful rocket fuel.

Is this really possible? We may soon find out. Private company *SpaceX* has already started delivering equipment to the International Space Station (ISS). The ISS is proof that countries once at each other's throats, like America and Russia, can work together and pull off multi-billion dollar projects.

Recently, a company called *Planetary Resources Inc.* made the news for getting big names like Google **and** Microsoft to invest in exploring asteroids for material gain. Although it will take many decades, it is wise to put the gears in motion now.

We've already landed probes on the surface of asteroids and taken samples from them. We can put something as large as the ISS, which weighs just short of 500 tons, according to National Aeronautics and Space Administration (NASA), in orbit.

We can make a half-million-mile round-trip to get rocks from the moon. We can do all of these things already. They just need to be applied and developed in a smart way.

1. What problem is raised in the article?

- 1) Cooperation in space.
- 2) Threats of climate change.
- 3) Danger of drinking salt water.
- 4) Lack of water supplies on Earth.

ОТВЕТ:

2. According to the author, the information published in the US Geological Survey is meant to ...

- 1) assure the nation that there is still enough of usable water.
- 2) help to monitor the state of the country's water resources.
- 3) demonstrate the quality of water the nation uses.
- 4) warn the public about the dangers of water pollution.

ОТВЕТ:

3. The author thinks that outer space ...

- 1) is dangerous because of asteroids.
- 2) is a source of important supplies.
- 3) is not studied properly.
- 4) should be colonized.

ОТВЕТ:

4. According to the author, the space water sources may be used for ...

- 1) fuel production.
- 2) water supplies for spaceships.
- 3) moon exploration.
- 4) the production of electricity.

ОТВЕТ:

5. The *Google* and *Microsoft* (paragraph 9) are mentioned to ...

- 1) explain how *Planetary Resources Inc.* became famous.
- 2) prove that asteroids can be commercially attractive.
- 3) show that space research is important for computer science.
- 4) prove that asteroids can interfere with the Internet.

ОТВЕТ:

6. The expression "*put the gears in motion*" in "...it is wise to put the gears in

motion now” (paragraph 9) means ...

- 1) to explore.
- 2) to begin.
- 3) to move.
- 4) to invest.

Ответ:

7. What idea is stressed in the last two paragraphs?

- 1) There is room for further achievements in space exploration.
- 2) Asteroids are unique objects for scientific research.
- 3) Only smart administration can manage space programs.
- 4) International Space Station is the heaviest object in space.

Ответ:

Keyanswers:

- 1 4
- 2 2
- 3 2
- 4 1
- 5 2
- 6 2
- 7 1

### Тематика презентаций

1. Газетные жанры
2. Пресса англоязычных стран
3. Современные тенденции развития газетного рынка
4. Дифференциация видов новостного информирования в англоязычной прессе
5. Лексические особенности и способы подачи информации в англоязычной прессе
6. Газетные статьи
7. Особенности англоязычных таблоидов
8. Газетные заголовки
9. Языковые особенности английских газет
10. Неологизмы
11. Словообразование
12. Изменение значений слов
13. Заимствование из других языков
14. Газетные штампы
15. Семантические особенности газетной лексики
16. Грамматические особенности газетных текстов
17. Фразеологизмы
18. Функционально-стилистические особенности американизмов в британской прессе
19. Стилистически-сравнительный анализ англоязычной прессы
20. Стилистически-сравнительный анализ заголовков

### Перечень практических заданий

#### Практическое задание 1

Составить список неологизмов, фразеологизмов и сокращений, на основе количественно-качественного анализа англоязычных текстов популярных периодических изданий

## Практическое задание 2

**Fill in the chart. Some words (word combinations) can be put into more than one column.**

Words: The Sun, a weather forecast, a computer, a soap opera, gossips, a talk show, a reporter, to search for information, a film, sports news, to watch, an interview, a tabloid, a cartoon, a weekly paper, a music programme, to browse, a daily paper, a virtual world, a quality paper, e-mail, a correspondent, a game show, a channel, a website, an article, a documentary, The Times, a listener, a commentator, a newsreader, a quiz, cultural reviews, scandals, travel, an advert ( advertisement, ad), a fashion show.

## Практическое задание 3

**Complete the sentences using the words and word combinations given below. There is an odd word there!**

1. If you want to get some information, you will spend hours .....the Internet.
2. ....include TV, radio, press and the Internet.
3. Please, switch ..... on, I don't want to miss this sports .....
4. There is an interesting documentary on .....5 at 6 p.m.
5. My father doesn't read tabloids, he prefers .....papers.
6. You can find any ..... on the Internet.
7. Many people buy .....like The Sun which are very popular in the UK.
8. Tom .....his job a week ago. He is looking for another one.
9. Please leave the ..... on. I'd like to listen to my favourite .....programme.
10. If people don't believe you, you have to .....that you are right.

## Практическое задание 4

### READING

**Read the text. Divide it into five paragraphs. Match each paragraph with one of the headings A-F below. There is only one paragraph to one of the headings. One heading is extra.**

#### Television unifies us

The press, television and radio (mass media) play an important part in the life of the society. They influence the way people look at the world and make them change their views. Some people say, "News is not what happens – it is what you see or read in mass media." In other words, mass media shapes public opinion. (Sometimes it is good, but sometimes terribly bad. It depends.)

Millions of people in their spare time watch TV and read newspapers and magazines. Television dominates one's life if the family watches it most of the time. Television informs, educates, and entertains people. It is also a habit-forming drug impossible to resist.

Various TV games, such as quiz shows, and music programmes attract a large audience. During TV quiz programmes the questions are answered by the viewers.

Then there are daily TV serials known as soap operas. Some people find them boring, others consider them to be good entertainment and relaxation.

There is also a lot of advertising on TV. A lot of commercial firms buy the time to advertise their goods.

Advertising often annoys the general public. A film, a good basketball or football match may be interrupted several times with advertisements for the soap powder or new perfume.

To convince the viewers that a certain product is the best and to persuade him to buy it takes not only a lot of imagination but also a lot of time. The same advertisements are repeated dozens of time every day, which bores the viewers.

Some people say there is too much violence on television, which has a bad influence on viewers, especially young people. Television often shows scenes of violence.

But it is hardly fair to say that TV doesn't try to raise the cultural level of the people or develop their artistic taste. Many of TV programmes are excellent: they are made in good taste and with great professional skill. Television brings into millions of homes not only news and entertainment, but also cultural and educational programmes.

Good or bad, television brings the world into our home and makes us closer to other people.

Besides, it is a good company for people who live alone.

- A. Promoting hate
- B. A pleasant way to relax and spend our free time
- C. Not only entertainment
- D. Time is money
- 1. Guidelines about watching
- 2. TV is more real than reality

Paragraph	1	2	3	4	5
Heading					

### LISTENING

**Listen to the text.**

**For questions 1-5, decide whether they are true or false according to the text.**

**Television.**

The first commercial television broadcast was made on April 20, 1939 by Radio Corporation of America. Since 1939, it has become one of the most important facts of modern life. Television is very much a part of modern world. Its influence is felt all over the world.

Television is a reflection of the modern world, some people say. It shows contemporary society. It affects customs and culture, others say. Television is bad for culture because it keeps culture from growing, still others say. Good or bad, television is difficult to avoid. It enters homes, stores, airports, and offices. It is here to stay.

- 1. Radio Corporation of America is important in the modern world.
- 2. Television has wide influence.
- 3. Television is bad for culture, some people say.
- 4. Television only provides us information but doesn't affect customs and culture.
- 5. Some people try to avoid television.

1	2	3	4	5

### VOCABULARY

**1. Match expressions from list A with single word equivalents from list B.**

**A**

- 1. made to sell for profit
- 2. from the time that
- 3. influence
- 4. of the present time

**B**

- a) effect
- b) affect
- c) avoid
- d) gossip

- |  |                 |
|--|-----------------|
| 5. to influence or change  | e) confidential |
| 6. even, yet   | f) violent      |
| 7. to keep away from   | g) still        |
| 8. to dislike greatly  | h) contemporary |
| 9. to talk about other people                                      | i) since        |
| 10. intended to be treated as private                              | j) society      |
| 11. characterized by or acting with extremely rough physical force | k) commercial   |
| 12. all the people   | l) hate         |

**2. Complete these sentences using the correct form of one of the word from list B.**

1. Television shows \_\_\_\_\_ society.
2. The Internet \_\_\_\_\_ our lives.
3. The most negative \_\_\_\_\_ of the Internet might be addiction to it.
4. Though the Internet has already revolutionized the way we live and work, these are \_\_\_\_\_ early days for the Internet.
5. A lot of \_\_\_\_\_ firms buy the time to advertise their goods.
6. Don't believe all the \_\_\_\_\_ you hear on TV.

**3. Read the text. Use the word given in capitals at the end of each line to form a word that fits in the space in the same line.**

In Britain there are 12 national (1) \_\_\_\_\_ newspapers and most people read one of (2) \_\_\_\_\_ every day. Daily newspapers are (3) \_\_\_\_\_ on every day of the week except Sunday. Sunday newspapers are (4) \_\_\_\_\_ than daily newspapers. All the Sunday newspapers are (5) \_\_\_\_\_. Most national newspapers in Britain express a (6) \_\_\_\_\_ opinion, most of them right-wing, and people (7) \_\_\_\_\_ the newspaper that they read according to (8) \_\_\_\_\_ own political (9) \_\_\_\_\_.

DAY  
THEY  
PUBLISH  
  
LARGE  
NATION  
POLITICS  
CHOICE  
THEY  
BELIEVE

**KEYS**

**Reading**

- Paragraph 1: The press...depends on.  
Paragraph 2: Millions...relaxation.  
Paragraph 3: There is...viewers.  
Paragraph 4: Some...violence.  
Paragraph 5: But...alone.

Paragraph	1	2	3	4	5
Heading	F	B	D	A	C

**Listening**

1 - f, 2 - t, 3 - t, 4 - f, 5 - f.

**Vocabulary**

- 1.1 - k, 2 - i, 3 - a, 4 - h, 5 - b, 6 - g, 7 - c, 8 - l, 9 - d, 10 - e, 11 - f, 12 - j.  
2. 1 - contemporary, 2 - affects, 3 - effect, 4 - still, 5 - commercial, 6 - gossip.

3. 1 – daily, 2 – them, 3 – published, 4 - larger, 5 – national, 6 – political, 7 – choose, 8– their, 9 – beliefs.

### Задания для проведения промежуточной аттестации

В случае применения в образовательном процессе дистанционных образовательных технологий используется ЭОР

<https://dis.ggtu.ru/enrol/index.php?id=736>

### Задания для проведения промежуточной аттестации

#### Вопросы к экзамену

1. Газетные жанры
2. Пресса англоязычных стран
3. Современные тенденции развития газетного рынка
4. Дифференциация видов новостного информирования в англоязычной прессе
5. Лексические особенности и способы подачи информации в англоязычной прессе
6. Газетные статьи
7. Особенности англоязычных таблоидов
8. Газетные заголовки
9. Языковые особенности английских газет
10. Неологизмы
11. Словообразование
12. Изменение значений слов
13. Заимствование из других языков
14. Газетные штампы
15. Семантические особенности газетной лексики
16. Грамматические особенности газетных текстов
17. Фразеологизмы
18. Функционально-стилистические особенности американизмов в британской прессе
19. Стилистически-сравнительный анализ англоязычной прессы
20. Стилистически-сравнительный анализ заголовков

**Схема соответствия типовых контрольных заданий и оцениваемых знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций:**

Формируемая компетенция	Показатели сформированности и компетенции	Типовые контрольные задания
ПК-1. Способен осваивать и использовать теоретические знания и практические умения и навыки в предметной области при решении профессиональных задач	ПК-1.1	Вопросы к экзамену Тестовое задание
	ПК-1.2	Презентация
	ПК-1.3	Практические задания