

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Институт иностранных языков
Кафедра иностранных языков гуманитарных факультетов

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института иностранных языков



Н.Н.Касаткина
22 мая 2024 г.

Рабочая программа дисциплины
«Англоязычные средства массовой информации»

Направление подготовки
45.03.01 Филология

Направленность (профиль)
«Зарубежная филология (английский язык и литература)»

Форма обучения
очная

Программа одобрена на заседании кафедры от «10» апреля 2024 года, протокол № 8	Программа одобрена НМК Института иностранных языков протокол № 8 от « 17 » апреля 2024 года
--	---

Ярославль

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Англоязычные средства массовой информации» являются:

- изучение публицистического стиля речи, лексических, семантических, прагматических и структурных характеристик речи англоязычных СМИ;
- развитие навыков сбора информации из англоязычных СМИ и ее интерпретации;
- развитие навыков комментирования, реферирования, составления обзоров англоязычных СМИ.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Англоязычные средства массовой информации» относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, и является дисциплиной по выбору.

Изучение данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки, полученные в курсе изучения дисциплин «Иностранный язык», «Практический курс английского языка», «Лингвострановедение» и в дальнейшем готовит к изучению таких дисциплин, как «Теория и практика перевода», «Лексикология английского языка», «Аннотирование и реферирование на английском языке», «Практикум по культуре речевого общения на английском языке», «Углубленный курс английского языка» и «Стилистика».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП бакалавриата

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ОП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
Профессиональные компетенции		
ПК-8 способен использовать базовые навыки создания на основе действующих нормативов и стандартных методик различных типов текстов	ПК-8.2 – создает на основе существующих методик тексты различных типов и жанров	Знать: особенности публицистического стиля речи, лексических, семантических, прагматических и структурных характеристик речи англоязычных СМИ Уметь: писать краткие сообщения в публицистическом стиле Владеть: лексикой печатных и аудиовизуальных СМИ
ПК-9 Способен использовать базовые навыки доработки и обработки (например, корректура, редактирование, комментирование, реферирование, информационно-словарное описание) различных типов текстов, навыки сбора, мониторинга и предоставления информации	ПК-9.1 – имеет представление о словарях и справочниках в избранной сфере профессиональной деятельности, собирает и интерпретирует информацию из различных источников	Знать: основные печатные и аудиовизуальные СМИ англоязычных стран Уметь: собирать и интерпретировать информацию из различных источников Владеть: навыками поиска информации в сети Интернет.
	ПК-9.2 – комментирует, редактирует, корректирует и	Знать: основные принципы реферирования текстов Владеть: навыками редактирования тестов различной направленности

	реферирует различной направленности	тексты	Уметь: реферировать тексты СМИ на английском языке.
--	---	--------	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)					Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа					
			лекции	практические	консультации	аттестационные испытания	самостоятельная работа	
1	Основные виды СМИ. Печатные и аудиовизуальные СМИ. Общественные и частные СМИ.	5		4			4	медиа-дневник, тест
2	Пресса англоязычных стран. Важнейшие газеты Великобритании и США.	5		4	1		4	дискуссия, тест, практическое задание
3	Лексические, грамматические и стилистические особенности языка англоязычной прессы.	5		4			4	практическое задание
4	Радио и телевидение Великобритании.	5		4	1		4	подготовка сообщений и презентаций
5	Радио и телевидение США.	5		4			4	подготовка сообщений и презентаций
6	Интернет как СМИ.	5		4	1		4	анализ, реферирование и перевод текста
7	Ведущие СМИ Канады и Австралии.	5		4			4	подготовка сообщений и презентаций
8	Роль СМИ в жизни современной молодежи.	5		4	1		4	реферирование текста, эссе
						0,3	3,7	зачет
	Всего			32	4	0,3	35,7	

Содержание разделов дисциплины

1. Основные виды СМИ. Печатные и аудиовизуальные СМИ. Общественные и частные СМИ. Телевидение, Интернет, газеты, журналы как источники информации и их роль в современной жизни. Значение СМИ в политической жизни общества.
2. Пресса англоязычных стран. Важнейшие газеты Великобритании и США. Обзор актуальной прессы.

3. Лексические и грамматические особенности языка англоязычной прессы. Реалии. Неологизмы. Заимствования. Особенности грамматической структуры заголовка. Типичные грамматические конструкции.
4. Радио и телевидение Великобритании. Программы общественного телевидения. Программа передач. Обзор видеонюостей. Медиатека.
5. Радио и телевидение США. Программа передач. Обзор видеонюостей. Медиатека.
6. Интернет как СМИ. Отличие от традиционных источников информации. Проблема объективности.
7. Ведущие СМИ Канады и Австралии. Ведущие газеты и журналы. Радио и телевидение.
8. Роль СМИ в жизни современной молодежи. Роль печатных и аудиовизуальных СМИ. Интернет как важнейший источник информации. Социальные сети. Правила поведения в сети.

5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков и закреплению полученных на лекции знаний по предложенному алгоритму.

Консультации – вид учебных занятий, являющийся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов. На консультациях по просьбе студентов рассматриваются наиболее сложные моменты при освоении материала дисциплины, преподаватель отвечает на вопросы студентов, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

При проведении аудиторных занятий используются различные формы работы: фронтальная работа, работа в парах и малых группах. При изучении лексики и грамматики используются мини-презентации, лексические и грамматические игры. Большую роль в изучении дисциплины играет работа в сети Интернет (ознакомление с сайтами основных изданий немецкоязычной прессы, теле-и радиокompаний, развитие навыков поиска информации в сети Интернет на немецком языке и для изучающих немецкий язык). При этом могут использоваться различные виды проектной работы, например, веб-квесты.

6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office;
- Adobe Acrobat Reader.

7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

1. Автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT»
http://www.lib.uni-yar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php

2. Электронно-библиотечная система «Юрайт»<https://www.ura.it.ru/>

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник / А.Г. Киселёв. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6 <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28954503>
2. Россихина О.Г., Коколина Л.В. A camera with its shutter open. – М.: КНОРУС, 2012 - 15 экз.

б) дополнительная литература

1. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / Репринтное воспроизведение издания 1990 г. - М.: Альянс, 2013. - 253 с. - 10 экз.

в) ресурсы сети «Интернет»:

1. BBC Learning English. Режим доступа: -
<http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/>
2. Официальные сайты англоязычных СМИ

The BBC	http://www.bbc.co.uk/news/video_and_audio/
The Daily Mirror	http://www.mirror.co.uk
The Financial Times	http://www.ft.co.uk
The Guardian	http://www.guardian.co.uk
The Independent	http://www.independent.co.uk
The Observer	http://www.observer.co.uk
The Sunday Times	http://www.sundaytimes.co.uk
The Times	http://www.the-times.co.uk
The International Herald Tribune	http://www.iht.com
The Los Angeles Times	http://www.latimes.com
The New York Times	http://www.nytimes.com
The Wall Street Journal	http://www.wsj.com
The Washington Post	http://www.washingtonpost.com
CNN Interactive	http://www.cnn.com
The Economist	http://www.economist.com
Electronic Newsstand	http://www.eneews.com
Newsweek	http://www.newsweek.com
One World Magazine	http://www.envirolink.org
Cartoon Stock	http://www.cartoonstock.com
The Comic Strip	http://www.unitedmedia.com/comics

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;

- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Автор:

доцент кафедры иностранных языков
гуманитарных факультетов, кандидат
филологических наук

(должность, ученая степень)

Колтышева Е.Ю.

(Фамилия И.О.)

**Приложение №1 к рабочей программе дисциплины
«Англоязычные средства массовой информации»**

**Фонд оценочных средств
для проведения текущей и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине**

**1. Типовые контрольные задания и иные материалы,
используемые в процессе текущего контроля успеваемости**

Задания для самостоятельной работы / текущего контроля

(Данные задания могут выполняться студентом самостоятельно, в таком случае преподавателем в обязательном порядке не проверяются. Также данные задания могут использоваться преподавателем для текущего контроля сформированности –ПК-8 индикатор И-ПК-8_2, ПК-9 индикаторы И-ПК-9_1 и И-ПК-9_2)

Тема 1 «Основные виды СМИ. Печатные и аудиовизуальные СМИ. Общественные и частные СМИ»

Медиа-дневник:

Media Use Journal Assignment

1. Most people are unaware of just how much they use media. We think that it is important for people to have an awareness of the various types of media that inundate our culture and the degree to which we use those media. Thus, we want each student to keep a daily journal that records their use of the following media:

- Computer--online
- Computer--offline
- TV
- Newspapers/Magazines
- Radio
- Stereo/CD
- Books
- Telephone
- Other

For each day, keep a detailed record of how much time you spend using each different medium, and the purpose of the media use (e.g., talking to parents, playing music while studying, recreational TV, etc.). You need not include in your log the reading that you do for the assignments in this course.

This journal should be kept for a week. In addition to the daily logs, please write a one-page reflective essay that comments on what you learned about your media use by doing this assignment.

2. Then this assignment should be done with English language media only. One entry a week is expected. Different media sources should be used.

Тест:

1. British television production is sold...	A) in Great Britain only B) in European Union C) world-wide
2. What is the best way to make profit on reading newspapers in English?	A) to read out loud B) to read with someone

	C) to enjoy the process
3. Which newspaper won the British Press Award in 2014?	A) The Sun B) The Daily Mail C) The Guardian D) The Independent
4. Choose the “quality” newspaper:	A) The People B) The Times C) Daily Mirror
5. What’s the name of a unity of corporations which controls 90% of media in the USA?	A) “The Big Eight” B) “The Grand Five” C) “The Big Six”
6. In how many bands does the American radio broadcast?	A) four B) two C) five
7. Does the USA have a national newspaper?	A) yes B) no
8. Which magazine is famous for choosing the “Person of the Year”?	A) Time B) Newsweek C) World Report
9. Which type of newspapers isn’t usually distinguished in the USA?	A) “qualities” B) “mid-market” C) “tabloids”
10. What is the special colour of British tabloids?	A) white B) blue C) red

Тема 2 «Пресса англоязычных стран. Важнейшие газеты Великобритании и США»

Дискуссия:

1. Habits Questionnaire on Newspaper Reading

Answer the questions as fully as you can.

1. Do you read newspapers? Do you read them with a will or because you have to?
2. Do members of your family read the same newspaper as you?
3. How often do you read a newspaper? If you do not, what are the reasons for not reading them?
4. Is there a particular place and a particular time when you read the newspaper?
5. Do you ever talk to people about things you read in a newspaper?
6. Do you think it is important for people to read newspapers in the epoch of television and computers? Why?
7. Do you believe everything you read in the newspaper?
8. What do you do with a newspaper once you have read it?
9. How do you think reading English-language newspapers can help your language learning?
10. Do you think there are highbrow newspapers as there is high-brow literature?
11. Have you ever thought of journalism as a career? Why?
12. Do you think the journalist possesses special personal qualities? What are they if any (the ability to cut to the quick, have a clear/cool head and a kind heart, to be able to speak in private...)? Can a private person be a journalist?
13. Could you name any ethical dilemmas facing journalists?
14. Should journalists ever lie or use deceit in the pursuit of a story?
15. Is it legitimate to record a conversation and not inform the interviewee of this? How important is it for journalists to protect their sources?
16. Is it legitimate to invade someone’s privacy for a story? Is it right to apply different standards to public figures and to members of the general public?

17. To what extent should newspapers provide readers with the right to reply to inaccuracies?
18. Is it possible to use shocking photographs or obscene language?
19. Is check-book journalism justified?
20. Is the press really the fourth estate?

2.Quotations About Newspapers

Express your opinion on the following:

- A good newspaper is a nation talking to itself. (Arthur Miller)
- My motto is publish and be sued. (Richard Ingrams)
- Whenever I see a newspaper, I think of the poor trees. As trees they provide beauty, shade and shelter. But as paper all they provide is rubbish. (Elude Menuhin)
- The press is ferocious. It forgives nothing, it only hunts for mistakes. (Diana, Princess of Wales)
- When a dog bites a man, that is not news, it happens so often. But if a man bites a dog, that is news. (John B. Bogart)
- Whenever you find hundreds and thousands of sane people trying to get out of a place and a little bunch of madmen trying to get in, you know the latter are reporters. (H.R. Knickerbocker)
- Newspapermen ask you dumb questions. They look up at the sun and ask you if it is shining. (Sonny Liston)

Tectr:

Quality newspapers are also called	<ul style="list-style-type: none"> • “broadlists” • “tabloids” • “heavies” • “widelists”
Quality newspapers usually have	<ul style="list-style-type: none"> • objective, not emotional headlines • colourful headlines • more pictures than content • scandal news
What British newspaper is the most conservative?	<ul style="list-style-type: none"> • The Times • The Guardian • The Daily Telegraph • The Independent
What British newspaper has the biggest circulation?	<ul style="list-style-type: none"> • The Times • The Guardian • The Daily Telegraph • The Observer
What British liberal newspaper is known for campaigning support for education, medical reforms etc.?	<ul style="list-style-type: none"> • The Times • The Guardian • The Daily Telegraph • The Independent • The Observer
What British newspaper has not affiliated itself with any political party?	<ul style="list-style-type: none"> • The Times • The Guardian • The Daily Telegraph • The Independent • The Observer
What British newspaper is the world's oldest Sunday newspaper?	<ul style="list-style-type: none"> • The Times • The Guardian • The Daily Telegraph

	<ul style="list-style-type: none"> • The Independent • The Observer
What British newspaper is an establishment newspaper?	<ul style="list-style-type: none"> • The Times • The Guardian • The Daily Telegraph • The Independent • The Observer
What is the classic format for quality newspapers in Britain?	<ul style="list-style-type: none"> • full (broadsheet) • Berliner • Tabloid (compact)

Практическое задание:

Give an overview of a British or American newspaper.

Тема 3 «Лексические, грамматические и стилистические особенности языка англоязычной прессы»

Практическое задание:

Read the social advertisement published in a UK newspaper and do the tasks:

Today: Go for a long drive. Read your children a story. Surf the internet. Catch the barmaid's eye. Fly a kite. Go out bargain hunting. Decorate a room. Weave through a crowd. Whizz around the supermarket. Bid at an auction. Play hide and seek. Change a light bulb. Re-wire a plug. Enjoy an exhibition. Nip across a road and back. Light a barbecue. Give someone directions. Use a vending machine. Ride a bicycle. Fill out a lottery ticket. Put up shelving. Enjoy your favourite view. Follow a recipe. Take a frisbee to the park. Play bingo. Decide on a new hairstyle. Write a cheque. Put in a new Hoover bag. Prune your prize roses. Explore somewhere by train. Curl up with a good book. Re-arrange your living room. Flirt with a stranger. Put on a bit of make-up. Tell somebody you think they look nice. Lie under the stars.

Tomorrow: Over a hundred more people like you will start to lose their sight.

Helping you live with sight loss
0845 766 9999 www.rnib.org.uk

There are over 200.000 registered charities in the UK and they all need donations from the public to be able to survive. But with so many good causes competing for people's money, how can a charity get its message across and persuade us to help? In this advertisement, the RNIB (the Royal National Institute of the Blind) adopts a 'soft sell', almost conversational style.

1) Before you read, discuss the following.

What are your favourite charities? What sort of work do they do? How do they raise money from the public?

Glossary

- 1) weave: move like a snake or slalom skier
- 2) whizz: 90 really fast
- 3) hide and seek: a children's game in which one person hides and the others look for him or her
- 4) nip across: go quickly, go for a short time
- 5) curl up: lie down to make yourself comfortable and warm
- 6) catch someone's eye: get their attention

2) Complete the sentences using these words from the adverts.

a) You use a

vending	hoover	surf
weaved	kite	nip
	bid	bargain

_____ to clean carpets.

b) It's difficult to fly a _____ when the wind is very strong.

c) We've got a _____ machine at school that sells soft drinks and snacks.

d) The skier _____ her way down the mountain.

e) You can _____ the net looking for charity websites.

f) I got these lovely earrings at the market. They didn't cost much. They were a

_____ g) The team put in a _____ for the football player, but it was not enough money.

h) I'm just going to _____ out and get some milk.

3) Find one (or more) phrases in the RNIB advert that refer to...

a) travelling

_____ *go for a long drive*

b) using a computer

c) sports and hobbies

d) shopping

e) making changes to your home

f) trying to win money

g) food

h) flowers

i) reading

j) your appearance

4) Now discuss the following.

a) How does the language of the RNIB advert make you feel about the issue of blindness?

b) What would it be like to be blind?

c) Do you think it would be a good idea if everyone did a year's charity work or voluntary work after they leave school?

d) What are the most important charities in the world? What do they do? Do they really make a difference?

5) Your group have been asked to develop a newspaper advert for a local charity. Decide which charity you will be working for. Then consider the following.

a) Who will the advert be aimed at?

b) What style will you adopt? Will it be the 'soft sell' approach of the RNIB advert? Or will it be a 'hard sell' approach, using stronger or even shocking language to get your message across?

c) What message do you want to get across? Are you trying to raise money or raise awareness?

d) How can you grab the attention of the reader? Will you use a simple slogan or a longer text full of information?

Now write, design and draw the advert. Make some rough drafts, then do a final copy to show to the rest of the class. As you present your ad, explain the thinking behind it and ask for feedback.

Тема 4 «Радио и телевидение Великобритании»

Темы сообщений и презентаций:

1 Broadcast television providers

- Digital terrestrial television
- Cable television
- Satellite television

2 Internet video services

- Catch-up services
- Online video services for professionally-produced content

3 Channels and channel owners

- Viewing statistics
- Most viewed channels
- Most viewed channel groups
- British Broadcasting Corporation (BBC)
- Independent Television (ITV)
- Channel 4
- Viacom
- Local television in the United Kingdom
- Sky
- UKTV

4 Programming

- Greatest British Television Programmes
- Genre lists
- Greatest Kids' TV shows
- Terrestrial channel programming

5 Cultural impact

6 Awards

7 Regulation

8 Licensing

9 Production

10 History

- Timeline
- The rise of television in the UK
- History of satellite television

11 Genres and programming

12 Radio

Тема 5 «Радио и телевидение США»

Темы сообщений и презентаций:

1 Television channels and networks

- Broadcast television
- Major broadcast networks
- Other over-the-air commercial television
- Non-commercial television
- Cable and satellite television

2 The business of television

3 Programming

- News
- Game shows
- Soap operas
- Comedies and dramas
- Reality television
- Talk shows
- Children's programming
- Sports
- Imported programming

4 Regulation

5 History of American television

6 Radio

Тема 6 «Интернет как СМИ»

Текст для анализа, реферирования и перевода:

Modern Media Is a DoS Attack on Your Free Will

How the attention economy is subverting our decision-making and our democracy.

BY BRIAN GALLAGHER SEPTEMBER 21, 2017

It's not that James Williams, a doctoral candidate at the Oxford Internet Institute's Digital Ethics Lab (motto: "Every Bit as Good"), had a "God, what I have I done?" moment during his time at Google. But it did occur to him that something had gone awry.

Williams joined Google's Seattle office when it opened in 2006 and went on to win the company's highest honor, the Founder's Award, for his work developing advertising products and tools. Then, in 2012, he realized that these tools were actually making things harder for him. Modern technology platforms, he explained to me, were "reimposing these pre-Internet notions of advertising, where it's all about getting as much of people's time and attention as you can."

By 2011, he had followed his literary and politico-philosophical bent (he is a fan of George Orwell's *1984* and Aldous Huxley's *Brave New World*) to Oxford, while still working at Google's London office. In 2014, he co-founded Time Well Spent, a "movement to stop technology platforms from hijacking our minds," according to its website. Partnering with Moment, an app that tracks how much time you spend in other apps, Time Well Spent asked 200,000 people to rate the apps they used the most—after seeing the screen time it demanded of them. They found that, on average, the more time people spent in an app, the less happy they were with it. "Distraction wasn't just this minor annoyance. There was something deeper going on," he told me. "That's why I came over here to start my Ph.D. on that stuff."

Williams has most recently been in the media spot light for his essay, "Stand Out of Our Light: Freedom and Persuasion in the Attention Economy," which won the \$100,000 Nine Dots Prize and scored him a book deal with Cambridge University Press.

Nautilus caught up with Williams to discuss the subversive power of the modern attention economy.

How do the Internet and social media apps threaten democracy?

Democracy assumes a set of capacities: the capacity for deliberation, understanding different ideas, reasoned discourse. This grounds government authority, the will of the people. So one way to talk about the effects of these technologies is that they are a kind of a denial-of-service (DoS) attack on the human will. Our phones are the operating system for our life. They keep us looking and clicking. I think this wears down certain capacities, like willpower, by having us make more

decisions. A study showed that repeated distractions lower people's effective IQ by up to 10 points. It was over twice the IQ drop that you get from long-term marijuana usage. There are certainly epistemic issues as well. Fake news is part of this, but it's more about people having a totally different sense of reality, even within the same society or on the same street. It really makes it hard to achieve that common sense of what's at stake that is necessary for an effective democracy.

How have these technologies transformed news media?

What's happened is, really rapidly, we've undergone this tectonic shift, this inversion between information and attention. Most of the systems that we have in society—whether it's news, advertising, even our legal systems—still assume an environment of information scarcity. The First Amendment protects freedom of speech, but it doesn't necessarily protect freedom of attention. There wasn't really anything obstructing people's attention at the time it was written. Back in an information-scarce environment, the role of a newspaper was to bring you information—your problem was lacking it. Now it's the opposite. We have too much.

If you get distracted by the same thing in the same way every day, it adds up to a distracted week, distracted months.

How does that change the role of the newspaper?

The role of the newspaper now is to filter, and help you pay attention to, the things that matter. But if the business model is like advertising, and a good article is an article that gets the most clicks, you get things like click bait because those are the metrics that are aligned with the business model. When information becomes abundant, attention becomes scarce. Advertising has dragged everybody down, even the wealthiest organizations with noble missions, to competing on the terms of click bait. Every week there are these outrage cascades online. Outrage is a rewarding thing to us, because it fulfills a lot of these psychological needs we have. It could be used to help us move forward, but often, they're used to keep us clicking and scrolling and typing. One of the first books about web usability was actually called *Don't Make Me Think*. It's this idea of appealing to our impulsive selves, the automatic part of us, and not the considerate, rational part.

Tristan Harris, with whom you co-founded Time Well Spent, said tech steers the thoughts of 2 billion people with more influence than the world's religions or governments. Would you agree?

I think I would agree with that. I don't know any comparable governmental or religious mechanism that's anything comparable to the smart phone and social media, in the sense that people give so much attention to it, and it has such a frequency and duration of operation. I think it certainly intervenes at a lower level, closer to people's attention than governmental or religious systems. I think it's closer to being like a chemical, or a drug of some sort, than it is to being like a societal system. Snapchat has this thing called Snapstreak, for example, where it says, "Here's how many days in a row you've taken a snapshot photo with someone." You can brag to your friends how long you've gone. There's a ton of these kinds of methods and non-rational biases—social comparison is a huge one. There's a guy who wrote a book called *Hooked*, Nir Eyal, where he teaches designers how to pull a user into a system.

In your essay, you argue that the way these technologies indulge our impulsive selves breaks three kinds of attention necessary for democracy. What are they?

This is more a heuristic that I use. It's not a scientific argument. First, the "spotlight" of attention is how cognitive scientists tend to talk about perceptual attention. The things that are task-salient in my environment. How I select and interact with those, basically. Second, the "starlight." If the spotlight is about doing things, the starlight is *who I want to be*, not just what I want to do. It's like those goals that are valuable for their own sake, not because they're instrumental toward

some other goal. Also, over time, how we keep moving toward those, and how we keep seeing the connections between the tasks we're doing right now, and those higher-level or longer-term goals. Third, the "daylight." In the philosopher Harry Frankfurt's terms, it's wanting what you want to want—the domain of metacognition. Basically, if the "spotlight" and the "starlight" are about pursuing some goal, some end, some value, the "daylight" is about the capacities that enable us to discern and define what those goals, those ends, are to begin with.

It's easy to see how persuasive tech disrupts our "spotlight" of attention. But what about the other two?

I think one way, in general, is by the way it can create habits for us. If you get distracted by the same thing in the same way every day, it adds up to a distracted week, distracted months. Either by just force of repetition, or whatever, it has the effect of making us forget about those stars that we want to live by, or not reflect on them as much. We start taking lower level goals as having inherent value—essentially what pettiness as a phenomenon is. It's the idea of, if my team wins, it doesn't matter if the entire political climate becomes more toxic.

How are these technologies affecting our politics?

What we're seeing, at least across Western liberal democracies, is a pretty consistent move toward populist tendencies. It seems to me that the one thing that all these societies have in common is their major form of media. To me, that suggests that it's what they all have in common that is amplifying it. It's not new dynamics, but it's supercharged in ways that we've never been able to supercharge it in the past. It's hard for me to imagine that this sort of thing would be happening in the same way in the era of the telegraph or newspaper, even in television.

But wasn't radio criticized by print media for supercharging our anti-democratic tendencies back in the 1930s?

Radio was a huge factor in Hitler's rise to power. It's why he put one in every house. I think that's an interesting comparison. Marshall McLuhan, a Canadian media theorist, talked about this: He said, when a new technology comes out, and we still don't know how to wrap our heads around it, there's an initial period where our sensory ratios, our perception, is re-acclimating, a kind of a hypnosis moment. He makes the point that the hypnotic effect of Hitler's style of oratory was amplified by the hypnotic effect of this new media, which is a type of information overload in people's lives.

Choice is such a messy thing to dive deep into, because then you realize that nobody knows what it means to choose.

Don't we get used to new media technologies with time?

If you think about how long we had to come to terms with the dynamics of radio, the telephone, etc., it was almost one to two human generations. As electric media has advanced more and more, the time to reach 150 million users accelerates. I think radio was like 60-something years, maybe, or 70, and television was maybe like 30 or 40. Today, for technology, like an app, to reach 150 million users, it could be a matter of days. I think what happens is that we never actually get to that place of stability and mastery of technology. We're always in this learning curve of incompetence. We can use it well enough, but not so well that we can master it before the next thing comes along.

Isn't it our own fault that we're too easily distracted? Maybe we just need more self-discipline.

That kind of rhetoric implicitly grants the idea that it's okay for technology to be adversarial against us. The whole point of technology is to help us do what we want to do better. Why else would we have it? I think part of the open door that these industries have walked through is the fact that, when we adopt a new technology, we don't typically ask "What is it for?" If we were to

ask what a smartphone is for, it would almost be a ridiculous question. It's for whatever it can do now!

Does personal responsibility matter at all?

I don't think personal responsibility is unimportant. I think it's untenable as a solution to this problem. Even people who write about these issues day to day, even me—and I worked at Google for 10 years—need to remember the sheer volume and scale of resources that are going into getting us to look at one thing over another, click on one thing over another. This industry employs some of the smartest people, thousands of Ph.D. designers, statisticians, engineers. They go to work every day to get us to do this one thing, to undermine our willpower. It's not realistic to say you need to have more willpower. That's the very thing being undermined!

Do you think information technology is on our side?

To the extent that the goal of the design is just to capture and keep our attention, it's predominantly not on our side. If it's not even equipped to know what our goals are a lot of the time, I don't see how it can be. I think that kind of information exchange would be necessary for it to move in the right direction. One standard I use is GPS. If a GPS distracted us in physical space in the ways that other technologies distract us in informational space, no one would keep using that GPS.

How do we get persuasive tech to stop indulging our impulsive selves?

I think that there are a lot of things that need to happen at the level of business model, regulation, corporate company organizational design and operation, prioritization. I think that one of the most important things we can do in the near term is come up with good ways of talking about the nature of the problem, because I think it's harder to advocate for change without the right language. Sometimes it's talked about in terms of distraction or attention, but we tend to associate that with more immediate types of attention, not longer-term life effects.

How long will that take?

I don't think it will happen overnight, because a lot of it involves changing the way we talk about human nature and interaction. So much of the way we talk about it, especially in the U.S., is rooted in discussions of freedom of choice. My intuition, and this is just intuition, is the more we can get away from talking about it in terms of choice and start talking about it in terms of chance—which outcome was preferable and which actually happened—the better. Choice is such a messy thing to dive deep into, because then you realize that nobody knows what it means to choose.

What's one concrete thing companies could do now to stop subverting our attention?

I would just like to know what is the ultimate design goal of that site or that system that's shaping my behavior or thinking. What are they really designing my experience for? Companies will say that their goal is to make the world open and connected or whatever. These are lofty marketing claims. But if you were to actually look at the dashboards that they're designing, the high-level metrics they're designing for, you probably wouldn't see those things. You'd see other things, like frequency of use, time on site, this type of thing. If there was some way for the app to say, to the user, "Here's generally what this app wants from you, from an attentional point of view," that would be huge. It would probably be the primary way I would decide which apps I download and use.

Are you optimistic?

In terms of individuals working at these companies, I'm still heartened and optimistic, because everybody who's a designer or engineer is also a user at the end of the day. Nobody goes into design because they want to make life worse. The challenges, generally, are structural, whether

it's about the existing business models of companies or the way in which certain forms of corporate legal structures don't give people the space to balance some of these more petty, immediate goals with more noble kinds of things. It's hard to say, in terms of the longer-term of tech evolution, whether it will be optimistic or not. I'm hoping that there will be a point where, if we don't restrain things or turn the battleship around, we realize the unsustainability of it, from a business point of view but also in our own lives.

Brian Gallagher is the editor of Facts So Romantic, the Nautilus blog. Follow him on Twitter @briangallagher.

Тема 7 «Ведущие СМИ Канады и Австралии»

Темы сообщений и презентаций:

Media of Canada

- History
- Regulation
- Television
- Cable Television
- Radio
- Newspapers
- Motion pictures
- Magazines

Media of Australia

- History
- Regulation
- Television
- Cable Television
- Radio
- Newspapers
- Motion pictures
- Magazines

Тема 8 «Роль СМИ в жизни современной молодежи»

Текст для реферирования:

ANGELA OSWALT, MSW JUN 4, 2010

There are many benefits to be had from enabling children's access to modern media, including the Internet and the digital video, audio, and text formats that are part of the Internet.

Research Becomes Easier

Via media, children gain access to significant educational, creative, artistic, communication, and recreational opportunities that they would not otherwise have. For example, access to online books, pictures, blogs, documentary films and music enables kids to learn about different cultures around the world. Research information needed for completing school reports and projects; and answer to questions about science, history, math, or literature are generally easy to locate with the aid of a search engine like Google.

Schools generally recognize the importance of the Internet for student learning and encourage its use for research projects. In fact, once students reach middle school and high school, they are expected to use the Internet to find credible resources and data for school projects. Helping kids to know where to find credible information online has become an important skill for schools to teach.

Teaching and Learning Become Easier

Access to media makes it easier for kids to learn, and to become motivated to learn. For example, software programs are available that teach children how to become proficient touch-typists (an essential skill for the digital age). Innovative language exchange community websites such as Archive.org's Audio and Live Music Archive sections and ClassicCat.net, and streaming services like Pandora. Broadcast radio from around the globe is streamed through the Internet in every language imaginable, much of it freely available and cataloged nicely at RadioTime.com. Children may also benefit from watching video of performance art, including dance and theater, delivered on DVD's, recorded television programs, movies, or streamed through the web via sites like YouTube. Renting or borrowing a DVD or listening to music on the Internet is much cheaper than regularly buying tickets to concerts, plays, and recitals, and much more convenient as well, as performances of many fine arts only take place in larger cities. Through the Internet, children may join affinity communities which exist to promote various arts and through that medium, form relationships with other children interested in those arts.

There are also video games on the market, such as RockBand that allow players to pretend they are playing musical instruments or are dancing in front of a crowd. Children do not create music in these activities, but the subject matter of these games may end up promoting a later interest in creative activities.

Modern media can also help youth to create their own art. Inexpensive software programs such as Apple's Garage Band make it possible for a child's computer to become a multitrack recording studio. Similar tools are available for editing video, audio, and photographs. Today's youth can use these readily available tools to create original works of art and then use the Internet to publish their work on their personal webpage or on a community sharing site such as YouTube or Flickr. Youth who like to write poetry or stories may also choose to share their work with the larger public through similar specialty communities as well.

Тема эссе: «Media in your life».

Критерии оценивания форм текущего контроля успеваемости

Критерии оценки медиа-дневника

Оценка **«отлично»**: дневник заполнялся регулярно, ежедневно (всего не менее 11 записей), с указанием разнообразных СМИ, времени, потраченного на их использование и цели обращения к СМИ. В конце дневника представлено эссе не менее 1 страницы, обобщающее результаты наблюдений. В эссе использованы разнообразные лексические и синтаксические средства. Студент не допустил серьезных пунктуационных или орфографических ошибок (от 0 до 2 ошибок). Работа грамотно структурирована, логика изложения повествования четкая и не нарушается.

Оценка **«хорошо»**: дневник заполнялся регулярно (всего не менее 8 записей) с указанием СМИ, времени, потраченного на их использование и цели обращения к СМИ. В конце дневника представлено эссе объемом около 1 страницы, обобщающее результаты наблюдений. В эссе использованы лингвистические средства с некоторыми отклонениями от стиля, не мешающими пониманию текста. Студент допустил от 3 до 4 пунктуационных или орфографических ошибок. В структуре работы есть нарушения, нечеткое абзацное деление. Логика изложения местами нарушена.

Оценка **«удовлетворительно»**: дневник заполнялся нерегулярно (не менее 5 записей), с указанием не всех СМИ и времени, потраченного на их использование; недостаточно полно изложена цель обращения к СМИ. В конце дневника представлено эссе объемом менее 1 страницы. Лингвистические средства не отвечают поставленной задаче. Студент допустил более 5 орфографических или пунктуационных ошибок. Абзацное деление нарушено, вводные конструкции не употреблены. Отсутствует четкая аргументация.

Оценка **«неудовлетворительно»**: дневник не заполнялся вообще или имеет менее 5 записей. Цель обращения к СМИ не изложена или изложена неполно. Эссе не

представлено или имеет объем менее 0,5 страницы; в эссе допущено более 7 орфографических или пунктуационных ошибок. Абзацное деление нарушено, вводные конструкции не употреблены, аргументация отсутствует.

Критерии оценки теста

<i>оценка</i>	<i>% правильно выполненных заданий</i>
отлично	91-100 %
хорошо	70-90 %
удовлетворительно	51-69 %
неудовлетворительно	Менее 51 %

Критерии оценки дискуссии:

Критерии	Оценка
Коммуникативная задача решена полностью. Речь отчетливая, понятная, беглая. Активная лексика используется правильно и в полном объеме. Основные события и факты выявлены при чтении и восприятии речи на слух правильно. Высказывания логичны, соответствуют задаче. Выражено свое отношение к ситуации. Допустимы единичные ошибки, не препятствующие коммуникации.	5
Коммуникативная задача решена не полностью. Есть незначительные нарушения в выявлении фактов воспринимаемого материала. Речь понятная. Активная лексика используется в основном правильно. Высказывания в целом соответствуют ситуации. Допущен ряд грамматических, лексических или фонематических ошибок, не препятствующих коммуникации. Допустимо незначительное нарушение логики и паузы в высказываниях.	4
Коммуникативная задача решена частично. Высказывания содержат значительное количество ошибок и пауз, но соответствуют тематике. Активная лексика используется в ограниченном объеме. Логика нарушена.	3
Коммуникативная задача не решена. Реакции на реплики отсутствуют. Активная лексика не используется. Общение сводится к отдельным словам и словосочетаниям при большом количестве фонематических, лексических и грамматических ошибок. Много пауз, нет логики и связности.	2

Критерии оценки практического задания

Отлично:	Практическое задание выполнено верно и в полном объеме согласно предъявляемым требованиям, проведен правильный анализ, сделаны аргументированные выводы. Проявлен творческий подход и демонстрация рациональных способов решения конкретных задач. Дает ответы на дополнительные вопросы.
Хорошо:	Практическое задание выполнено верно и в полном объеме с пояснением всех действий. Произведен частичный анализ и (или) сделаны неверные выводы. Допущены недочеты при ответе на дополнительные вопросы.
Удовлетворительно:	Практическое задание выполнено не в полном объеме. Произведен частичный, недостаточно аргументированный анализ, сделаны недостаточно полные выводы. Допущены существенные ошибки, исправляемые с непосредственной помощью преподавателя.
Неудовлетворительно:	Практическое задание выполнено, но абсолютно неверно.

Критерии оценки сообщений и презентаций

Критерий	Оценка		
	5	4	3
Содержание презентации.	В презентации отражены все ключевые позиции работы, четко прослеживается структура, логичная последовательность изложения материала.	В презентации отражены все ключевые позиции работы, имеются небольшие неточности, не мешающие восприятию информации.	Нарушена логическая последовательность изложения материала, нечеткая структура.
Оформление презентации.	Оформление презентации лаконичное, текст удобно считывается.	В оформлении презентации есть нарушения (избыток текста, не очень удобная для чтения подача материала)	Оформление презентации мешает восприятию ее содержания.
Выступление	Речь отчетливая, понятная; разнообразный словарный запас; владение простыми и сложными грамматическими структурами. Допускаются 2-3 лексико-грамматические ошибки, не затрудняющие понимание	Речь понятная; достаточный словарный запас; владение простыми грамматическими структурами. Допускается не более 4-5 лексико-грамматических ошибок, не затрудняющих понимание	Речь не всегда понятная; скудный словарный запас; встречаются грамматические ошибки. Допускается не более 7 лексико-грамматических ошибок

Критерий оценки анализа и реферирования текста

В анализе и реферировании оценивается эффективность и грамотность передачи студентом содержания и информации исходного текста на иностранном языке. Оценивается умение выделить основную идею исходного текста и передать ее в краткой форме, для чего требуется умение проанализировать и переструктурировать предложения исходного текста. Ошибкой в реферировании считается искаженная или неправильно переданная информация, грубые нарушения норм иностранного языка, повлекшие за собой нарушение коммуникации. При оценивании реферирования учитываются построение реферата, его структура, языковые средства, а также соблюдение объема реферирования (объем вторичного текста составляет 20% от объема исходного текста).

Критерии	Оценка
Цели анализа, реферирования и коммуникации достигнуты в полной мере; допущено не более одной коммуникативно значимой ошибки, приведшей к недопониманию, а также не более трех коммуникативно незначимых ошибок. Реферирование текста осуществлено в полном объеме.	5
Цели анализа, реферирования и коммуникации достигнуты в общем; допущено не более двух-трех полных коммуникативно значимых ошибок и трех коммуникативно незначимых ошибок. Реферирование текста осуществлено в полном объеме	4
Главные цели анализа, реферирования и коммуникации достигнуты частично;	3

допущено не более пяти полных коммуникативно значимых ошибок пяти коммуникативно незначимых ошибок. Реферирование текста осуществлено в основном.	
Главные цели анализа, реферирования и коммуникации не достигнуты; допущено более пяти полных коммуникативно значимых ошибок и более шести коммуникативно незначимых ошибок.	2

Критерий оценки перевода

Критерии	Оценка
Выполнен полный и точный перевод. Допускается незначительная стилистическая погрешность, не влияющая на понимание текста. Стил и нормы родного языка не нарушены	5
Допускается одна-две фактических (смысловых) ошибки (в зависимости от степени искажения смысла) и одна - две стилистических погрешности, не влияющих на понимание текста. Нарушения норм родного языка незначительные	4
Перевод содержит 3 фактические ошибки, возможна частичная потеря информации. Нарушены нормы и стиль родного языка.	3
Перевод содержит 4 и более фактических ошибок. Нарушена полнота и адекватность перевода. Стил и нормы родного языка нарушены	2

Критерии оценки эссе

Критерий	Оценка		
	5	4	3
Лексические и синтаксические средства, адекватные научному стилю письменной речи.	Использованы адекватные лексические и синтаксические средства, характеризующие академический стиль письменной речи.	В использованных лингвистических средствах есть отклонения от стиля, не мешающие пониманию текста.	Лингвистические средства не отвечают поставленной задаче и не соответствуют академическому стилю письма.
Пунктуация и орфография	Студент не допустил серьезных пунктуационных или орфографических ошибок (от 0 до 2 ошибок).	Студент допустил от 3 до 4 пунктуационных или орфографических ошибок.	Студент допустил больше 5 орфографических или пунктуационных ошибок.
Структура работы. Логическая связь абзацев.	Работа грамотно структурирована, прослеживается четкая связь абзацных частей, маркированная вводными конструкциями.	В структуре работы есть нарушения, нечеткое абзацное деление.	Абзацное деление нарушено, вводные конструкции не употреблены.
Логика повествования.	Логика изложения повествования четкая и не нарушается. Прослеживается связь	Логика изложения местами нарушена.	Отсутствует четкая аргументация.

	между аргументами.		
--	--------------------	--	--

2. Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации

На зачете проверяется сформированность компетенций **ПК-8** способен использовать базовые навыки создания на основе действующих нормативов и стандартных методик различных типов текстов (**И-ПК-8_2** – создает на основе существующих методик тексты различных типов и жанров) и **ПК-9** Способен использовать базовые навыки доработки и обработки (например, корректура, редактирование, комментирование, реферирование, информационно-словарное описание) различных типов текстов, навыки сбора, мониторинга и предоставления информации (**И-ПК-9_1** – имеет представление о словарях и справочниках в избранной сфере профессиональной деятельности, собирает и интерпретирует информацию из различных источников, **И-ПК-9_2** – комментирует, редактирует, корректирует и реферировать тексты различной направленности)

Требования для получения зачета

Зачет может выставляется по текущей успеваемости, если соблюдены следующие условия:

1. Регулярное посещение занятий и подготовка к практическим занятиям
2. Выполнение всех тестов
3. Написание эссе
4. Подготовка материалов для изучающих английский язык

В случае невыполнения данных требований студент сдает зачет.

Каждый пункт зачетного задания оценивается отдельно. Оценка «зачтено» выставляется студенту, получившему положительную оценку (не менее «3») за каждый пункт выполненного задания.

Структура зачета:

1. Теоретический вопрос
 - 1.1. Основные виды СМИ
 - 1.2. Важнейшие газеты Великобритании
 - 1.3. Британское телевидение.
 - 1.4. Программы общественного телевидения.
 - 1.5. Интернет в изучении английского языка
 - 1.6. Ведущие СМИ Соединенных Штатов Америки
 - 1.7. СМИ в жизни молодежи

2. Перевод на русский язык, составление аннотации газетной статьи

Women in Charge

(1) In these days of upward mobility for women, even the woman who never dreamed she would have to develop management skills is discovering that she will need them as she moves up the career ladder. The woman who enters a large corporation with an M.B.A. or other business degree usually expects to become a manager; that is the aim of a business career. But the woman who becomes a nurse, a doctor, a lawyer, an editor, a journalist, a teacher, a factory worker, or a secretary rarely thinks that she will ever need managerial skills.

(2) Many of these women are finding, however, that as they enter their thirties and forties and the main growth stages of their careers, they are seeking or unexpectedly being thrust into managerial positions. They are becoming nursing supervisors or factory superintendents. They

are becoming heads of professional offices. They may have a secretary. They may supervise younger workers. They may have to hire and fire.

(3) Men usually slide into these roles with many fewer problems than women. Somehow, they find that they have always anticipated being in such positions and discover they already have many of the tools to handle them. For women, these roles often come as a complete surprise, a result they had not bargained for, had not prepared for — even when they had been bold enough to enter the labor field on a footing they hoped would be equal to that of men. Especially for the woman who has worked her way up from a menial job — the type that men are rarely required to take — the role of ordering someone else to do a task she knows firsthand to be boring or degrading can be uncomfortable.

(4) I was once responsible for leading a team of reporters and found myself experiencing some of these doubts. I was required to divide the coverage of our beat among members of the team. I also needed to collect from them their schedules for the following week, which I then was to combine into a lengthy note to be sent to editors. Not too difficult, really. But why did I sometimes feel that a nagging edge crept into my voice when I reminded the team members of their responsibilities? And why, when some did not fulfill their duties, did I try to cover up for them? Why was I lenient when some were late with their schedules, even when it meant I had to stay late? Worst of all, why did I giggle helplessly when one of my team members referred to me jokingly as the "beat matron"?

(5) Clearly, I was afraid of becoming a boss lady. I did not want to be thought of as a nag or a harsh schoolmistress. I tried joking when I should have been serious. Above all, I feared being labeled with those female stereotypes I abhor. Is there such a thing as a *male* nag or a *male* shrew? No. There are male bosses who are hated but respected. There are kind bosses and ineffectual bosses who are men. But a nagging boss? A scatterbrained boss? A boss with a heart of gold? That boss is likely to be female.

(6) Being in charge is more than a matter of title. It requires a stock of tools and a range of attitudes that do not always come as easily to women as to men — although they can be acquired.

Критерии оценивания устного ответа на зачете

Критерии	Оценка
Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Приводится исчерпывающее количество примеров. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых положений дисциплины.	5
Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Приводится достаточное количество примеров. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер.	4
Допускаются нарушения в последовательности изложения. Демонстрируются поверхностные знания вопроса. Имеются затруднения с приведением примеров и с выводами.	3
Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не подтверждается примерами и не представляет определенной системы знаний по дисциплине.	2

Критерии оценивания перевода с русского языка на иностранный

Критерии	Оценка
Выполнен полный и точный перевод. Допускаются незначительные погрешности, не влияющие на понимание текста.	5
Допускается одна-две фактические (смысловые) ошибки (в зависимости от степени искажения смысла) незначительные погрешности, не	4

влияющие на понимание текста.	
Перевод содержит 3-4 фактические ошибки, возможна частичная потеря информации.	3
Перевод содержит 5 и более фактических ошибок. Нарушена полнота и адекватность перевода.	2

Критерий оценки аннотирования

Критерии	Оценка
Цели аннотирования достигнуты в полной мере; допущено не более одной коммуникативно значимой ошибки, приведшей к недопониманию, а также не более двух коммуникативно незначимых ошибок.	5
Цели аннотирования достигнуты в общем; допущено не более двух коммуникативно значимых ошибок и трех коммуникативно незначимых ошибок.	4
Главные цели аннотирования частично; допущено не более трех коммуникативно значимых ошибок и четырех коммуникативно незначимых ошибок.	3
Главные цели аннотирования не достигнуты; допущено более четырех коммуникативно значимых ошибок и пяти коммуникативно незначимых ошибок.	2

Описание процедуры выставления оценки

Оценка «зачтено» выставляется студенту, у которого элементы компетенций ПК-8 и ПК-9 (полностью или частично формируемые данной дисциплиной) сформированы не ниже, чем на пороговом уровне.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, у которого элементы компетенций ПК-8 и ПК-9 (полностью или частично формируемые данной дисциплиной) сформированы ниже, чем на пороговом уровне.

Приложение №2 к рабочей программе дисциплины «Англоязычные средства массовой информации»

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

При освоении дисциплины помимо изучения материала учебников большую роль играет умение студентов работать с источниками информации на английском языке в сети Интернет.

В процессе изучения дисциплины необходимо осуществлять серьезную, систематическую и упорную работу, ожидая успеха лишь при регулярных занятиях; помнить, что самостоятельная работа – неотъемлемая часть освоения дисциплины, без которой аудиторная работа под руководством преподавателя будет менее эффективна; регулярно выполнять все устные и письменные задания преподавателя; для подготовки к занятиям использовать рекомендованные учебные пособия; проявлять уважение к своим преподавателям и поддерживать с ними деловой контакт, выполняя их советы и рекомендации; обращаться к преподавателю при возникновении любых вопросов и затруднений; уметь работать в команде в рамках выполнения коммуникативных, проектных и пр. заданий.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов по дисциплине

В качестве учебно-методического обеспечения СРС рекомендуется использовать литературу, указанную в разделе 8 настоящей программы.

Для самостоятельного подбора литературы в библиотеке ЯрГУ рекомендуется

1. Личный кабинет (http://lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_login.php) дает возможность получения on-line доступа к списку выданной в автоматизированном режиме литературы, просмотра и копирования электронных версий изданий сотрудников университета (учеб. и метод. пособия, тексты лекций и т.д.) Для работы в «Личном кабинете» необходимо зайти на сайт Научной библиотеки ЯрГУ с любой точки, имеющей доступ в Internet, в пункт меню «Электронный каталог»; пройти процедуру авторизации, выбрав вкладку «Авторизация», и заполнить представленные поля информации.

2. Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ (http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php) содержит более 2500 полных текстов учебных и учебно-методических материалов по основным изучаемым дисциплинам, изданных в университете. Доступ в сети университета, либо по логину/пароллю.

3. Электронная картотека «Книгообеспеченность» (http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_bookreq_find.php) раскрывает учебный фонд научной библиотеки ЯрГУ, предоставляет оперативную информацию о состоянии книгообеспеченности дисциплин основной и дополнительной литературой. Электронная картотека «Книгообеспеченность» доступна в сети университета и через Личный кабинет.