

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Филологический факультет

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Профессиональный иностранный язык

Кафедра иностранных языков для гуманитарных факультетов

Образовательная программа магистратуры

42.04.02 Журналистика

Направленность программы

Политическая журналистика

Форма обучения


очная


Статус дисциплины:

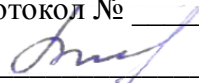
Входит в обязательную часть ОПОП


Махачкала, 2022

Рабочая программа по дисциплине «Профессиональный иностранный язык» составлена в 2022 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО – магистратура по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика. 26.11.2020 приказ № 1456.

Разработчик: кафедра иностранных языков для гуманитарных факультетов, Магомедова Адигат Нурахмагаджиевна, к.ф.н., доцент. 

Рабочая программа по дисциплине «Профессиональный иностранный язык» одобрена на заседании кафедры иностранных языков для гуманитарных факультетов от «16» 03.2022 г., протокол № 7
Зав. кафедрой, доцент  Байрамова Ж.А.

Рабочая программа по дисциплине (модулю) «Профессиональный иностранный язык» одобрена на заседании Методического совета филологического факультета от «__» _____ 2022 г. протокол № _____
Председатель, доцент  Горбанева А.Н.

Рабочая программа по дисциплине «Профессиональный иностранный язык» согласована с учебно-методическим управлением «__» _____ 2022 г.
Начальник УМУ, профессор  Гасангаджиева А.Г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Профессиональный иностранный язык» входит в обязательную часть образовательной программы магистратуры по направлению 42.04.02 Журналистика.

Дисциплина реализуется на факультете филологическом кафедрой иностранных языков для гуманитарных факультетов.

Курс обеспечивает словарный запас, необходимый учащимся в возможной будущей профессиональной деятельности, для делового общения с зарубежными партнерами, для работы с деловой корреспонденцией, документами, другими информационными материалами.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальные компетенции – УК-4, УК-5, общепрофессиональные – ОПК-1.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме – контрольная работа, тестирование, коллоквиум и пр. и промежуточный контроль в форме – зачёта, дифференцированного зачёта.

Объём дисциплины составляет 5 зачётных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий – 180 ч.

Очная форма

Семестр	Учебные занятия					Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе					
	Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем			СРС, в том числе экзамен	
		Всего	из них			
	Лабораторные занятия		Практические занятия			
1	108	18		18	90	
2	72	18		18	54	Зачет
Итого	180	36		36	144	

1. Цели освоения дисциплины

Основной целью дисциплины «Профессиональный иностранный язык» является развитие способности к самоорганизации, деловому и межкультурному общению.

Предлагаемый курс направлен на:

– овладение студентами необходимым уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных и профессионально-ориентированных задач в области академической и трудовой самореализации.

– формирование профессионально-коммуникативных компетенций в области практического использования иностранного языка в социально-культурном и профессиональном общении в ситуациях развития профессиональных контактов, связанных с презентацией СМИ, проведением пресс-конференций, ведением телефонных разговоров, написанием деловых писем, пресс-релизов, репортажей, подготовкой и участием в деловых встречах, переговорах, предполагающих предварительное редактирование и перевод профессиональных документов.

Задачи дисциплины:

– Способствовать достижению высокого уровня языковой компетенции в области профессиональных коммуникаций, что предполагает владение широким словарным запасом, использование широкого ряда языковых средств, синонимов, идиом, устойчивых словосочетаний, соблюдение грамматических, стилистических и произносительных норм иностранного языка.

– Развивать дискурсивную компетентность, формируя и совершенствуя навыки использования имеющихся знаний о языке в практике речевого общения, в том числе соответствующий выбор того или иного стиля или жанра высказывания в устной и письменной форме в соответствии с ситуацией общения для решения задач профессиональной деятельности.

– Расширить рамки социокультурной компетенции в области владения современными реалиями и особенностями культурного иноязычного пространства, и продвигать углубленное понимание дискурса на иностранном языке.

– Повышать уровень учебно-познавательной автономии, способности к самообразованию, саморазвитию и самореализации, совершенствовать рационально умение использовать все современные способы получения и презентации информации, включая мультимедийные и наряду с поисковыми системами сети Интернет на иностранном языке.

Английский язык в магистратуре изучается как прикладная дисциплина. Обучение языку проводится в связи с изучаемыми магистрантами основными и специальными дисциплинами, а также с учетом будущей профессиональной деятельности. Данная связь нашла отражение, как в структуре программы, так и подборе учебного материала. Учебный материал соответствует тематике основных и специальных курсов программы подготовки магистров. Это призвано обеспечить большую эффективность формирования и развития основных компетенций выпускника магистерской программы в рамках всех основных и специальных дисциплин. Обучение профессиональному переводу строится на документах и источниках, изучаемых в рамках параллельно преподаваемых правовых дисциплин.

Курс ориентирован на формирование у магистрантов системных (способность использовать теоретический язык знаний к анализу конкретных ситуаций; умение организовывать беседы, включая переговоры в многоязычной среде; способность к работе в международных организациях) и коммуникационных компетенций (получение, понимание и анализ информации профессионального характера; способность осуществлять перевод деловой беседы с использованием понятийного аппарата); перевод специальных текстов профессиональной направленности с русского языка на английский; использование иностранного языка как инструмента для профессионального развития; публичные выступления на профессиональные темы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина входит в обязательную часть образовательной программы магистратуры по направлению 42.04.02 Журналистика.

Изучение дисциплины «Профессиональный иностранный язык» основывается на знаниях, полученных слушателями при изучении курса «Иностранный язык» бакалавриата.

Знания, приобретенные навыки и умения, способности и компетенции, сформированные в курсе «Профессиональный иностранный язык» будут использованы при написании выпускной магистерской работы, при работе с аутентичными источниками профессиональной направленности.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)

3.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции выпускника	Результаты обучения	Дисциплины учебного плана
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке	УК-4.1. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке.	Знает: основные нормы современного русского языка. Умеет: выбирать стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства. Владет: навыками адаптировать речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия.	Устный опрос, эссе, проект, кейс, контрольная работа.
		УК-4.2. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке.	Знает: правила, основы, этикет деловой переписки. Умеет: пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями иностранного языка для ведения официальной и неофициальной переписки на иностранном языке. Владет: навыками создания на иностранном языке грамотных и логически непротиворечивых официальных и неофициальных писем.	
		УК-4.3. Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации.	Знает: способы представлять результаты своей деятельности в форме докладов, рефератов, презентаций и др. Умеет: представлять результаты своей деятельности, используя современные информационно-коммуникативные средства. Владет: опытом использования современных информационно-коммуникативных средств для представления результатов своей деятельности.	
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Анализирует современное состояние общества на основе знания истории.	Знает: основные закономерности исторического процесса. Умеет: учитывать исторические особенности в процессе профессионального взаимодействия в коллективе. Владет: навыками критического восприятия исторической информации.	Устный опрос, эссе, проект, кейс, контрольная работа.
		УК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний.	Знает: основные направления философии, этических учений. Умеет: эффективно осуществлять межкультурную и межличностную профессиональную коммуникацию в целях выполнения поставленных задач и усиления социальной интеграции. Владет: этическими нормами, касающимися социальных и культурных различий.	

		<p>УК-5.3. Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций.</p>	<p>Знает: основные направления мировых религий.</p> <p>Умеет: учитывать в коллективе социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе.</p> <p>Владет: - этическими нормами, касающимися социальных, конфессиональных и культурных различий; - навыками изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики.</p>	
--	--	--	--	--

3.2. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции выпускника	Результаты обучения	Дисциплины учебного плана
Логический анализ	<p>ОПК-1 Способен применять методы и приемы логического анализа, работать с научными текстами и содержащимися в них смысловыми конструкциями.</p>	<p>ОПК-1.1. Воспринимать взаимосвязано с контекстом и адекватно содержанию информацию, подаваемую в устной и письменной формах, объединять разрозненную информацию в рассуждениях и аргументации в единую и целостную картину действительности.</p>	<p>Знает: о нормах рационального рассуждения и аргументации и существующих в естественном языке.</p> <p>Умеет: дифференцировать нормы рационального рассуждения и аргументации, объективно существующие в естественном языке.</p> <p>Владет: навыками воспроизводства различий норм рационального рассуждения и существующих в естественном языке.</p>	Устный опрос, эссе, проект, кейс, собеседование, контрольная работа.
		<p>ОПК-1.2. Классифицировать уровни и методы профессиональной аргументации.</p>	<p>Знает: профессиональные средства анализа дедуктивного и индуктивного рассуждения и аргументации.</p> <p>Умеет: решать конкретные (профессиональные) задачи на основе воспроизведения логических и риторических средств анализа дедуктивного и индуктивного рассуждения и аргументации.</p> <p>Владет: навыками решения усложнённых нетипичных логически-аналитических и риторических задач на основе приобретённых знаний и умений.</p>	

		<p>ОПК-1.3. Применять навыки логического анализа и профессионального аргументирования в профессионально-общественной деятельности.</p>	<p>Знает: законы формализации высказываний, суждений и умозаключений, законы аргументации и ведения дискуссии в профессионально-общественной деятельности.</p> <p>Умеет: дифференцировать различные законы формализации высказываний и нормы рационального рассуждения и аргументации в профессионально-общественной деятельности.</p> <p>Владеет: навыками применения норм индукции дедукции, законов формализации и риторики при логическом анализе рассуждений и профессиональной аргументации в профессионально-общественной деятельности.</p>	
--	--	---	---	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

4.2. Структура дисциплины

Очная форма

п/п	по модулям	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа	
Модуль 1. Иностранный язык для журналистов							
1	Тема 1. What makes a good journalist?	1		2		10	Устный опрос, основы презентации, тестирование, академический перевод.
	Тема 2. The news-handling hierarchy.	1		4		20	
	Итого по модулю 1			6		30	
Модуль 2. Иностранный язык для журналистов							
2	Тема 3. The New York Times Newsroom Survey Responses.	1		2		10	Устный опрос, основы презентации, тестирование, академический перевод.
	Тема 4. How far can you trust citizen journalism on the Internet?	1		4		20	
	Итого по модулю 2			6		30	

Модуль 3. Иностранный язык для журналистов							
3	Тема 5. Reporting research: using evidence for effective journalism.	1		2		10	Устный опрос, основы презентации, тестирование, академический перевод.
	Тема 6. Report on ethics in journalism.	1		4		20	
	Итого по модулю 3			6		30	
Модуль 4. Иностранный язык для журналистов							
4	Тема 7. “In an interview there should be no escape”: Eight tips from Paxman on how to interview a politician	2		4		12	Устный опрос, основы презентации, тестирование, академический перевод
	Тема 8. Journalists Go Undercover to Report on Slavery: Unique Database of Investigative Journalism.	2		4		12	
	Итого по модулю 4			8		24	
Модуль 5. Иностранный язык для журналистов							
5	Тема 9. Should Journalists Have the Right to Be Wrong?			4		10	Зачет
	Тема 10. The Trust Factor			6		20	
	Итого по модулю 5			10		30	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Модуль 1. Иностранный язык для журналистов

ТЕМА 1. WHAT MAKES A GOOD JOURNALIST?

I. Translate the following text into Russian.

Many things. Even journalists will disagree on the order of importance of the qualities that go to make a good journalist. But they are all agreed that paramount in the make-up of a journalist is a deep and genuine interest in people – good people, bad people, famous people, humble people, rich people, poor people, old people, young people, Black people, White people – people of every type – everywhere. A person who has not this interest in other people will never make a good journalist. So, if you are not very interested in other people and think that most people are a bit of a nuisance and you prefer not to have anything more to do with them than is necessary, journalism is not for you.

Hand in hand with this interest in people, should go the qualities of sympathy (so that you can see the other side of an issue even if you disagree with the person who holds it), open-mindedness (so that you do not make a hasty ill-informed judgement) and an inquiring mind (so that you can really get to the bottom of the thing you are asking about). Last, but certainly not least, the journalist needs to have humility. That does not mean that he goes around like a Sunday school teacher! But it does mean that the man who thinks he is a pretty clever chap and does not mind the world knowing about it, will never make a good journalist. The journalist – certainly the reporter – spends most of his day talking or listening to other people, and none of us is very fond of the man who is a show-off, who thinks he knows it all.

So these are the basic qualities for a journalist, but the required qualifications are very different things.

Let us look at the qualifications a journalist needs. Obviously he must be well enough educated to be able to write fairly clearly in whatever language it is he hopes to work. The best journalists write simple, plain, direct English, generally preferring short words to long ones.

What about the rest of the educational qualifications for a journalist? Often it is the pupil who was fairly good at five or six subjects, and not brilliant at just one, who makes the best journalist. These sort of people seem rather better balanced, as it were, for the sort of life a journalist leads – often with a nose in half a dozen things in one day – than the specialist, who was so interested in, say, biology, that he never took much interest in history, geography, literature and other subjects.

But of course, nobody can say exactly what the best qualifications for a career in journalism are. They will vary enormously, according to the individual. There are plenty of highly successful journalists who

were generally at the bottom of the class when they were at school, while many a man with a university degree has failed to make any mark in journalism.

II. Give Russian equivalents for the following phrases.

To debate an issue furiously; responses and comments; a freelancer; to be a success; evergreen topics; web page views; a big seller; a financial obstacle; to delve into archives; everlasting; timeliness; to go bust.

III. Render the following text into English using the words and phrases given in the previous exercise.

КАКОГО ЦВЕТА УСПЕХ ВНЕШТАТНОГО ЖУРНАЛИСТА?

О том, чем измеряется успех статьи, можно спорить до хрипоты, до драки. Средний балл, количество откликов-комментариев, место в рейтинге, что там еще? – Ну да, количество просмотров и так далее. У наших коллег – зарубежных внештатных авторов – всё гораздо проще. Если они используют слова «успешная статья», «успешный автор», «успех», то в первую очередь это значит, что статья – продаваемая, автор пишет продаваемые статьи, а успех, стало быть, это просто-напросто факт продажи результатов творческих усилий. «Как твои успехи в журналистике?» – «Отлично, продал семь статей в «Time». Занавес.

Как прийти к этому успеху – ведь удастся же кому-то? Что знают эти «кто-то», каким владеют секретом и существует ли он, этот секрет? Существует. Перейдем к делу.

Если есть формула успеха для внештатного автора, то ее главный элемент – статьи на вечнозеленые темы. Вечно зеленые – значит в идеале актуальные для всех, всегда и везде. Полистайте любые популярные журналы, посмотрите, что публикуют в них из месяца в месяц, и вы увидите образцы вечнозеленых тем.

Можете быть уверены, что в большинстве женских изданий у вас с руками оторвут статьи о диетах, деньгах, здоровье, воспитании, об отношениях и оформлении интерьера. Допустим, из этого списка вам ближе всего последняя тема – оформление интерьера. Один – ноль в вашу пользу, потому что вы теперь ближе к успеху, чем тот, кто затеял написать о тушканчиках¹ Нечерноземья². Что дальше?

Дальше – пытаемся сделать вашу вечнозеленую тему более актуальной. Для такого превращения есть несколько приемов, и один из них – помещение ее в контекст приближающегося праздника. Увязка вечного с актуальным – один из самых удачных приемов в журналистике, да и не только в ней.

Следующий шаг: ныряем с головой в архив «Школы Жизни». Если вы собрались писать об оформлении интерьера к Рождеству, ищите декабрьские номера, чтобы посмотреть, какие статьи на эту тему журнал публиковал в прошлом году.

Итак, в декабрьских номерах находим... ну, допустим, статью об эффектном праздничном освещении комнаты электрическими гирляндами. Так как большинство читателей станут искать свежие решения, ваша задача – развить идеи старой статьи и предложить использовать свечи или подсказать, как добиться потрясающих эффектов праздничного оформления дома без огня и электричества. (Подсказка: если декабрьские номера исчерпали, как вам кажется, все возможные идеи рождественского декора, вы можете найти неожиданные решения... в летних публикациях.)

Что еще? «Школа Жизни» регулярно публикует статьи на вечнозеленую тему денег, а это значит, что вы, смело, можете сопровождать материал о праздничном оформлении интерьера советами, как не вылететь в трубу, украшая дом к Рождеству по вашим же рекомендациям. (Подсказка: если вы собрались писать для другого издания, посмотрите, есть ли в нем рубрика «Деньги» или статьи на тему сбережений, экономии средств и прочих финансовых закорючек, и если ничего похожего там не наблюдается, то включать этот элемент не надо.)

1 Тушканчик – англ. jerboa [dʒɜːˈbɔʊə].

2 Нечерноземье – англ. Non-Black Earth Zone.

Talking Points

IV. Discuss the following statements about journalism and journalists. Express your stance on the opinions propounded in each of the statements.

1. Journalism is a branch of marketing that organizes and exaggerates trivia.
2. There are tens of thousands of journalists whose lot is nothing more glamorous or heroic than discovering the most complete version of what happened in their areas and reporting it.
3. Journalists often trade in their credibility for a high salary or easy life. The great problem with assumptions is that most of them turn out to be correct; that is what makes them so dangerous and tempting.
4. Unless people read your story, you might as well be muttering it to yourself in a darkened room.
5. A little healthy, or even unhealthy, competition to be first is part of the reality – and – fun of the job.
6. Any reporter's job which does not involve daily reporting under expert supervision is likely to prove a career cul-de-sac.

V. Speak on the following topics.

A.

1. The heroic and everyday work of a reporter
2. The importance of a news sense and passion for precision
3. Ways and methods to get to the story
4. The danger of making assumptions and pretending to know the subject matter
5. Reporters' resourcefulness in pursuit of a good story
6. Prejudices in the job of a reporter
7. Valuable commodities of a reporter
8. The sense of urgency and beating the opposition
9. The efficiency of a reporter's work
10. Features of a fledgling reporter's work

B.

1. Personality is the most important factor in the job of a reporter. Do you agree? Why / Why not?
2. You have to be talented and apt by nature to make it as a good reporter. Do you agree? Why / Why not?
3. News stories today cannot be devoid of calculated dishonesty. Do you agree? Why / Why not?
4. What is more important and why, filing a good story or being first with the story?

Project Work

Look through the names of reporters below:

John Tyas, William Howard Russell, William Leng, Emily Crawford, Nellie Bly, W.T. Stead, Ida Tarbell, Emilie Marshall, John Reed, Roland Thomas, George Seldes, Ilya Ehrenburg, John Hersey, Wilfred Burchett, Alice Dunningan, Seymour Hersch, Karl Bernstein, Bob Woodward, Randy Shilts, Robert Fisk.

In what context does the author mention them? What are they famous for? What was heroic about their work?

Do research on the Internet and prepare a 5-minute statement to cover all these questions.

Writing

Write an essay of about 350 words on the topic "What makes a reporter outstanding?"

TEMA 2. THE NEWS-HANDLING HIERARCHY

I. Translate the following text into Russian.

At the top of the news-handling hierarchy in a newspaper is the managing editor (in news broadcasting, a news director). The managing editor supervises the work of various specialized editors who do the actual supervision of news personnel: city editor, wire editor (who is responsible for the choice and processing of material received from news agencies), sports and society editors. This supervisor gives the reporters under his direction their daily assignments, generally with a rough indication of the length desired, and passes judgement on the stories when they come in; he may order them rewritten, discard them

altogether, or accept them. The processing of this copy is done on “the desk” by copy editors, who cut, correct for style and mechanics if necessary, and write headlines. Large daily news-papers also have rewrite men on the desk; these are writers who take material over the telephone from reporters and then write the actual stories.

There are, then, three discrete roles: that of news gatherer-writer, that of copy editor and head-line writer, and that of supervisor. This tight triumvirate represents the basic news-handling process in daily and weekly newspapers; in weekly news magazines; and, generally in simpler form, in broadcast journalism. In almost every setting it functions under demanding conditions: close personal relationships with constant interaction; continual decision making; constant pressure of time which hinders careful consideration and revision. Journalists other than these basic news handlers – editorial writers, columnists, and various feature specialists – often work under less stringent demands of time and sometimes in simpler hierarchies, but the essential dimensions of their roles are the same.

The newsman’s opportunity for upward mobility within the news business is limited. There is an ancient saw in the newspaper field that deskmen are old reporters whose feet have given out; many men on the desk did begin as reporters. Supervisory editors – again, within the news-handling triumvirate – almost invariably have been either reporters or desk-men and in many cases have had experience as both. There is some evidence that this structure does tend to reward ability, that is, that supervisory personnel rank higher on standard tests which would seem to measure competence. The most significant measure of mobility, however, is not the process of internal promotion but the tendency to move into other kinds of work. Studies of the American newspaper field repeatedly have indicated a tendency to work in the field for a relatively short time and then move on to other activities. The median age of editorial personnel in American newspapers is apparently somewhere around 35. A study of nonmetropolitan newspapers indicated that more than 70 per cent of news-handling personnel had been on their jobs for less than five years. It has been estimated that one of every three newspapermen in their thirties who are now on the job will leave it.

Why do newsmen leave the field? Investigation tends to show a predictable cluster of complaints: low pay, unsatisfactory conditions of work (for reporters on small newspapers and broadcasting operations, in particular, hours are often long and irregular), and boredom with routine.

The structure of institutionalized mass communications in the United States and the role of the individual in it also affect the satisfaction the newsman finds in his job. In many ways the characteristic internal organization of the news business conforms to the standard sociological descriptions of bureaucracy. A premium is put upon the organization’s technical efficiency, with great emphasis upon accuracy, speed, continuity, and sharply defined lines of authority with control from the top. There is little time for experimentation; responses must be predictable; the basic learning of the first few weeks on the job is the establishment of such responses. From the individual’s point of view, the most significant effect of bureaucracy is, of course, its tendency to capture the people in it and substitute its own structure for individual creativity or the coherent pursuit of values. The profession of journalism in the United States is particularly vulnerable to this kind of classification.

II. Give Russian equivalents for the following phrases.

A matter of decision-making; an insurmountable obstacle; organizational and creative routines; editorial office; not unimportant; slanting and inaccurate coverage; to offer loose interpretations; to call for haphazard or even lethal activity; loosely speaking; freedom of political expression and creative endeavor; to monitor closely; abuse of press freedom.

III. Render the following text into English using the words and phrases from the previous exercise.

СВОБОДА ПЕЧАТИ И ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Определяя характер профессиональной деятельности на основе своей социальной позиции, выбирая или создавая издание (программу) определённой идейно-творческой направленности, журналист неизбежно, так или иначе, решает проблему свободы своей деятельности. Вопрос о свободе принятия и реализации того или иного решения в журналистике, как и в любой другой сфере деятельности, чрезвычайно сложен. Сложен даже, в том случае, если журналисту кажется, что свобода – это возможность делать то, что ему хочется, и так, как хочется. Ведь попытки реализовать понятую так свободу деятельности сразу же наталкиваются на множество, притом часто непреодолимых, препятствий самого разного характера. Тут и юридические, и этические «ограничения», и «препятствия» со стороны физических возможностей (нельзя, например,

присутствовать одновременно на двух пресс-конференциях), и необходимость подчиняться организационно-творческим порядкам в редакции. Немаловажны и трудности создания произведения, должное содержание которого превышает возможности компетентности журналиста, а желаемый уровень – степень его способностей.

Менее значимым кажется вопрос о разноречиях в сообщении фактов, их интерпретации, оценках и выводах, призывах и рекомендациях. Ведь считается, что в этом и проявляется творческая свобода. Но и здесь есть рамки, так как возникают вопросы: можно ли сообщать неточные или тенденциозно отобранные факты, произвольно объяснять их, призывать к действиям с непредсказуемыми, а может быть, и гибельными последствиями. Грубо говоря, свободен ли журналист «чёрное» назвать «белым» и наоборот?

Вопросы трудные, но это и заставляет серьёзно отнестись к проблеме свободы. При этом стоит иметь в виду, что проблема свободы печати возникла с возникновением самой печати, и споры о сущности понятия «свобода печати», как и борьба журналистов за свободное осуществление своих политических идей и творческих намерений, идут постоянно в течение столетий. И на любом этапе общественного развития та или иная социальная сила (и представляющая её журналистика) неизменно требует максимума свободы для себя и резко реагирует на всякое реальное или кажущееся ущемление «своей» свободы. И в то же время тщательно отслеживается деятельность СМИ и журналистов иных позиций в стремлении обнаружить свидетельства злоупотребления свободой печати.

Всё это говорит о том, что проблема свободы печати и журналистской деятельности является одной из важнейших как в теоретическом, так и в практическом плане. Стремление к свободе – неотъемлемое право каждого журналиста, и вопрос только в том, как его понять и реализовать.

Talking Points

IV. Comment on the following statements about the limitations of journalism. Express your stance on the opinions propounded in each of the statements.

1. The quality and nature of paper's journalism is shaped by the owner's priorities, the prevailing journalistic culture and what readers' values are perceived to be.

2. Promotion of the views of those who control newspapers' purse strings, exclusion of opposing ones, slanting coverage to fit a point of view or commercial interests and pursuing personal vendettas are major themes of press history.

3. Nowadays owners are far more likely to be a corporation and their propaganda requirements are likely to be confined to supporting a known political party, stroking politicians able to favour them or kicking those who can't and urging stories that aid and abet their business interests.

4. Sleight of hand with the facts and judiciously selecting information that is then presented out of its true setting is often copied, albeit in a milder form, throughout journalism.

5. There is something almost totalitarian about the widespread insistence on *journalese*.

6. On mass-market papers editors are determined to have stories of certain types – light, frothy ones or breathless, dramatic ones.

7. Journalists, executives and owners have a highly personalized idea of what readers want, or what they think they ought to want.

8. The website's league table of "Most Read" stories is a reliable guide to what should be going in the paper.

9. Editors are often under enormous pressure from the commercial side of the paper to run features on certain subjects because it is known, or anticipated, that this will generate advertising.

V. Speak on the following topics.

Limitations to good journalism created by:

- individual owners of newspapers
- corporate proprietors of newspapers
- journalistic culture
- readers' values
- advertisers

Project Work

Where are the following personalities mentioned in the chapter?

William Randolph Hearst, Louella Parsons, Ariel Vargas, Frederic Remington, Colonel Robert McCormick, James Gordon Bennett Junior, William Shirer, James Gordon Bennett Senior, Henry Morton Stanley, David Livingstone.

Who are these people and what are they famous for? How do situations they were involved in help the author illustrate his point of view?

Do research on the Internet and prepare a 5-minute talk to cover all these questions.

Writing

Write an essay of about 350 words in which you will answer the question “What is the most important limitation to good journalism and why?”

TEMA 3. THE NEW YORK TIMES NEWSROOM SURVEY RESPONSES

I. Translate the following article into Russian.

Last summer *The New York Times* conducted a newsroom survey asking what the newsroom of the future should look like. Nearly 200 people responded. The following is a compilation of responses that represents some of the strongest themes.

Reporting and writing

There was a broad consensus throughout the responses that we are doing too many dutiful 800-word stories and that we should do less coverage of incremental news. Many people said we should do more profiles, investigations and long-form narratives, as well as quick explainers, lists and live blogs. Quite a few editors said they would like to write occasionally, and several reporters said they would appreciate a player-coach model.

Editing

Reporters said they wanted more helpful interaction with their editors at the outset; less editing in the middle; and more attention to presentation and promotion. There was much frustration about stories being held because of print considerations. Several editors and reporters said they would like to see a copy editing process that was more responsive to the complexity of the story and the urgency of the news.

Conversational tone

There was quite a bit of ambivalence about changing the tone or sensibility of writing. Some were eager to try new voice and forms but weren't quite sure how. Others said they were stymied by the backfield or copy desk when they tried. Others still felt we should be very cautious about making any such changes.

Newsroom organization

There was wide agreement that separating print production is crucial to fostering change in the newsroom. There was little consensus, however, on structure. Lack of collaboration among the desks was a top complaint. Several people advocated for less rigid lines between being an editor and reporter.

Hiring, training and development

Several respondents said they were frustrated by a lack of transparency in the hiring process, as well as a lack of diversity (in race, gender and experience) in top positions. Some said they had received little or no training in their years at *The Times* and saw too few opportunities for career development.

II. Give Russian equivalents for the following phrases.

To compete for audience attention; an average citizen; broadcast one's content to a dispersed audience; beneficiary of the user content; to command audience attention; lift a veil of informational noise; to get immediate feedback; newsfeed; the news agenda; to pose a threat to the society.

III. Render the following text into English using the words and phrases from the previous exercise.

КАК НОВЫЕ МЕДИА ИЗМЕНИЛИ ЖУРНАЛИСТИКУ?

Каждые сутки профессиональные медиа производят сотни часов видео- и текстового контента. При этом зритель смотрит телевизор приблизительно 5 часов в сутки. Контента стало значительно больше, чем человек гипотетически может потребить за всю свою жизнь. За внимание аудитории к материалам борются не только медиа, но и коммерческие бренды, а главное, социальные сети.

В 2014 среднестатистический гражданин РФ тратил 4 часа на ТВ, почти 3 часа на радио, 1,5 часа на интернет и около 10 минут на чтение журналов и газет.

В XXI веке интернет обеспечил новый уровень доступа к знаниям, накопленным человечеством за всю историю, а массмедиа потеряли монополию на распространение контента. Любой пользователь социальной сети может теперь производить и мгновенно транслировать свои материалы на широкую аудиторию, быть не только автором, но и издателем.

Нюанс в том, что главными выгодополучателями от пользовательского контента стали не медиа, а социальные сети, которые дали пользователям возможность вещать на широкую аудиторию и получать быструю и понятную обратную связь в виде «лайков», «ретвитов» и комментариев.

Сегодня пользовательский контент, опубликованный в соцсетях, соревнуется в оперативности с материалами профессиональных медиа. Пользователь не всегда еще выигрывает, но создает плотную завесу информационного шума. Прорваться сквозь нее и завладеть вниманием аудитории становится все труднее.

Пришедший из соцсети со своей персонифицированной ленты, читатель становится требовательнее к предлагаемому контенту. Решение закрыть окно или продолжить чтение принимается сразу после входа на страницу материала. Пользователь стремительно покидает ресурс, едва ознакомившись с содержанием. Потребление информации стало фрагментарным.

Увлечшись производством развлекательного контента, который привлекает непритязательного читателя, можно потерять лояльную аудиторию. Медиа с большим рвением гонятся за показателями посещаемости (growthhack), забывая о ценности материала. Мы кликаем на «тизеры», которые цепляют заголовком или иллюстрацией, но за яркой оберткой часто скрывается пустышка. Количество контента, как и плагиата, растет в геометрической прогрессии, и читатель усваивает понятие digital detox. Скоро аудитория задастся вопросом: зачем нам вообще медиа, если мы сами способны производить контент подобного качества.

Персонализированные ленты и падающий трафик на главные страницы изданий приводят не только к выгоранию читательского интереса. Человек оказывается вне новостной повестки дня. Такая ограниченная информированность несет серьезную угрозу обществу, но она же открывает возможности для медиа, которые готовы заниматься фильтрацией и толкованием, предлагая читателю целостную картину мира.

В таких условиях важными компетенциями журналиста, пишущего для интернет-издания, становятся навыки поиска информации, ее фильтрации и толкования, проверки фактов, умелой подачи материала и оценки медиапотребления созданного продукта.

Talking Points

IV. Discuss the following statements about news and its value. Express your stance on the opinions propounded in each of the statements.

1. A newspaper's role is to find out fresh information on matters of public interest and to relay it as quickly and as accurately as possible to readers in an honest and balanced way. That's it.
2. Comment is not news. Information is.
3. News, unlike wine, does not improve with keeping.
4. Almost everyone has a comment, be it interesting or not, and very few have new information. The one is a commonplace, the other is a thing of scarcity and hence value.
5. There is no escaping subjectivity in judging news stories.
6. A journalist should use their knowledge of readers to inform your judgements in general and not to influence them incessantly in a detailed way.
7. It is part of the journalists' mission to debunk popular myths and to challenge comfortable assumptions.

V. Speak on the following topics.

- ❖ The definition of "news".

- ❖ News value factors: subject; news fashion; development; source; knowledge and timing; readers; context.
- ❖ A sliding scale for stories.
- ❖ The relation between beauty and news values.

Project Work

Do the following research tasks (look up the necessary information online or else- where). Be ready to present your findings as a report:

1. Review the sections News Values, News Value Factors, Source and Context in the book. Then think of an example when the value of one and the same news story can be radically different depending on (a) the source of the information; (b) the context.
2. Review the section Time in the book. Then find a real-life case when a delay between an event and its media coverage increased the news value instead of diminishing it.
3. Review the section Beauty and news values in the book. Then do some research to find a case when truth was compromised by the journalists and/or the editor for the sake of beauty. Did subjectivity do any real damage in that case? If yes, how could it be remedied?

Writing

Write an essay of about 350 words on the topic “What is the most important news value?”

TEMA 4. HOW FAR CAN YOU TRUST CITIZEN JOURNALISM ON THE INTERNET?

I. Translate the following article into Russian.

As the *BBC* reports that it can receive up to 10,000 pieces of user-generated content on a single day, Vicky Baker looks at the increasing need for verification and how propaganda and hoaxes have become more prevalent.

“Mosul church survived 1,800 years but couldn’t survive Isis,” tweeted the head of *Human Rights Watch*, Kenneth Roth, sharing a now-deleted photo of a church in flames – purportedly in Iraq. The image had come from a seemingly reputable news source, and, with IS’s assaults on Christians well known, it seemed legitimate – but there was more to it than a quick glance in a Twitter timeline would show.

Internet sleuths quickly debunked it by doing a simple Google “reverse image search” – a tool that enables users to see if the same image has been used anywhere on the web before. It turned out it had: in Egypt, one year prior. By this time, it was too late for the *Atlantic*, *the Independent* and *the Times* of India, who had all run the story. Once the mistake came to light, many outlets retracted the item.

Google’s reverse image search is one of the most basic verification techniques around and would have been a good first step. *The Guardian* does it for every image sent in to its user-sourced *Guardian Witness* platform (it gets round possible copyright infringements too).

Citizen journalism has come full circle. It came on to the scene as a threat to journalists, a way to replace newsgatherers with something more “authentic”. Now we are reliant on professionals again, and the teams of specialists who are working behind the scenes at major news organizations to sift out deception, propaganda and mistakes.

“There are hoaxers now, trying to trip you up,” Chris Hamilton, social media editor for *BBC News*, told *Index on Censorship* magazine. “*We’ve seen events staged with online media coverage in mind.*”

“There’s been evolution in the industry,” says Fergus Bell, formerly international social media and User-generated content (*UGC*) editor for *Associated Press*, and now working for Canada’s company that creates platforms to ease social media curation and verification. “Before, social media desks didn’t have very much visibility in the newsroom. People didn’t understand what they were doing, but now *UGC* can make or break a story, or it is the story.”

Meanwhile, the traps are getting increasingly elaborate. In September 2014, there was a short burst of *Twitter* activity after hoaxers tried to spread news of an imaginary Isis attack on a chemical plant in *Centerville, Louisiana*. Multiple *Twitter*, *Facebook* and *Wikipedia* identities were created over more than a month. Then when the moment hit, news stories appeared – from pieces on an imaginary media outlet called

Louisiana News to a fake *CNN* screen shot. But ultimately, despite all the efforts, the hoaxers weren't quite clever enough. An attack in Louisiana didn't take long to disprove.

But it's not just the professionals and experts that need to be on high alert, users also need to become more sceptical. Just because a tweet is geotagged (i.e. with a place and date stamp), it doesn't mean the sender was on the spot or could be a credible witness. Google algorithms are also fallible. At the moment, when you type "*Syria hero boy*" into *Google*, the well-known hoax story of a boy saving a girl from gunfire appears first as an original news piece, before the debunk.

Google has recently announced new plans to rank pages by trustworthiness, using a model that will count incorrect information in a story. It believes to have determined what is true and what is not based on a huge vault of facts that it has been collating by trawling online content with bots. "Facts the web unanimously agrees on are considered a reasonable proxy for truth," reported *the New Scientist*. This is an interesting next step, although will clearly bring its own problems.

And so the circle keeps on turning. *UGC* has given way to a pressing need for keen eyesight and human verification, but the next step could be handed over to the bots, be they Russian hoaxers or *Google* fact hunters.

II. Give the Russian equivalents of the following phrases:

Be on the same wavelength with sb; information overload; to be fraught with fake news; to distort information; to verify information; to do fact-checking; a slip-up; a minor inaccuracy; to hear smth on the grapevine; to pass smth off as smth else.

III. Render the following text into English using the words and phrases from the previous exercise:

ПОИСК И ПРОВЕРКА ИНФОРМАЦИИ

Сегодня СМИ потеряли монополию на производство и распространение контента, на оперативность тоже. Из *Twitter* и *Facebook* пользователь успевает узнать то, о чем ведущие информационные агентства напишут спустя время.

Таким образом, при оперативной работе с новостями журналисту нужно использовать инструменты мониторинга социальных сетей, сформировав список источников, которые соответствуют профилю издания. Аккаунт в *Twitter* или *Facebook* сегодня есть у всех СМИ, у большинства журналистов, министерств, ведомств, знаменитостей и политиков. Это позволит получать еще больше оперативной информации и всегда оставаться на одной волне с лидерами новостного поля.

От того, насколько хорошо журналист фильтрует собранную информацию, во многом зависит качество издания. Это умение необходимо в реалиях информационной перегруженности.

Интернет переполнен дезинформацией. Мы сталкиваемся с умышленной ложью, когда непроверенная информация выдается за факт, а достоверная утрируется или серьезно искажается. Задача журналиста – научиться распознавать подобные ситуации, проверять достоверность фактов и излагать их без искажений. «Сенсация» может мгновенно распространяться по интернет-изданиям во всем мире, и в спешке никто не проверит ее подлинность. Главный аргумент провинившихся редакторов: «Я опубликовал новость, потому что ее опубликовали *N*». Но ведь и там работают люди, а значит, никто не застрахован от ошибки. Читатели и коллеги по цеху долго помнят такие оплошности. Незначительная неточность может принести изданию значительный репутационный ущерб.

Журналист обязан подвергать сомнению все, что видит. Только так он сможет отличить выдумку от действительности.

Основные правила, которые помогут избежать ошибок:

- найти первоисточник информации или альтернативный источник, подтверждающий проверяемый факт;
- использовать средства верификации при работе с пользовательским контентом и социальными сетями.

Социальные сети помогают не только в поиске информации, но и в проверке фактов. Это феномен «тысячи глаз»: практически ни одно событие, будь то праздник или катастрофа, митинг или карнавал, не обойдется без участия «гражданских журналистов» – обычных людей со смартфонами, которые фиксируют происходящее и публикуют новости в соцсети. Стал случайным свидетелем аварии? Присутствовал на важной церемонии? Все – в соцсеть!

Пользовательский контент, безусловно, нуждается в проверке на подлинность, но он же и помогает выявить «фактоиды» и «копипасты».

С другой стороны, если имеется единственная фотография или видеозапись, якобы подтверждающая событие, снова должно возникнуть сомнение. Свидетелей много, а фотография только одна? Есть риск столкнуться с ошибкой, подделкой, нечаянной или намеренной ложью.

Первым делом следует проверять подлинность аккаунта, на котором размещено фото или видео события, а также время и место создания фото или видео.

Первый и главный принцип работы с информацией, полученной от источника, – связь с ним для получения подробностей. В случае с Контентом, создаваемым пользователями³, начинать нужно с проверки профиля пользователя, установить, мог ли он быть автором материала. Для этого следует просмотреть ленту публикаций, страницы, на которые подписан пользователь.

Часто новостные фотографии или видео «заимствуются» из оригинального источника и вновь публикуются. Отсутствие прямой связи между источником и материалом свидетельствует о его не эксклюзивности и, возможно, подлоге.

3. Контент, создаваемый пользователями – англ. User Generated Content (UGC)

Talking Points

IV. Discuss the following statements about the sources of good stories. Express your stance on the opinions propounded in each of the statements.

1. Some of the best stories appear to come from nowhere. Journalists can do nothing to influence whether such stories exist; all we can do is produce the best-researched and written versions of them.
2. Determination is the biggest difference between the ordinary and the good reporter.
3. I've met a lot of lucky reporters. I've never known a single lazy lucky reporter.
4. The best reporters do not, unless they cannot possibly help it, arrive late and breathless to cover an event. They tend to arrive early and, if they have time, hang around afterwards.
5. Most non-journalists have no idea what makes a good news story.
6. Some of what the inexperienced thinks of as the mysterious instincts of good reporters are, in fact, quite straightforward calculations.
7. Good reporters must have a sincere interest in issues and the people involved in them.
8. Comedians and good journalists have a lot in common.
9. Most journalists think too narrowly when it comes to sources.

V. Speak on the following topics.

A.

- ❖ The habits of successful reporters
- ❖ Building up a list of useful contacts and potential sources
- ❖ Dealing with news editors
- ❖ Non-obvious sources a reporter may find useful
- ❖ Stories that good reporters should avoid

B.

- ❖ Journalists are not responsible for fake news stories. Do you agree? Why (not)?
- ❖ Journalists should never rely on luck when looking for a good story; they should make their own luck. Do you agree? Why (not)?
- ❖ There are no bad stories a reporter should avoid. There are bad reporters who cannot do anything with such stories. Do you agree? Why (not)?

Project Work

Do the following research tasks (look up the necessary information online or else- where). Be ready to present your findings as a report:

1. Find a real life example where what seemed to be a boring routine case turned into a brilliant (or even award-winning?) story owing to the journalist's determination and persistence.
2. The book tells us a memorable story of Maurice Fagence, who smuggled a cat under his coat into a bird show so that he could write a great article. Without the cat, that event would have hardly been newsworthy. Do you approve of what he did? Did he violate any unwritten rules of professional ethics?

What is the difference between finding an off-beat angle to a story and “creating a story” yourself out of nothing? Find another example when a journalist “created” his/her own story out of an otherwise unremarkable event.

3. Pick an issue of a quality newspaper of your choice (*The Economist*, *The Guardian*, *Financial Times*, *The New York Times*, etc.) and analyze the distribution of sources of its stories. Draw up a table and, if you can, provide statistics.

Writing

Write an essay of about 350 words where you will express your opinion on the question posed in the title of the chapter “Where Do Good Stories Come From?”

TEMA 5. REPORTING RESEARCH: USING EVIDENCE FOR EFFECTIVE JOURNALISM

I. Translate the following article into Russian.

By Zita Evangeline Campbell & Line Lotveit

Researchers working for universities, governments or private companies are doing vital investigation into issues – such as clean water, food security and sexual health – that directly affect the everyday life of people around the world. However they often communicate the results only to other researchers.

Research findings can create powerful stories for news and features that are directly relevant to audiences. This briefing offers support and ideas on using research to create debates and inform people of problems and possible solutions that can change or even save their lives.

What is development research?

Research asks questions and tests possible explanations and solutions using systems for detailed investigation and analysis. One important area of research seeks to produce evidence and new ideas on issues that affect the growth and development of countries or regions such as food security, economic growth and HIV/AIDS. It seeks to understand the reasons behind problems like poverty, exclusion, poor health, illiteracy and corruption.

The findings and recommendations of development research can inform and influence a country’s national development plans and policies, and inform the opinions and decisions of ordinary people. Typically, the ultimate aim of this research is to improve the position of the poorest in society and the poorer countries in the world.

Among those who carry out development research are:

- ❖ academics at universities
- ❖ researchers at research institutes
- ❖ postgraduate students (MPhil, PhD)
- ❖ international organizations and NGOs
- ❖ government institutions
- ❖ professionals who carry out evaluations
- ❖ public campaigners who gather data to support their cause
- ❖ transnational companies.

Why report research?

Development research is a rich resource which can be used to create exciting stories which have impact:

Research can provide vital information for audiences. For example, an article based on findings from an agricultural research project on a new seed variety can inform extension workers about how to improve the crop resilience, yield, and income of farmers. Research can provide the basis for effective reporting which promotes accountability. For example, Ugandan reporter Semuju Ibrahim used a research survey of 685 Ugandan women who nearly died in childbirth to tell the story of one woman’s near miss during the birth of her thirteenth child. He also interviewed government officials about the research recommendations for reducing maternal deaths and made their answers publicly available, helping to make them more accountable.

Research can draw in new audiences and provoke responses from policymakers. For example, a talk show broadcast by Radio Gold in Ghana drew on research to ask how far education in Ghana had

reduced poverty. The subject encouraged a new group of listeners – school pupils and students – to phone in. The resulting debate prompted a member of parliament to call on the government to fund educational reform.

Research can provide sound evidence and hard-hitting facts. For example, research into the working conditions for young women in wholesale shops in Jamaica revealed shopkeepers were in violation of labour laws and human rights agreements. The findings provided reliable material for a headline article on ‘Modern Day Slavery’. They also provided the basis for lively radio debates on women’s rights that drew in wide audiences.

Examples of development research questions include:

- What factors explain the rise in drug-resistant TB in India?
- What mix of crops is optimal for food security in Sierra Leone?
- What explains the failures of current policies to improve the living standards of the urban poor in Bangladesh?
- What is the relationship between land policy and human development indicators in Tanzania?
- What are the determinants and impact of migrant remittances in Colombia?

II. Give Russian equivalents for the following words and phrases.

Make it much easier for sb; people with expertise in different areas; travelling widely I burst my bubble to find so many people suffering; to be subjected to higher risk; intellectual satisfaction; outside hot spots.

III. Render the following text into English.

**КТО ТАКИЕ ФИКСЕРЫ И ПОЧЕМУ ИХ РАБОТА ВАЖНА ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ,
ОСВЕЩАЮЩИХ МЕЖДУНАРОДНЫЕ НОВОСТИ?**

Часто наиболее важными участниками международных репортерских проектов становятся люди, работа которых мало заметна: фиксеры.

«Фиксеры всегда нужны, если вы работаете в незнакомом месте», – говорит Джошуа Леонард, продюсер реалити-шоу, съемки которого проходят во многих странах. Он обращается к помощи фиксеров даже во время работы в англоговорящих странах – это очень упрощает задачу команды.

Фиксеры отличаются друг от друга, но в целом их задача – предоставлять местную информацию журналистам, рекламным компаниям и организациям, которым во время работы в зарубежных странах нужен переводчик, помощь в логистике, а иногда и в производственном процессе.

«У нас есть люди из академической среды, бывшие полицейские и члены правительства, люди, специализирующиеся в разных областях и обладающие разными ценными знаниями», – говорит Майк Гаррод, директор *World Fixer* – платформы, которая связывает клиентов и фиксеров по всему миру. Сейчас платформа насчитывает более 6 500 пользователей.

Афганский журналист и фиксер Хабиб Зохори отметил, что для его профессии необходимы не только знания второго языка. Очень важно, чтобы человек был хорошо знаком с местом – но настоящему хороший фиксер обладает хорошими связями.

«Если вы не знаете людей, вы не сможете добиться того, что нужно вашему иностранному коллеге, – сказал Зохори. – У меня хранится более 10 000 телефонных номеров, накопленных за многие годы. Иногда я звоню людям, с которыми не собираюсь проводить интервью, – просто чтобы построить с ними отношения».

Причины, по которым Зохори начал работать как переводчик для международной сети, были финансовыми, но вскоре он понял, что это очень интересная работа.

«Эта работа открыла мне многие двери, я многое узнал о мире, политике, о том, что происходит в Афганистане, – сказал он. – Я жил в Кабуле и не знал, что происходит в моей стране, но, начав путешествовать за пределами моего маленького пузыря, я увидел страдания людей – везде была война».

В зонах конфликтов фиксеры зачастую подвергаются большему риску, чем международные корреспонденты. Это вызывает вопросы о том, насколько важно для журналистов и СМИ нести ответственность за безопасность фиксеров, с которыми они работают, – а не гнаться только за амбициозными проектами.

«Стремясь добиться желаемого результата, иностранные журналисты, работающие в таких странах, не должны оказывать давление на фиксеров и водителей, – сказал Зохори. – Если фиксер

говорит, что что-то невозможно сделать, это значит, что есть угроза его жизни, – нужно с уважением относиться к таким ситуациям».

Другой вызывающий дискуссии вопрос: получают ли фиксеры, особенно те из них, кто работает в конфликтных зонах, достаточно упоминаний в журналистских материалах (и в подписях к ним) в благодарность за свою работу.

«Я думаю, что мы должны получать и интеллектуальное поощрение, – размышляет Зохори. – Это не только вопрос денег».

За пределами зон конфликтов услуги фиксеров начинают пользоваться большим спросом, когда международные СМИ отправляются в это место для освещения важных новостных событий, как это было в Бразилии во время летних Олимпийских игр 2016 года и Чемпионата мира по футболу 2014 года.

«Чем более нестабильна инфраструктура страны, тем выше потребность в услугах фиксеров, особенно в тех местах, где небезопасно находиться и где люди не говорят по-английски», – объясняет Карин Петти, одна из владельцев *Brazil Media Base* – компании, предоставляющей оборудование и услуги фиксеров иностранным медиа, работающим в Бразилии.

Даже вне зон боевых действий работа фиксеров сопряжена с трудностями.

«Профессия фиксера не гламурна и зачастую связана со многими часами тяжелой работы, – сказала Петти. – Вам приходится таскать сумки, планировать логистику, организовывать транспорт и бронировать жилье, а также иметь дело с такими непредвиденными обстоятельствами, как болезнь журналиста».

Talking Points

IV. Comment on the following statements. Express your point of view on the opinions propounded in each of the statements.

1. A common mistake in research is to ask the wrong person.
2. If you want quick, uncontroversial, factual information, go first to those who are paid to promote, or help the public with, the subject in question.
3. If there is a golden rule of successful research it is: never be afraid to ask.
4. There are journalists who think it is our job to dramatize everything, but a little reflection will tell you this is a fairly dumb route to take.
5. Collecting detail is crucial to good research.
6. On many occasions, sections of the report, or even the whole thing, can be hung on even the smallest detail.
7. You should therefore be as insatiable about collecting potential sources of information as you are about the information itself.

V. Speak on the following topics.

A.

1. The importance of good research for a news story
2. Modern and old-fashioned means of research
3. Fixers or helping correspondents: ethical and professional issues
4. Common mistakes of a researching reporter and tips to avoid them

B.

1. Nowadays, such means of research as blogs and social media are more effective for a reporter than many other old-fashioned ways of collecting information. Do you agree? Why (not)?
2. Online databases and powerful search engines on the Internet have made the whole process of collecting information much trickier. Do you agree? Why (not)?

Project Works

Do the following project task:

Select one of research tools or methods (or helpers) described in the chapter. Think of possible advantages and hypothetical dangers this or that way of research may carry for a reporter and his/her story. Find some relevant information (online or from experience) to illustrate how it works or has worked in real life situations. Present your findings in a 5–7 minute interactive talk.

Write an essay of about 350 words in which you will answer the question “When is the main job of a reporter done, in (while reporting) or behind (while researching) the actual story?”

TEMA 6. REPORT ON ETHICS IN JOURNALISM

I. Translate the following book review into Russian.

by Caroline Lees

Ethics in the News, Challenges for Journalism in the Post-Truth Era, highlights the problems faced by journalists working at a time when it “appears the public around the world are falling out with facts, humanity and accountable truth-telling”.

The report argues that journalism has rarely faced such sustained political and commercial pressure. It offers journalists practical tips on how to stick to the facts, protect sources, report fairly on migration, identify hate speech, block fake news and guard against war-mongering and propaganda.

In his introduction to the report, Aidan White, director of *the EJN*, writes that journalism is facing a “crisis”. As well as the rise of racism, misinformation and political propaganda around the reporting of the US presidential campaign and the EU referendum in the UK, White describes the government crackdown on the free press in Turkey, the reporting in Pakistan of so-called “honour killings”, the increasing use of hate speech in Asian media, and war-mongering journalism in India and Pakistan.

Yet he believes there is hope. “Many observers inside media are not overly optimistic about the future, but although there may be more rumour, speculation, fake-news and misinformation as the information market moves online, there is a growing movement to strengthen the craft of journalism.

“Indeed, in every part of the world, even where megaphone politics is in power, journalists committed to the values of accuracy, humanity and transparency are doing good work, connecting with audiences and sometimes putting themselves at risk in the process. Public trust will only return when people have confidence that powerful institutions – government, the state, corporate power – are accountable and listening to their concerns.”

Truth-telling and ethics are the key to open democracy, according to White. He highlighted the 2016 Panama Papers investigation, a collaboration of 400 journalists in 80 countries, as an example of powerful journalism.

*EJN*⁴ tips on how to recognize and report fake news:

Use fact-checking web sites. Most reputable media already double-check everything that arrives in their inboxes but now freelance journalists and small-scale media can get help from a rapidly-expanding community of online fact-checkers. Sites such as factcheck.org in the United States or the UK’s fullfact.org, for instance.

Watch out for websites with odd names. Strange domain names or sites that end in “com.co” for instance are often fake versions of real news sources.

Check the “About Us” box on the website. Worry if there isn’t one and check the provider with Wikipedia.

Beware of stories not being reported elsewhere. A shocking, outrageous or surprising event will have another source. If it doesn’t, be suspicious.

Be wary if there is no attribution for an author or source. That’s sometimes justified, but should be explained and, if not, don’t trust it.

Check the date. One favourite trick of news fakers is to repackage old stories. They may have been accurate but used out of time and out of context they may become malicious falsehoods.

Finally, remember that there’s such a thing as satire. Not all fakery is malicious. It can even be entertaining and may come from reputable sources of journalism. *Private Eye*, Britain’s leading satirical news magazine, for instance, has done some great fact-based investigative journalism alongside occasionally amusing spoof editorial content, but found itself on a list of “fake-news” sites circulated when the misinformation panic set in after the Trump election.

4. EJN (European Judicial Network) – Европейская Юридическая Сеть.

II. Give Russian equivalents for the following words and phrases.

Plagued by political crises; to be at stake; a mixed blessing; a slippery slope down to a moot ethical case; tough standards; be reluctant to go on the record; information should not be opinion-based; easy to understand.

III. Render the following text into English.

ЧТО КАЖДЫЙ ЖУРНАЛИСТ ДОЛЖЕН ЗНАТЬ О РАБОТЕ С АНОНИМНЫМИ ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ

Шерри Ричьярди

Журналисты во всем мире сталкиваются с непростым вопросом о возможности использования анонимных источников. Это палка о двух концах.

Иногда анонимные источники – единственный ключ к расследованию важных историй, разоблачению коррупции, к выполнению важнейшей миссии журналистов – следить за деятельностью правительства и информировать граждан. Но в других случаях анонимные источники становятся дорогой в этическое болото.

Кодекс этики *SPJ*⁵ делает два важных замечания о работе с анонимными источниками.

Когда возможно, идентифицируйте источники информации. Общественность имеет право получить всю возможную информацию о надежности источников.

Всегда внимательно анализируйте мотивы источников информации, прежде чем обещать им анонимность. Уточните, что именно вы обещаете в обмен на информацию. Держите свои обещания.

С этой проблемой недавно столкнулась редакция *The New York Times*. В марте высшее руководство газеты выступило против использования анонимных источников. Причиной этого стали жалобы читателей на регулярное использование информации, предоставленной неизвестными лицами. По новым правилам использование анонимных источников должно быть одобрено редакторами.

«Прямые цитаты из анонимных источников могут использоваться редко и только в тех случаях, когда такое цитирование имеет решающее значение для истории, – говорится в опубликованной 15 июля статье, посвященной новым правилам. – Чтобы материал был опубликован, как минимум один редактор должен знать, кто именно предоставил информацию».

Эти жесткие стандарты, по всей видимости, приносят результаты. В июле Фил Корбетт, заместитель главного редактора газеты, сообщил о заметном – порядка 30 процентов – падении уровня использования анонимных источников.

Вот некоторые полезные ресурсы. Ассоциация онлайн-новостей (*ONA*) предлагает инструмент *Build Your Own Ethics Code*, содержащий конкретные советы по работе с анонимными источниками. Вам предложат задать себе ряд вопросов:

Какова причина того, что источник информации хочет остаться анонимным? Можно ли получить эту информацию в других местах? Доверяете ли вы источнику? Станет ли информация в любом случае общеизвестной в ближайшее время? Хочет ли источник поделиться с вами информацией или неохотно идет на контакт? Находится ли источник информации в сильной или уязвимой позиции? Настолько ли важны источник и его информация, чтобы пойти за них в тюрьму?

Инструмент напоминает нам: «Перед тем, как договариваться с источником информации и обещать ему или ей конфиденциальность, нужно подробно обсудить причины того, почему источник не желает, чтобы его или ее имя было названо. Скажите источнику информации, что ваши материалы вызывают больше доверия и источники информации выглядят более надежными, когда вы называете их имена и имеете полное представление об их мотивации».

Встречаясь с руководителями СМИ, я советую создать редакционный комитет для разработки или обновления принципов работы с анонимными источниками. Я предоставляю пакет материалов, содержащий конкретные примеры, задания и раздаточный материал – которые помогут в разработке стандартов.

Во время семинаров я предлагаю участникам найти в газете, журнале или онлайн-издании материал, содержащий информацию, предоставленную анонимными источниками. Затем мы работаем в небольших группах и решаем, было ли оправдано использование анонимных источников. Для ответа на этот вопрос мы опираемся на следующие принципы:

Информация должна быть очень важной для материала. В основе такой информации не должно лежать личное мнение. Информация не может быть получена иным способом [кроме использования анонимного источника]. Источник очень надежен и знает, о чем говорит.

Используя это задание, я предоставляю раздаточный материал, созданный на основе кодекса по работе с анонимными источниками, созданного Национальным общественным радио (*NPR*). Этот документ охватывает широкий спектр вопросов, легок для понимания и может быть моделью для создания подобных кодексов в редакциях по всему миру, сотрудники которых заинтересованы в укреплении доверия читателей.

5. SPJ (The Society of Professional Journalists) – Общество профессиональных журналистов.

Talking Points

IV. Comment on the statements.

1. The sensible motto is: use “off the record” as sparingly as you can.
2. Passion does not guarantee unreliability.
3. The stories given to you by contentious sources are rarely as black and white as they would have you believe.
4. People are rarely helpful to newspapers because they are saintly.
5. There can be no higher law in journalism than to tell the truth and to shame the devil. (Walter Lippmann)
6. It is from such [unauthorized] sources that some of the best stories come.
7. When it comes to dealing with PR and press departments, authorized does not always mean well-informed.
8. If you are a mass-market tabloid, the temptations to pay for stories are understandable.
9. It is not a reporter’s job to play God; leave that to editors.
10. Believe it or not, journalism is quite a lot like real life.

V. Speak on the following topics.

A.

1. Your identity as a reporter when dealing with sources: to conceal or to reveal?
2. Honest and dishonest methods of dealing with sources
3. Reliability of information: official VS unofficial sources
4. Single-source stories: risks and advantages
5. Challenges of a spin doctor’s work
6. Handling press releases effectively
7. Handling off-the-record sources effectively

B.

1. Spin doctors are not to be trusted. Do you agree? Why (not)?
2. By exposing some flaws of a big organization an investigative journalist may be blackballed and denied further access to its information. Does the end justify the means? Why (not)?
3. Unauthorized sources and stories they make will always hold sway in journalism. Why (not)?
4. Information becomes unreliable when it is paid for. Do you agree? Why (not)?

Project Work

Do the following project task:

Do online research and select one single-source story that subsequently became in- correct. Analyze the work of journalists, behavior of the unofficial/unauthorized sources, public response and criticism. Go into the investigation that followed the story and how its fallacies were exposed. Present your findings in a 7–10 minute interactive talk.

Writing

Write an essay of about 350 words in which you will express your opinion on the following statement "In pursuit of success it is impossible for a journalist to be fair with sources".

TEMA 7. "IN AN INTERVIEW THERE SHOULD BE NO ESCAPE": EIGHT TIPS FROM PAXMAN ON HOW TO INTERVIEW A POLITICIAN

I. Translate the following text into Russian.

By William Turvill

Jeremy Paxman believes leader debates allow politicians to not answer questions from the public properly.

The former *News* night presenter wrote in *The Times* that the "innate decency and good manners of the British public" also provides another "obstacle" from questions being answered.

Last week, *Press Gazette* reported how *BBC* presenter Andrew Marr had described Paxman as a "genuinely tortured, angry individual" and that his interviews with David Cameron and Ed Miliband were "not a good replacement" for head-to-head debates.

Paxman, who is fronting Channel 4's election coverage this year, wrote in *The Times*: "Thursday's rather riveting ITV⁶ hustings allowed us to see party leaders jousting with each other (a debate from which I thought Nicola Sturgeon emerged pre-eminent). Debates, of course, allow politicians to spend as much time as they like rubbishing their opponents. The question that Jonny, Terry or Rebecca had actually asked them tends to get lost in the ensuing persiflage.

"In events involving the public you are also up against another obstacle: the innate decency and good manners of the British public. Is there anything more dispiriting to professional troublemakers like me than the polite "thank you very much" with which so many people accept a torrent of verbiage and half truths from their politicians?"

In his *Times* article, Paxman provided the following eight tips on how to conduct a political interview:

1. Never forget: "You are there on behalf of the citizen"
2. Continuing seeking an answer until it's been answered or it is "abundantly clear to any sensible viewer that no answer has been given"
3. "Do your homework"
4. Go into the interviewing knowing what you want to find out
5. "Cut to the chase"
6. "Simple questions are best"
7. Television interviews are bad for establishing facts, but "brilliant at conveying impressions"
8. Listen to the answers you receive and do not stick to a list of questions.

6 Independent Television.

II. Give Russian equivalents of the following phrases.

Demanding genre; unsexed language; come out of nowhere; get your foot in the door (before it is closed); personal charm.

III. Render the following text into English using the words and phrases from the previous exercise.

ПОЗНЕР ОБ ИСКУССТВЕ ИНТЕРВЬЮ

Владимир Познер прочитал лекцию участникам проекта «Большая перемена» и подписчикам «Дождя» об искусстве брать интервью.

Текстовая версия:

Познер: Добрый вечер. Итак, надо иметь в виду, во-первых, интервью из всех телевизионных жанров, а их много, интервью – самый сложный жанр, самый требовательный. Что он требует от вас? Вы должны уметь ловить волну, то есть вы должны чувствовать того человека, с которым вы разговариваете. Я выношу за скобку, может быть, самое важное – вы должны помнить, знать, что во время интервью не вы самый главный человек, а тот человек, с которым вы разговариваете.

Все согласны, кивают головой всегда, но, тем не менее, про себя понимают, что нет, я же самый главный. Это на всех телевизионных каналах, будь то Первый канал, Второй, телеканал «Дождь». Я смотрю интервью и думаю: «Ну вот, конечно же, интервьюер собой восхищен и как бы

говорит зрителю: «Посмотрите на меня». Если от этого не избавиться, то по-настоящему интервьюером вы не будете. Запомните, что главный – это тот, кого вы пригласили, который оказал любезность вам, зрителю, пришел, и вы ему задаете вопросы. Вы должны его почувствовать. Это первое требование. С кем вы имеете дело, что это за человек, не в смысле, какая у него биография, а какой он есть. Это первое.

Второе – очень важно, чтобы вы были человеком эрудированным, много читали, много знали об истории, о своей стране, не о своей стране, о писателях, о политических деятелях. Это очень важно в разговоре, чтобы уметь по ходу пьесы что-то такое сказать, что способствует разговору.

Третье – это умение говорить. К сожалению, не знаю, почему, может быть, интернет сыграл определенную роль. Люди разучились вообще говорить. Масса слов-паразитов, вообще с числительными большая беда, и это жаль. Все-таки русский язык вне зависимости от того, как вы относитесь к Путину, очень хороший язык, прекраснейший, богатый, яркий. И когда разговаривают на таком кастрированном, маловыразительном языке, то жаль. Надо уметь задавать вопрос так, чтобы ваш собеседник получил кайф от того, как вы разговариваете, я уж не говорю о вашем зрителе.

Нужно быть логичным, вопрос должен вытекать из вопроса, а не просто откуда-то взялся, непонятный, то есть надо продумывать, что вы делаете. Означает ли это, что нужно составить некий список вопросов? В этом нет большого вреда, все-таки организация того, о чем вы собираетесь говорить, это, в конце концов, вещь хорошая, но это не записано в камне, как говорится. Если вы задаете вопрос, полагая, что ответ будет таким, а он оказывается другим, и он открывает дверь, о которой вы даже не знали, то необходимо совершенно вставить ногу быстро, чтобы дверь не закрыли, и пойти туда уже без заранее написанных вопросов. Но воспользоваться тем, что человек открылся для вас неожиданно совершенно и дает вам простор.

Ну и, конечно, нужно иметь дар. Есть такое слово, стало оно очень популярным – харизма. По-русски не очень хорошо звучит, похоже на какое-то другое слово. Нужно быть обаятельным, нужно привлекать и своего зрителя, и того человека, с которым вы разговариваете.

Есть некоторые принципиальные вещи, которые важны будут для вас в дальнейшем. Во-первых, подготовка. Есть такой человек, пока он еще есть, его зовут Ларри Кинг. Мне иногда говорят: «Вы – российский Ларри Кинг», я говорю: «Боже, Боже, нет, не надо. Чур меня». Ларри Кинг отличается двумя поразительными вещами: он не готовится никогда и он задает только простые вопросы.

Хочу вам напомнить, когда президент Путин поехал в Америку в первый раз, долго, видимо, думали над тем, кому он будет давать интервью, и решили, что это Ларри Кинг. И первый вопрос, я не знаю, видели ли вы это или нет, самый первый вопрос, который был задан Ларри Кингом, был: «Скажите, пожалуйста, что произошло с лодкой?», имея в виду «Курск». Владимир Владимирович, улыбнувшись чуть снисходительно, как он умеет, сказал: «Она утонула». И все, следующий вопрос.

Любой бы интервьюер сказал бы: «Извините, конечно, но это мы в курсе, я имел в виду...», нет, и пошло. Непростительно, непрофессионально, но это типично Ларри Кингу. Почему к нему ходили все? Потому что все знали, что кроме приятных вопросов не будет никаких. Он мне лично говорил: «Я не готовлюсь, потому что если готовиться, то нет спонтанности». Это, конечно, чепуха полная. Спонтанность есть, если в вас это есть. Подготовка – штука необходимая, но многое зависит от того, какие у вас есть возможности, есть ли у вас помощники или вы все сами. Мы проходили через «все сами», и наличие помощников.

Talking Points

IV. Comment on the statements and express your stance on the opinion propounded.

1. The longer the question, the shorter the answer is likely to be.
2. If someone does something and their motive appears to be relevant, ask them, don't assume it. Reporting is not a parlour game.
3. A lot of interviewing is perfectly straightforward.
4. A lot of people who call press conferences seem to imagine that the event is one where they can hold court before a group of docile note-takers.
5. The bigger the personality, often the less time you will have (for the interview).

V. Speak on the following topics.

A.

1. Preparation for the interview

2. Interviewing styles
3. Interviewing strategies

B.

1. There are no uneasy sources to interview. There are unskillful interviewers. Do you agree? Why (not)?
2. It is not fair of a journalist to never make promises to the interviewees about how their stories will appear in the paper. Do you agree? Why (not)?
3. A successful interviewer is the one who takes advantage of covert rather than overt strategies. Do you agree? Why (not)?

Project Work

Do the following project task.

1. Study the whole script of Pozner's lecture on the art of interviewing at <https://pozneronline.ru/2014/08/8707/>
2. Choose one of his interviews you like best (either a TV or a newspaper one) and analyze how the strategies suggested in the lecture are implemented throughout the interview. Use the interview as a showcase with the help of which you will illustrate the realization of Pozner's interviewing ideas and principles.
3. Present your findings in a 10–12 minute visually aided talk.

Writing

Write an essay of about 350 words in which you will answer the question “What is crucial to a successful interview, spontaneity or preparatory work?”

TEMA 8. JOURNALISTS GO UNDERCOVER TO REPORT ON SLAVERY: UNIQUE DATABASE OF INVESTIGATIVE JOURNALISM

I. Translate the following article into Russian.

By Brooke Kroeger

Telling true stories about slavery often requires the use of surreptitious techniques. Today, we talk of reporters going “undercover”. Though some news organizations do not allow their reporters to use these techniques, undercover reporting holds a venerable place in journalism history, especially with coverage of challenging topics such as slavery. Investigative journalists have gone undercover to tell these stories for as long as slavery has been a story that needed to be told. And their work – then and now – is collected in an online database, thanks to New York University's libraries. This means that for the first time people can find and read in one place some of the best historical and current examples of this reporting from the mid-1800s – to our day at undercoverreporting.org.

This unique collection grew out of research for my book “Undercover Reporting: The Truth About Deception”, in which I mined this remarkably vast historical record to develop my argument in favor of reporters using controversial journalistic methods to get stories otherwise unattainable.

At present, the database contains well over 2,000 pieces in all media that were curated by hand into 150 themed clusters. Each cluster focuses on a specific subject, and various exposés in our collection align with subject matter that highlights the Schuster Institute's social justice agenda. Among these are some extraordinary assignments undertaken to hasten the abolition of slavery; to investigate blackbirding, in which Pacific Islanders were transported into indentured servitude on plantations throughout the world; and to illuminate the horrors of human trafficking from the late 1800s to the present.

We like to think of undercoverreporting.org as 21st century end notes – an easily searchable compendium with full citations, excerpts, and links or pdfs to actual stories, when possible. Unlike notes in a book (or e-books), our database has the added advantage of being updated immediately when worthy new material surfaces.

My hope is that this database of undercover reporting – which brings together for the first time numerous undercover investigations about slavery since the mid-1800s-serves to illuminate how critical the

efforts by reporters have been through history in focusing public awareness on slavery, and also makes clear why journalists must continue to tell this story.

Brooke Kroeger is a journalist, author of four books, and professor of journalism at the New York University's Arthur L. Carter Journalism Institute. In 2012, she joined the Schuster Institute for Investigative Journalism as a senior fellow.

II. Give the Russian equivalents of the following phrases.

To publish the results of yet another daring investigation; a high-profile publication; appear a catalyst for staff reshuffle; to control legal and clandestine entrepreneurship; to pay ...\$ in fines; to disqualify smb for life; to become persona non grata; testimony is not corroborated by facts; to inspire smb to do in-depth research.

III. Render the following article into English using the words and phrases from the previous exercise.

ЖУРНАЛИСТСКИЕ РАССЛЕДОВАНИЯ

Уотергейтский скандал

Классическим примером журналистского расследования принято считать «Уотергейтское дело». Этот громкий политический скандал, потрясший Америку в начале 70-х годов XX века.

Началось все ранним утром 17 июня 1972 года, когда полицейские получили сигнал о том, что кто-то проник в предвыборный штаб Демократической партии США в комплексе *Watergate* в Вашингтоне. Если бы тогда приехал обычный наряд полиции — в автомобиле с сиреной и мигалкой, никакого скандала не произошло бы. Злоумышленники успели бы покинуть здание (или по крайней мере офис демократов), и на этом бы дело закончилось.

Журналисты из газеты *The Washington Post* придали делу нешуточный масштаб. Расследование (которое, кстати, Никсон и его люди всячески пытались прекратить) выявило, что на деньги предвыборного штаба Никсона Белый дом шпионил за своими противниками-демократами, а ЦРУ в этом им всячески содействовало. 8 августа 1974 года Ричард Никсон объявил об отставке. Журналистское расследование и освещение «Уотергейтского скандала» легло в основу фильма «Вся президентская рать» Алана Пакулы.

Коррупционный скандал в итальянском футболе.

Журналистские расследования в мире спорта имеют не меньший резонанс, чем расследования политические. Например, в 2006 при участии СМИ итальянской полицией был раскрыт скандал, связанный со сговором команд-участниц двух высших дивизионов чемпионата Италии по футболу — Серии А и Серии В (среди фигурантов были такие знаменитые клубы, как «Ювентус», «Милан», «Фиорентина», «Реджина» и «Лацио»). В итальянских СМИ были опубликованы записи прослушивания телефонов, доказывавшие тесную связь между судьями и руководителями клубов названных дивизионов. Команды были обвинены в покупке игр и сговоре. В частности, во время сезона 2004/05 гендиректор «Ювентуса» Лучано Моджи вел переговоры с футбольными функционерами, чтобы на матчи команды назначались «нужные» судьи. В результате, среди прочего, президент Федерации футбола Италии Франко Карраро и вице-президент Инноченцо Маццини подали в отставку, первый заплатил штраф размером в 80000 евро, второй был пожизненно дисквалифицирован. Против компании *Telecom Italia* возбуждено уголовное дело за прослушку телефонных разговоров. В 2007 году газета *La Repubblica* опубликовала новые сведения о коррупции в итальянском футболе.

Журналистские расследования в России.

20 июля 1988 — была опубликована первая статья, признающая существование организованной преступности в Советском Союзе. Это статья Юрия Щекочихина «Лев прыгнул» в «Литературной газете».

Статья построена на беседе Щекочихина с Александром Гуровым, вскоре — начальником Шестого главного управления МВД СССР по борьбе с организованной преступностью, коррупцией и наркобизнесом. Название статьи обыгрывает эпизод из жизни Гурова, когда он для спасения человека застрелил льва. Подо львом в этом случае понимается мафия.

Статья имела огромный общественный резонанс. После опубликования статьи по указанию высшего руководства страны было создано Управление по организованной преступности МВД СССР и заложено реальное начало по борьбе с организованной преступностью.

Talking Points

IV. Comment on the following statements about journalistic investigations. Express your stance on the opinions propounded in each of the statements.

1. All reporting is investigative.
2. It [investigative journalism] requires no greater skills than those demanded by general reporting.
3. Anyone considering digging around in these areas (corruption, drug trafficking, etc.) should carefully weigh any risk involved. Dead reporters can't report.
4. If it [investigative story] is not going to be page one, forget it.
5. In all but the most furtive of societies there is much more information available than the average journalist realizes.
6. All reporters obviously need contacts, but investigative reporters more so.
7. Most of the time there is a better way of collecting information than going undercover.

V. Speak on the following topics.

A.

1. Different attitudes to investigative reporting
2. Risks and rewards of the profession
3. Guidelines on conducting a successful journalistic investigation

B.

1. Investigative reporting is 90 % a game which is not worth the candles. Do you agree? Why (not)?
2. Going undercover is immoral for investigative reporters. Do you agree? Why (not)?

Project Work

Look through the names of reporters below:

Dmitri Kholodov, Adolfo Isuiza Urquia, Charles Ponzi, Bill Dedman, Carl Bernstein, Bob Woodward and Gunter Wallraff.

In what context does the author mention these journalists? What are they famous for?

How successful were they in investigative reporting? Why so?

Do online research and give a 5-minute talk to cover all these questions.

Writing

Write an essay of about 350 words where you will answer the question: "Are the risks of investigative reporting too high to take?"

TEMA 9. SHOULD JOURNALISTS HAVE THE RIGHT TO BE WRONG?

I. Translate the following text into Russian.

By Jack Shafter

Every journalist who is not too stupid or too full of himself to notice what is going on – to borrow half a quotation from Janet Malcolm – came close to passing out this week when *CNN* retracted its story about *Wall Streeter* Anthony Scaramucci and the three network staffers connected to the story resigned. Candid reporters and editors on six continents can direct you to stories they've published that turned out to be as false or as flawed as *CNN's* Scaramucci story. That could have been me, everybody thought this week of the *CNN* kerfuffle. Thank God it wasn't me.

CNN's mistake, as the *Washington Post's* Erik Wemple and Paul Farhi explained in separate pieces, appears to be a product, in part, of a breakdown in the network's usual editing process. Scaramucci has accepted the network's apology. Good for him.

In hindsight, it's easy to say *CNN* shouldn't have gone with such a flimsy, improperly vetted story. Unfortunately, journalism isn't a hindsight business. Journalism happens in real time, against a deadline clock, and in a competitive atmosphere. Only ombudsmen, press critics and libel attorneys get to second-guess what they do.

In extending my empathy to the *CNN* 3 – Thomas Frank, Eric Lichtblau and Lex Haris

– I intend no defense of malicious reporters like Jayson Blair, Stephen Glass, Jay Forman, Jack Kelley, Janet Cooke, Jonah Lehrer, Christopher Newton and others who have deliberately filed fiction as fact to their editors. Go ahead, chum and feed them to the snakeheads for all I care. But I must defend honest journalists who have screwed up (as I've screwed up). "If you say you haven't screwed up, you're lying".

As the Supreme Court noted in the landmark libel case *Times v. Sullivan*, the First Amendment is of little use unless we provide "breathing space" for controversial reports that end up containing unintentional mistakes – like the *CNN* story – as long as they're made without malice. As I've written before, journalistic errors aren't a modern thing caused by the 24-hour news cycle or stimulated by Twitter's itchy trigger-fingers. Show me a famous set of historical stories – the Lindbergh baby kidnapping, the Normandy invasion, the Cold War, the civil rights struggle, the 9/11 attacks or the day-to-day coverage of past presidents, and I'll show you grievous errors in the reporting. From Tucson to Abbottabad to Mumbai, breaking news routinely tosses off condemnable errors of fact, usually made by conscientious reporters doing their best under intense pressure. The *New York Times*, you'd recall, famously acknowledged reams of defective pre-Iraq War copy. And Bob Woodward and Carl Bernstein, perhaps the most celebrated reporters of our era, famously botched a number of Watergate stories, as John Cook and other students of their work have noted.

Journalists deserve reprimands, time-outs and maybe even a few hours in the pillory for honest work gone wrong. But it's a mistake for readers to overstigmatize all errors and sideline the responsible reporters, as Craig Silverman wrote in his 2007 book *Regret the Error*. Make accommodations for honest errors as long as news organizations correct the record, make the proper apologies and account for the breaches, as *CNN* appears to have done in the Scaramucci story.

If we don't make accommodations for errors, we'll be left with a press too timid to get the story. "It is nearly impossible today to imagine a newspaper being able to overcome the errors made in the course of the Post's Watergate reporting and still be able to push the story to its ultimate conclusion", Silverman wrote.

Cook, who runs digital investigations at Gizmodo Media Group, provides an editor's eye view of the challenges reporters face when tolerance for errors falls to zero.

"Every story, no matter how battened down, has potential hidden land mines – a trusted source who maybe misremembered or mischaracterized, an unseen layer of context that you didn't have access to, an assumption that the most rigorous editing process failed to challenge. There are a million ways for good-faith reporters to make good-faith errors, which is why good news outlets have a culture of correction and why defamation law ... bars judgements against publications that make mistakes about public figures unless a finding of malice or negligence is made", he tells me.

Earlier this week, Cook wrote my kicker for me when he tweeted, "One good way to reduce the rate of production of good journalism is to engineer an environment where mistakes are viewed as catastrophic". Journalism can't exist unless we give reporters the occasional right to get it wrong.

II. Give the Russian equivalents of the following phrases.

To learn a lesson from; mainstream media; brainwashing; media tycoon; right-wing Americans; pick up on the points made by ...; impartial, unbiased; to trick watchdogs; worldview; enforcement of 'ideal' journalism; to pin the blame on smb's shoulders.

III. Render the following text into English using the words and phrases from the previous exercise.

ВРАТЬ ПО ПРАВИЛАМ: КАК ПЕРЕРУГАЛИСЬ АМЕРИКАНСКИЕ СМИ

Дмитрий Косырев

Вы думаете, американцы не извлекли уроков из крупнейшей в мировой истории катастрофы СМИ? Очень даже извлекли. Катастрофа – это когда все «основные» телеканалы, газеты и прочие СМИ превратили себя в инструменты по массовой обработке мозгов насчет того, что Дональд Трамп есть позорный маргинал, которого никогда не изберут. И получили известно что.

Сегодня американские средства массовой информации оценивают этот свой опыт, заказывают аналитические доклады и активно грызутся между собой по вопросу о том, какая журналистика является правильной, что такое правда, а что – ложь. Понятно, что нам этот спор очень даже полезен.

[...] Маргарет Салливэн, титан журналистики – в ее выступлении в *Washington Post* много интересного. Она не спорит с врагом, она, по сути, извиняется перед своей аудиторией за тот самый провал имени 8 ноября (день выборов президента). И объясняет, отчего провал случился. Виновато, говорит она, множество консервативных СМИ, которые набирали влияние в последние годы. Они создали изолированную медиасистему, которая отличается «фундаментально фальшивым» взглядом на мир. В итоге американцы с правого фланга полностью потеряли веру в «хорошие» СМИ. Вдобавок эта «изолированная система» оказала влияние даже на «правильные» СМИ, которые подхватывали темы, поднимавшиеся консерваторами. Вот и вышло несчастье.

[...] Давайте я вклинюсь в этот спор с чем-то личным. Примерно года два назад я чисто случайно начал читать *Daily Signal*. Если бы я этого не сделал, а остался бы с привычными *Washington Post* и прочими, то я ровным счетом ничего бы не понял в президентской избирательной кампании. Я не понимал бы вообще ничего, что происходит в США. И утром 9 ноября ощущал бы себя так же глупо и ужасно, как демократы, поверившие в свои «правильные» СМИ.

То есть эти когда-то уважаемые демократические издания просто предали, обманули меня как читателя. Продолжают это делать, наращивая свою занудную кампанию ненависти по поводу уже президента Трампа. И при этом пытаются объяснить нам, что такое настоящие и честные СМИ. Стремятся к идеалу и нас туда тащат.

Что есть истина?

Идеал журналистики – это вот что. Не врать (то есть не придумывать в пылу идейных битв несуществующие факты) и отделять журналистику фактов от журналистики мнений (комментариев).

[..] Общество раскололось на две примерно равные части, и у каждой свои одинаково сильные СМИ. Это чрезвычайно глупо – надеяться, что какая-то внешняя или внутренняя сила может превратить каждого отдельного журналиста в зомби, в нейтрального человека-губку: собрал новости, выжал их в эфир. Люди нейтральными не бывают. Они вообще-то для того идут в журналистику, чтобы что-то кому-то объяснить. Что-то личное, свое. Они это делают, даже просто сообщая о каком-то факте, и найдут сколько угодно способов обмануть надсмотрщиков.

Нет, и не будет объективной журналистики, она всегда – пропаганда хоть чего-то.

Есть миллион способов врать правду. Самый простой из них преподносить только те факты, которые вписываются в твою заранее заданную идею, обосновывают ее. Факты будут правдивы, но картина мира, которая будет возникать у аудитории, окажется ложной.

Можно ли создать хоть одну идеальную суперкомпанию на телевидении или супергазету, где будут трудиться «по правилам» люди разных взглядов? В теории можно, а на практике, как видим, живые люди все равно расходятся по разным углам, им там комфортнее. Среди своих, в своем мире.

Человек устроен так, что ему физически тяжело воспринимать информацию и, особенно мнения людей, которые эту его картину мира подрывают. Надо для этого делать над собой усилия.

Так вот, вся суть решения проблемы – не в насильственном насаждении идеальной журналистики, а в этих усилиях ее аудитории. Человек – если он человек – должен с детских лет, то есть со школы, учиться понимать, что есть разные источники информации, ее выдают разные люди, верить никому до конца нельзя.

И если не хочешь проблем в своей повседневной жизни, надо взять привычку читать и либеральную *Washington Post*, и консервативную *Daily Signal*. То есть не надо сваливать все на плохие и хорошие СМИ – они такие, какие есть. Винить в своих проблемах лучше всего себя. И за этот урок мы должны быть благодарны нашим взбудораженным и скандалящим, американским коллегам.

Talking Points

IV. Comment on the following statements. Express your stance on the opinions propounded in each of the statements.

1. With simple facts like names, dates and ages there is ... not a lot you can do about wrong information.
2. Once upon a time, newspapers did not make mistakes. If that reads like the beginning to a fairy tale, that's because it is one.
3. Journalists have commonly perceived their first responsibility to be to fairness and accuracy.

4. Distortion is built into the actual practices of journalism.
5. A related source of error is to take information given to you and present it as unattributed fact rather than a sourced contention.
6. Shaky notes often make shaky stories.
7. Internet hoax is a 24-hour trap for gullible, desperate or lazy journalists.
8. Fatigue and inexperience are not causes of errors, but they are excuses for them.
9. Hoaxes are so much easier to perpetrate on reporters who never leave their offices.
10. Many internet hoaxes stay largely confined to web news sites.

V. *Speak on the following topics.*

1. Categories of errors in journalism
2. Hoaxes and fake stories
3. Causes of errors in stories
4. Consequences of errors
5. Ways of preventing errors and pitfalls in journalism
6. (Best) ways of correcting errors

Project Work

Do the following project task:

Visit the online Wikipedia entry Category: Journalistic Hoaxes and choose one or a few pages out of the 69 on the list (as of 2018) to study in detail. Read over the entry (entries) and prepare a 7-minute talk on the journalistic hoax(es) of your choice. Remember to mention the plot of the fake story, important background information (names and dates), the impact of the hoax(es) in journalism and media.

Writing

Write an essay of about 350 words in which you will answer the question “Why is today’s journalism so dangerously infected with fake news stories?”

TEMA 10. THE TRUST FACTOR

I. Translate the following article into Russian.

By Aidan White

People who work in journalism, like others in professional life, don’t like being told how to do their job. They are notoriously sensitive to complaints, even though they can be lacerating in their criticism of others. They prefer to run their own affairs by creating systems of self-regulation to handle grievances and grumbling about their work from members of the public.

But when these systems of self-regulation don’t work, public anger can lead governments to lay down laws that control how journalists work and what media are allowed and not allowed to publish.

The recent scandals of phone-hacking and press bribery in the United Kingdom involving the global media giant News Corporation, owned by Rupert Murdoch, saw a major newspaper close and journalists sent to jail, and provided shocking evidence of a failure of self-policing at individual, corporate and industry level.

One high profile victim of that controversy was the Press Complaints Commission, an industry regulator of world-renown, but which proved to be utterly ineffectual in curbing the excesses of tabloid journalism. The press was forced to reform their self-regulating system or face legal controls.

The controversy put the spotlight on how journalists and media apply principles of self-regulation, not just in Britain, but around the world. Across the globe there are dozens of regulatory bodies working at national level to regulate journalism. Some are defined by law and some are genuinely self-regulating – that is, they are managed and paid for by the industry and by journalists’ groups.

But does self-regulation work? Are journalists bound by ethical codes and free to act according to conscience? Do media houses have credible internal systems for dealing with conflicts of interest and complaints from the public? Are there national accountability systems, such as press councils, that are trusted by owners, journalists and, most importantly, by the public at large?

The enclosed country reports, which have been prepared by distinguished journalists and media leaders, seek to answer these testing questions. The conclusions reveal that in the midst of revolutionary change inside journalism and media and at a time when the culture of public communications has seen a dramatic shift in the way people receive and disseminate information, the need for responsible and accountable journalism is greater than ever.

But major questions remain over how to develop accountability systems in tune with the new era of information.

The convergence of communications technologies, for instance, has rendered obsolete the traditional divide between broadcast and print journalism, so why in most countries do we still have different structures and rules for handling public complaints about the content of journalism in the press and on television?

In some countries – Norway, the Netherlands and Belgium, for example – all published journalism on any platform comes under the jurisdiction of a single press or media council. Are these models for others to follow?

These country reports confirm that effective and credible self-regulation only exists in a small number of countries and varies dramatically in different parts of the world and even within regions.

In Europe, for instance, Norway has a fully-functioning self-regulator, which is a model of its kind, and covers journalism on all platforms of media. In neighbouring Denmark the press council is equally robust, but it is a statutory body with significant powers to impose its will if media step out of line. In both countries the systems work, more or less supported by all stakeholders.

But it's not easy getting the right approach. Even in areas where journalism has a rich tradition of professionalism, such as the UK, when public outrage over press abuse boils over media struggle to rebuild public confidence.

This report examines self-regulation in challenging times. Journalism is increasingly a single stream of information disseminated simultaneously across different platforms of media, but its regulation remains dominated by old-fashioned notions of how media work.

Usually there two ways of regulating journalism at national level: a voluntary system for the press and legal controls over broadcasting. These structures were created for yesterday's media landscape and are increasingly out of date. Today's digital journalists work on video, print and audio simultaneously. That's why it makes sense to have only one national regulator, and one that covers all platforms of journalism.

Another testing issue is the question of funding. Ideally, journalists and media should pay the bills for press councils, but in these cash-strapped days can media continue to afford it? Increasingly, the answer is no. So who will pay in future?

Perhaps we should think about using public funds, after all, independent regulation of media is a public interest activity. But if we use taxpayers' money how do we ensure it won't compromise editorial independence?

Finally, as this report shows, making self-regulation work at enterprise level is perhaps what counts most. Building trust with the audience should be an issue in every news-room and the growth in the number of in-house ombudsmen or readers' editors is a welcome sign that more media are taking the issue seriously.

However, in the face of editorial cuts some managements still question money being channelled into cleaning up the mistakes of the newsroom. But as this report illustrates, keeping journalism honest is money well spent for media and, for the public at large, it's a good investment in democracy.

II. Give Russian equivalents for the following phrases.

Decision making; principles codified as ethics; meeting the informational interests and needs of the public; doctor facts to fit the theory; overt and covert practices; to take an insider's view.

III. Render the following text into English using the words and phrases from the previous exercise.

КАК НАПИСАТЬ ХОРОШУЮ СТАТЬЮ

Многие журналисты пробуют себя в интернете и различных блогах, но газеты и журналы – это совершенно иной вид журналистики. Интернет-пространство не требует канонов и определенных образцов написания, оно дает нужную для автора свободу и даже некоторую независимость.

Для газетной статьи важен жанр и размер, потому как полоса, она же страница, не резиновая и растягиваться, как в интернет-пространстве, не может. Потому даже первая статья начинающего автора должна быть ориентирована на определенный размер, чтобы редактору не приходилось

вычеркивать абзацы. Потому статья должна быть лаконичной и гармоничной по своему содержанию: важная информация изложена последовательно и точно. Придерживаясь этого принципа, легче донести свою мысль до читателя. Для газеты важны принципы оформления: заголовок, вступление, основной текст с подзаголовками, вывод. Без этих элементов статья становится унылой и серой, а что еще опаснее – неполной.

Чтобы не сделать блин комом, нужно почитать несколько разных изданий и понять принципы и стиль написания. Не стоит копировать стиль или отдельные фразы, нужно лишь на время стать просто читателем и понять, какая статья была самой увлекательной и интересной.

Качественный текст в идеале легко читается, он должен быть понятным и увлекательным. Потому лучше полностью отказаться от разговорных словечек, сленга и специальной терминологии. Последнее допускается только в узкоспециализированных изданиях для представителей той или иной профессии. В иных случаях перегруженность оборотами и сравнениями делает текст тяжелым и скучным. Важно использовать лаконичные фразы, которые полностью раскрывают смысл и мысль.

Сюжет и тема имеют стратегическое значение, поскольку некоторые темы дают привилегии автору, поскольку читатели заинтересованы их узнать, например, как написать статью в газету. Иные темы, более обыденные и скучные, привычные для местных и региональных газет могут подаваться сухо или же интересно. Каждый журналист выбирает для себя стиль и язык статей, исключение составляют лишь требования редакции, которые нередко ограничивают полет фантазии. Потому для автора всегда есть яркие и интересные темы, которые легко раскрываются и пишутся, и более серые и монотонные, которые требуют банального изложения фактов.

Talking Points

IV. Discuss the following statements. Express your stance on the opinions propounded in each of the statements.

1. Newspapers are not literature. But then nor is most literature.
2. Learning how to write is lonely and hard work.
3. One essential thing without which one cannot call themselves a writer is your voice.
4. Surprise is important to keep the writing lively.
5. The whole point of articles in newspapers is to give the reader something they have not had before.
6. Humour is difficult to write.

V. Speak on the following topics.

1. The best way to learn how to write articles
2. Clarity in writing
3. The language of newspaper articles
4. Stylistic devices in articles
5. The importance of honesty and accuracy
6. Writing about disturbing events
7. Rules of suitability
8. The language of a newspaper story

Project Work

Do the following project task:

Research online resources for guidelines on effective journalistic writing, particularly: a hard news story; a feature (soft news) story; a commentary.

Study the information and prepare a 5-minute talk in which you will present all the basic rules, principles and tips for newspaper writing in this or that genre. For visual aid, make sure to get all the needed materials (sample stories, graphs, charts or other hand-outs) printed out or photocopied before the lesson.

Writing

Write an essay of about 350 words on the topic “What makes a good newspaper article?”

5. Образовательные технологии

В рамках дисциплины «Профессиональный иностранный язык» на филологическом факультете предусмотрено проведение практических занятий, выполнение самостоятельных заданий, а также интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, презентаций) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В процессе обучения студентов данной дисциплине можно провести мастер-классы и презентации проектов по отдельным темам, круглые столы, встречи с зарубежными гражданами – носителями изучаемого языка, что позволит интенсифицировать процесс обучения. Специфика дисциплины «Профессиональный иностранный язык» предполагает преобладание проблемно-речевых, творческих упражнений и заданий над чисто лингвистическими, репродуктивно-тренировочными, использование аутентичных ситуаций общения, развитие умений спонтанного реагирования в процессе коммуникации, формирование психологической готовности к реальному иноязычному общению в различных ситуациях. В этой связи рекомендуется шире использовать групповые, проектные задания в устной и письменной речи, диспуты, круглые столы, мини-конференции, дискуссии, разбор ситуаций (case-study), мозговой штурм и другие инновационные формы обучения, а также внедрять ИКТ и современные цифровые ресурсы в систему аудиторной и самостоятельной работы.

Реализация компетентного подхода в преподавании иностранного языка предусматривает использование активных и интерактивных форм работы не только на занятиях, но и в самостоятельной работе студентов, результат которой представлен в разработке и защите проекта по окончании изучения очередной темы. Студенты самостоятельно осуществляют подробную разработку проблемы, описывают цель, основные этапы, результаты и форму обсуждения проекта, преподаватель может выступать в роли консультанта, координатора и эксперта. К активным формам самостоятельной работы относятся поиск и обработка информации из открытых Интернет источников с последующим обсуждением результатов на занятиях.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы магистрантов

Рабочей программой дисциплины «Профессиональный иностранный язык» предусмотрена самостоятельная работа магистрантов в объеме 144 часов.

Самостоятельная работа проводится с целью:

– систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических навыков;

– углубления и расширения теоретических знаний;

– формирования самостоятельности мышления;

– развития творческой инициативы, самостоятельности и организованности;

– формирования умений использовать справочную и специальную литературу.

Самостоятельная работа предусматривает следующие виды внеаудиторной работы магистрантов:

– работа с рекомендованной справочной литературой на русском и иностранном языке и с интернет-источниками с целью усвоения теоретического материала дисциплины;

– подготовка к практическим занятиям (выполнение заданий по домашнему чтению);

– подготовка к контрольным работам;

– подготовка к зачету.

Для расширения знаний по дисциплине рекомендуется использовать Интернет-ресурсы: проводить поиск в различных поисковых системах, таких как www.rambler.ru, www.yandex.ru, www.google.ru, www.yahoo.com.

Самостоятельная работа (144 ч.) предусматривает:

Раздел, код компетенции	№ недели	Вид работы	Норма времени на выполнение (в ч.)
Модуль 1 (УК-4, УК-5, ОПК-1) 1 семестр	1–6	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на практических занятиях;	10
		подготовка к практическим занятиям;	10
		подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине;	10
Модуль 1 (УК-4, УК-5, ОПК-1) 1 семестр	1–6	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на практических занятиях;	10
		подготовка к практическим занятиям;	10
		подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине;	10
Модуль 1 (УК-4, УК-5, ОПК-1) 1 семестр	1–6	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на практических занятиях;	10
		подготовка к практическим занятиям;	10
		подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине	10
Модуль 1 (УК-4, УК-5, ОПК-1) 2 семестр	1–6	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на практических занятиях;	8
		подготовка к практическим занятиям;	8
		подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине	8
Модуль 1 (УК-4, УК-5, ОПК-1) 2 семестр	1–6	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на практических занятиях;	8
		подготовка к практическим занятиям;	10
		подготовка к зачету	12

Тематика рефератов соответствует изученным на занятиях темам

6.1. Разделы и темы для самостоятельного изучения

- 6.1.1. Особенности речеупотребления в письменной форме.
- 6.1.2. Овладение навыками перевода текстов деловой направленности.
- 6.1.3. Обзор основных видов деловой коммуникации.
- 6.1.4. Анализ образцов.
- 6.1.5. Правила оформления деловой корреспонденции в современном английском языке.
- 6.1.6. Структура и стиль деловой корреспонденции.
- 6.1.7. Стиль деловой корреспонденции.
- 6.1.8. Терминологический минимум.

6.2. Практические задания:

- 6.2.1. Проанализируйте предложенные образцы деловой документации и выделите основные особенности языка делового общения.
- 6.2.2. Составьте план подготовки публичного выступления по заданному образцу.
- 6.2.3. Выделите основные критерии: успешного публичного выступления; результативной презентации; результативных переговоров; успешных деловых встреч.

По разделу 1

Проанализируйте предложенные образцы деловой документации и выделите основные особенности языка делового общения.

Произведите критический анализ предложенных образцов. Какие из документов вы относите к наиболее/ наименее удачно оформленным (соблюдение стилистических норм и др.).

По разделу 2

Укажите на основные и факультативные этапы планирования и подготовки (публичного) выступления в сфере делового общения (по заданным образцам). Обоснуйте свой выбор (работа в микрогруппах).

Ознакомьтесь с конкретными выступлениями в сфере делового общения (видео и аудиоматериалы). Проанализируйте возможные причины удачных/неудачных выступлений.

Составьте план подготовки публичного выступления по заданному образцу.

Выделите основные критерии: успешного публичного выступления; результативной презентации; результативных переговоров; успешных деловых встреч.

По разделу 3

Произведите анализ предложенного образца деловой журналистики.

Найдите ошибки в графическом оформлении письма.

Выявите основные особенности композиционного построения предложенного образца деловой документации.

По разделу 4

Сопоставьте цель написания документа с его содержанием.

Перепишите предложения, исправляя двусмысленность и неясность в их лексическом оформлении.

Переведите текст деловой направленности с иностранного языка на русский.

Переведите текст деловой направленности с русского языка на иностранный.

По разделу 5

Напишите деловое письмо (Business letters) по заданной ситуации.

Оформление E-mail в соответствии с изученными вами требованиями его оформления.

Напишите отчета о проделанной работе (Report) по заданной ситуации.

Напишите резюме (CV/ Resume).

Оформите деловую записку (Memo).

Оформите мотивационное письмо (Application letters).

Напишите благодарственное письмо предполагаемому работодателю (Thank-you letters).

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1. Типовые контрольные задания

Задание 1. Переведите текст с русского на английский и расскажите краткое содержание на английском языке.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ЭТИКИ

Журналистская этика распространяется на процесс принятия решений в специфических ситуациях, но и здесь выбор должен соотноситься с фундаментальными правилами и принципами. Таким образом, журналист, работник профессии, где так много стандартизированных приёмов, но так мало абсолютных правил, имеет целый спектр возможных решений, выбирая между этичным и неэтичным поступком.

Для журналистов это означает необходимость сделать такой выбор, который согласовывался бы с правилами и принципами профессии, записанными в этическом кодексе.

Следование правилам журналистской этики зачастую избавляет автора от возможных проблем с представителями закона, работает на его репутацию и позволяет ему, хоть это и звучит несколько напыщенно, не утратить чести и сохранить самоуважение. Серьезный журналист, являющийся или желающий стать профессионалом, сознающий свою ответственность перед читателями – такой человек приложит все силы к тому, чтобы не нарушить правила «кодекса чести журналиста».

Рассмотрим правила журналистской этики. Что же это за правила? Их достаточно много, и для каждого журналиста или издания существуют свои, но все же некоторые являются основными. Давайте рассмотрим их подробнее:

1. Следовать фактам. Это первое – и самое главное правило, основа основ журналистской этики. Суть работы журналиста в том, чтобы сообщать читателям факты – и на этом фундаменте он должен строить свои материалы. Да, разумеется, автор может анализировать, выдвигать гипотезы и т.п. – но все это опирается на факты.

2. Представлять интересы читателей и газеты. Если же человек представляет в газете или журнале интересы своей партии, фирмы, организации, то это называется пропагандой. Мы же говорим о полном и эффективном удовлетворении потребностей и интересов аудитории в сфере информации. Журналист должен ясно представлять себе «свою» аудиторию. Здесь наиболее полно проявляется морально-этический уровень поведения и сознания журналиста.

3. Работа над статьей должна быть поиском правды. Собирая материал для статьи, журналист не должен стараться любой ценой доказать или опровергнуть какую-то определенную точку зрения. Даже свою собственную. Это вовсе не значит, что автор не может начать сбор фактов, чтобы попытаться доказать какую-то свою гипотезу. Но если факты, которые ему удалось собрать, противоречат его гипотезе, журналист должен отказаться от этой точки зрения, не пытаться подогнать факты под какую-то теорию, даже если изначально она казалась верной.

4. Журналист не должен служить причиной событий. Речь идет именно о том, когда журналисты сами создают события: военный корреспондент может срежиссировать какие-то столкновения, «скандальный» журналист может устроить неприятности для какой-либо знаменитости и т.п. Разумеется, такие действия строгойше запрещены этическим кодексом.

5. Нельзя получать информацию обманным путем. Есть два типа контакта с источником информации. Один тип подразумевает «открытый» характер встречи – когда журналист предстает как официальный сотрудник СМИ, знакомит источник с намерениями редакции, получает разрешение присутствовать, если речь о каких-либо мероприятиях. Также контакт может носить «скрытый характер» – скрытые камеры, микрофоны, случаи, когда журналист скрывает истинные намерения и притворяется представителем другой профессии или когда о его присутствии не знают.

Но скрытое наблюдение считается оправданным в двух случаях. Первый – когда нужно стать очевидцем «непотревоженной» жизни, увидеть ее «изнутри». И второй – когда нужно получить сведения о тщательно скрываемых сторонах жизни, секретных операциях, хранящихся в тайне документах. Очевидно, что информация, которую журналист получит, сообщив о том, что он готовит материал для газеты, скорее всего, будет отличаться от той информации, которую он получит, представившись кем-нибудь другим.

Задание 2. Написать аннотацию к тексту.

SIX RULES FOR WRITING GOOD ARTICLES

Writing a good article requires two things: good content and good technique. Good content is relatively easy to create. Most people don't realize it, but everybody has interesting things to say. Good technique is harder – it can seem abstract and nuanced, and it's often the thing that makes or breaks an article.

A weak article falls flat. A strong article changes minds, gains followers, carries weight, demands respect. It's a worthy and valuable pursuit.

Rule 1 for writing a good article: minimize your barrier to entry. Make it easy for your reader to be drawn in.

A large opening paragraph at the start of an article is a huge barrier to entry. Your reader has to wade through a large wall of text before determining if the article is really interesting and worth reading. This requires a large expenditure of effort. Most people won't bother.

Keep your opening short and punchy. A one-sentence or two-sentence leading paragraph is an easy buy-in. You can skim it and read it in barely more time than it would take to scroll past.

Start with something short and easy to engage with. Prove to your reader that you're providing value, then ask them to expend effort.

Rule 2 for writing a good article: keep your paragraphs short and your text visually appealing. In general, shorten everything.

How many times have you seen rows and rows of dense paragraphs and lost interest? Be honest. Even after you've sold a reader on committing, you can lose them if consumption becomes too much work.

Short paragraphs, on the other hand, are tantalizing. They're easy. They feel like an accomplishment. You always want to read just one more – your eye gets drawn down the page. So break your text up. Keep your reader, chasing the words from paragraph to paragraph. Pace them. Give them space between ideas.

Balance words with empty spaces – like the breaths between spoken sentences.

When you're brief, your words aren't simple and cheapened. They're potent.

Rule 3 for writing a good article: keep it short. As the old adage says, "kill your darlings".

This is a bleed-over from Rule 2, but it deserves its own rule, because it's important. Just get to the point. Cut out all unnecessary words in a sentence. If a complete sentence doesn't take you another step closer to making your point, scrap it completely.

Rule 4 for writing a good article: give me substance. One of the worst things on any news feed is an article that says nothing. They're shockingly common. So often people just write fluff.

Often the empty articles are packaged up as something useful. There are enough "top five tips" and "productivity hacks" articles in the world to last me to eternity – if I didn't die of boredom first. Rarely do any of them contain anything useful. They're just abstractions – they have nothing of substance to say.

There are more shallow, surface-level blog posts on my radar in any given day than I care to count.

Don't write content for the sake of writing content. Write content for the sake of conveying meaning and understanding. Tell your reader something. Imagine they ask "why?" in response, and then answer that question.

The world does not need more surface-level going-through-the-motions content. It needs content designed to teach, convey meaning, make people understand.

Rule 5 for writing a good article: tell me a story. People love stories. It's one of the basic truths of humanity – we always respond to a compelling story. Keep this knowledge in your toolbox!

One of the best ways to draw a reader into an article is to bring it to life with human interest. Capture their attention with a recounting of an event, the setting of a stage, the unfolding of a plot.

Stories are a brilliant way to open articles. They're equally brilliant ways to illustrate a point. They don't have to be excessive and garish to be effective. Tell me in your article about a specific tool you recommend using, and then tell me a story about how you used it yourself and what it did for you. Short, simple, to the point, but suddenly your article is human.

Avoid dry writing. In the content-oversaturated age of the internet, nobody's going to read something bland.

Rule 6 for writing a good article: show, then tell. Start by showing me your point in action, then explain to me what it means and why it matters.

This is a rule for your overall structure. Present your ideas in the following order: illustration, explanation, understanding. Show it to me, then tell me what it is, then help me understand why it works and how to use it myself.

Any other order will bore your reader, and will likely make less sense.

The final and unstated rule of good writing is practice. Practicing one's craft is how one perfects it.

Practice until you internalize the form and structure of a good article, and producing them becomes second nature.

Everybody has something interesting to say. You have more to share than you realize – and the world is always in need of meaningful, compelling content that conveys knowledge.

Задание 3. Выполнить реферирование текста.

WRITING ATTRIBUTIONS

Attribution simply means telling your readers where the information in your story comes from, as well as who is being quoted. Generally, attribution means using a source's full name and job title if that's relevant. Information from sources can be paraphrased or quoted directly, but in both cases, it should be attributed.

Attribution Style

Keep in mind that on-the-record attribution – meaning a source's full name and job title are given – should be used whenever possible.

On-the-record attribution is inherently more credible than any other type of attribution for the simple reason that the source has put their name on the line with the information they have provided.

But there are some cases where a source might not be willing to give full on-the-record attribution. Let's say you're an investigative reporter looking into allegations of corruption in city government. You have a source in the mayor's office who is willing to give you information, but he's worried about repercussions if his name is revealed. In that case, you as the reporter would talk to this source about what kind of attribution he is willing to commit to. You are compromising on full on-the-record attribution because the story is worth getting for the public good.

Any time the information in your story comes from a source and not from your own firsthand observations or knowledge, it must be attributed. A good rule of thumb is to attribute once per paragraph if

you are telling the story mainly through comments from an interview or eyewitnesses to an event. It might seem repetitive, but it's important for reporters to be clear about where their information originates.

Different Types of Attribution

In his book *News Reporting and Writing*, journalism professor Melvin Mencher outlines four distinct types of attribution:

1. On the record: All statements are directly quotable and attributable, by name and title, to the person making the statement. This is the most valuable type of attribution.

Example: "The U.S. has no plans to invade Iran," said White House press secretary Jim Smith.

2. On Background: All statements are directly quotable but can't be attributed by name or specific title to the person commenting.

Example: "The U.S. has no plans to invade Iran," a White House spokesman said.

3. On Deep Background: Anything that is said in the interview is usable but not in a direct quotation and not for attribution. The reporter writes it in his own words.

Example: Invading Iran is not in the cards for the U.S.

4. Off the Record: Information is for the reporter's use only and is not to be published. The information also is not to be taken to another source in hopes of getting confirmation.

You probably don't need to get into all of Mencher's categories when you're interviewing a source. But you should clearly establish how the information your source gives you can be attributed.

Задание 4. Ответ на вопрос предполагает комментарий общественной проблемы. Вам нужно принять какую-то сторону в споре и привести аргументы в защиту своего мнения.

1. Do you think that the university education is important for all people? Give reasons for your opinion.

2. Some people prefer to focus on one job throughout their life; others like to change jobs. Which strategy do you think is better? Explain why.

3. Do you prefer living in a big city or small town? State your preference and give reasons as to why you feel this way.

4. What is wiser: to save the money you have earned for future expenses or spend it right away on things you enjoy? Give reasons to support your opinion.

5. Some people prefer to work from home. Others think it is better to work in an office. Which do you choose, and why?

6. Some people always try to respond to emails and other messages they receive immediately. Others take time to respond. Which do you do, and why?

Тематика устных тем и эссе соответствует пройденным на практических занятиях темам

Темы письменных работ:

1. Стилистические особенности речи в деловых целях.
2. Специфика отдельных функциональных разновидностей языка делового общения.
3. Анализ графики, композиции и содержания отдельных разновидностей деловой документации (анализ образцов).
4. Написание (создание) деловых писем (Business letters).
5. Графическое оформление E-mail.
6. Написание отчета (Report) по заданной ситуации.
7. Написание резюме (CV/ Resume).
8. Написание мотивационных писем (Application letters).
9. Написание благодарственных писем (Thank-you letters).

7.2. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля – 50 % и промежуточного контроля – 50 %.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий – 10 баллов,
- участие на практических занятиях – 50 баллов,
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ – 40 баллов.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос – 40 баллов,
- письменная контрольная работа (эссе, аннотация) – 30 баллов,
- тестирование – 30 баллов.

Текущий контроль (участие на практических занятиях):

- беседы с партнерами в заданной ситуации делового и профессионального общения; ведение переговоров в заданной ситуации; проведение презентаций;
- написание меморандумов, официальных и неофициальных писем и электронных сообщений, повесток дня и протоколов собраний; докладов.

Оценивается:

- в устных заданиях: фонетическая и грамматическая правильность речи, ее лексическая составляющая, соблюдение норм речевого этикета, полнота решения коммуникативной задачи;
- в письменных заданиях: грамматическая правильность речи, соответствие ее лексического наполнения уровню Pre-intermediate – Intermediate, адекватность оформления письменных произведений, полнота решения коммуникативной задачи.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Английский для аспирантов: Учебное пособие / Е.И. Белякова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. 188 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=540825>

2. Английский язык в научной среде: практикум устной речи: Учебное пособие / Гальчук Л.М. 2-е изд. М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. 80 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=518953>

3. Вдовичев, А.В. Английский язык для магистрантов и аспирантов. English for Graduate and Postgraduate Students: учебно-методическое пособие / А.В. Вдовичев, Н.Г. Оловникова. 4-е изд., стер. Москва: ФЛИНТА, 2019. 246 с. ISBN 978-5-9765-2247-3. Текст: электронный. URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1065564>

4. Чиронова И.И. Английский язык для журналистов: учебник для академического бакалавриата / И.И. Чиронова, Е.В. Кузьмина. М. : Издательство Юрайт, 2017. 471с. (Серия : Бакалавр. Академический курс). ISBN 978-5-9916-3530-1. Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/69343B49-B68E-4CDF-AB18-93B47C29D94E

5. Профессиональный иностранный язык [Электронный ресурс] : сб. учеб.-метод. материалов по дисц. по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» / АмГУ, ФФ; сост. Ю.П. Иванашко. Благовещенск: Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. 20 с. Режим доступа: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8309.pdf

Дополнительная литература:

1. Английский для аспирантов: Учебное пособие / Е.И. Белякова. М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 188 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=403683>

2. Английский язык для студентов гуманитарных специальностей [Текст: электронный ресурс]: учебное пособие / Казан. федер. ун-т ; авт.-сост. Е.Н. Загладина, Н.В. Торопова. Ч. 1. Казань: Казанский федеральный университет, 2012. [Текст: электронный ресурс]. URL: http://libweb.kpfu.ru/ebooks/17-IoL/17_001_2012_000160.pdf

3. Рябцева Н.К. Научная речь на английском языке: Руководство по научному изложению. Словарь оборотов и сочетаемости общенаучной лексики. Новый словарь-справочник активного типа (на английском языке) [Электронный ресурс] / Н.К. Рябцева. 6-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2013. 598 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=462975>

4. Гаранин С.Н. Выступления, презентации и доклады на английском языке [Электронный ресурс] / С.Н. Гаранин. М.: МГАВТ, 2015. 36 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=522529>

5. Деловой иностранный язык / Гришаева Е.Б., Машукова И.А. Красноярск: СФУ, 2015. 192 с. Режим доступа: URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=550490>

Периодические издания

1. The Times
2. Periscope Review

10. Методические указания

10.1. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

1. Изучение дисциплины «Профессиональный иностранный язык» является особенно важным в высшей школе, поэтому магистрантам необходимо уделить ее изучению особое внимание.

2. Успешное изучение иностранного языка возможно только при систематической самостоятельной работе над ним. Важную роль при этом играют накопление достаточного словарного запаса, знание грамматических конструкций и фонетического строя изучаемого языка.

3. Для образования умений и навыков работы над текстом без словаря необходима регулярная и систематическая работа над накоплением запаса слов, а это в свою очередь, неизбежно связано с развитием навыков работы со словарем. Кроме того, для более точного понимания содержания текста рекомендуется использование грамматического и лексического анализа текста.

3.1. Работу над закреплением и обогащением лексического запаса рекомендуем строить следующим образом:

3.1.1. Ознакомьтесь с работой со словарем – изучите построение словаря и систему условных обозначений.

3.1.2. Выписывайте незнакомые слова в тетрадь в исходной форме с соответствующей грамматической характеристикой, т.е. имена существительные в именительном падеже единственного числа, указывая, для неправильных глаголов основные формы; прилагательные – в краткой форме.

3.1.3. Записывая английское слово в его традиционной орфографии, напишите рядом в квадратных скобках его фонетическую транскрипцию.

3.1.4. Выписывайте и запоминайте в первую очередь наиболее употребительные глаголы, существительные, прилагательные и наречия, а также строевые слова (т.е. все местоимения, модальные глаголы и вспомогательные глаголы, предлоги, союзы и частицы).

3.1.5. Учитывайте при переводе многозначность слов и выбирайте в словаре подходящее по значению русское слово, исходя из общего содержания переводимого текста.

3.1.6. Выписывая так называемые интернациональные слова, обратите внимание на то, что наряду с частым совпадением значений слов в русском и иностранном языках бывает сильное расхождение в значениях слов.

3.1.7. В каждом языке имеются специфические словосочетания, свойственные только данному языку. Эти устойчивые словосочетания (так называемые идиоматические выражения) являются неразрывным целым, значение которого, не всегда можно уяснить путем перевода составляющих его слов.

3.1.8. Устойчивые словосочетания одного языка не могут быть буквально переведены на другой язык. Такие выражения следует выписывать и заучивать наизусть целиком.

4. Для практического овладения иностранным языком, необходимо усвоить его структурные особенности те, которые отличают его от русского языка. К таким особенностям относится, прежде всего, твердый порядок слов в предложении, а также некоторое число грамматических окончаний и словообразовательных суффиксов.

5. Учебные умения, необходимые для успешной учебной деятельности, можно и нужно развивать самостоятельно и с помощью преподавателя.

Если студентами пропускаются занятия, по каким бы то ни было причинам, они обязаны самостоятельно изучить тот материал, который был пройден в аудитории, и выполнить все задания, которые предлагались преподавателем.

10.2. Методические рекомендации преподавателю:

Преподавателю курса «Профессиональный иностранный язык» необходимо делать упор на коммуникативные и профессионально-направленные аспекты овладения иностранным языком. Особое внимание преподаватель должен уделять современным реалиям профессиональной и деловой среды, развивать познавательные навыки студентов, совершенствовать употребление профессиональной лексики и разговорные навыки. Очень важной составляющей работы преподавателя психологического английского языка является развитие умений в работе над англоязычными психологическими текстами, формирование навыков реферирования и общения на

профессиональные темы. Для этого рекомендуется использовать не только материалы УМК, но и дополнительные материалы, а также привлекать интернет как средство обучения.

Активизация и расширение словаря, развитие навыков устной и письменной речи, обучение письму предполагает выполнение тестовых заданий, тренировочных упражнений в письменной форме, а также речевые упражнения для обучения составлению письменного сообщения (составление диагноз-карт и пр.). Преподавателям также необходимо учить студентов работать не только с основной и дополнительной литературой, а также развивать навыки поиска информации в электронных ресурсах он-лайн библиотек и знакомить с современными публикациями.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Чтение

<http://www.independent.co.uk/>

www.cnn.com - home of CNN Interactive, the cyber-version of CNN, the world's first 24-hour TV news service.

www.guardian.co.uk - use the clearly defined sections to follow regularly updated stories on everything from politics to sport.

www.the-times.co.uk - The Times Internet Edition. The Times is an alternative to The Guardian, offering information on the day's events and in-depth stories. Updated daily.

www.ueexpress.com - United Express, a big newspaper company in the United States very generously publish a daily paper.

<http://www.britannica.com/> - encyclopedia Britannica.

www.literature.org/authors - the online literature library, a massive collection of classic stories are held on file at this top-notch website. If you fancy a Sherlock Holmes mystery, a Victorian romance or a gothic horror tale, they are all here.

<http://www.englishclub.com/reading/classic-reading.htm> - these are short, famous texts in English from classic sources like the Bible or Shakespeare. Some texts have word definitions and explanations to help you.

<http://www.englishclub.com/reading/test.htm> - reading test. This test evaluates how well you understand what you read in English.

<http://www.linguapress.com/inter.htm> - the articles, short stories, dialogues, based on discussions with English students, use real language in context.

Письмо

www.its-online.com - its-online is a unique Internet resource for teachers of English as a foreign or second language. At its-online you'll find a community site for your students (its-myworld) with online projects, blogs, forums.

<http://www.englishclub.com/writing/index.htm> - is for ESL learners, to help you learn the skill of writing in English. Write your ideas and thoughts on a variety of topics. Spelling rules, Peer Editing (why you need a friend to help you check your own writing - and how s/he can do it).

<http://www.englishclub.com/esl-forums/viewforum.php?f=239> - Writing Help forum.

<http://www.englishclub.com/writing/resumes-and-cover-letters/index.htm> - Sample Resumes, Curriculum Vitae, Cover Letters: sample letters, the Art of the letter, Thank You Letters, Follow Up Letters, Letter Design.

<http://www.englishclub.com/business-english/business-letters-write.htm> - how to write Business Letters in English.

<http://www.eslteachersboard.com/cgi-bin/meeting/index.pl> - Pen Pals.

Аудирование

www.real.com – Real Player, which allows you to play streamed audio and video files on the Internet, can be downloaded free.

www.bbc.co.uk/worldservice/newshour/ - news channel site, with video, real audio and tips for teachers.

<http://www.bbc.co.uk/worldservice/programmeguide/> - the BBC's International Radio Station. It says how and when to listen.

<http://www.englishclub.com/listening/index.htm> - it helps you learn the skill of listening in English.
<http://www.englishclub.com/listening/news.htm> - Monthly News Digest Online for ESL Learners. A “news digest” is a summary of news stories. Each month English Club creates a digest in easy English with four short audio news reports from the past 30 days.
<http://www.englishclub.com/esl-articles/200204.htm> - instructions for successful listening.
<http://www.englishclub.com/listening/radio.htm> - listen to television or radio news in English on your computer. From this page you can get instant access to English language TV and radio news programmes wherever you are in the world, without a TV or radio. Perfect for listening practice.
www.broadcast.com/books/index.asp - you can listen to audiobooks.
www.english4theworldteam.com - video and audio lessons.
www.leeds-castles.com - movie with the sound.
www.royal.gov.uk - movie with the sound.
www.bbc.co.uk/radio4/progs/listenagain.shtml - BBC radio 4: online and archive.
www.linguapress.com - online radio news.
www.EnglishListening.com - features recordings of ordinary English speakers, with questions and other study aids.
www.esl.about.com/cs/listening/index/htm - English Listening Skills and Activities-Effective Listening Practice - listening comprehension for all levels (beginners to advanced).
www.globalenglish.com - listening comprehension for all levels (from beginners to advanced). The GlobalEnglish Mobile Learning Network provides business-focused audio and video podcasts that can be downloaded to a portable media player for on-the-go learning.
www.englishlistening.com - listening comprehension for all levels (beginners to advanced).
www.manythings.org/el/ - listen and read along (Flash/MP3).
www.stuff.co.uk/wicked.htm - wicked stuff for English learners: a variety of learning material.
www.wrn.org/ondemand - World Radio Network: online radio and archives from all over the world.

Говорение и словарный запас

www.Merriam-WebsterOnLine.com - all the best resources on the net (learning online, online training, online translation, speech aids).
www.americanaccent.com - American pronunciation: theory and practice.
www.manythings.org/pp/ - American Pronunciation: practice.
<http://www.englishclub.com/speaking/index.htm> - it helps you learn and practise the skill of speaking English.
<http://www.englishclub.com/webguide/Speaking/> - links to English Speaking pages for ESL learners and teachers.
<http://www.englishclub.com/pronunciation/index.htm> - English Club English Pronunciation for ESL learners.
<http://www.englishclub.com/vocabulary/index.htm> - vocabulary lessons.
<http://www.linguapress.com/puzzles/xwd-index.htm> - advanced and intermediate level word games and crosswords.
<http://www.linguistic-funland.com/> - a list of various linguistics links. Here you'll find resources for language teaching and learning, linguistics study, and other miscellaneous resources.

Грамматика

<http://www.englishclub.com/grammar/index.htm> - grammar lessons, tutorials and quizzes on eight parts of speech.
www.better-english.com/exerciselis.html - Business English exercises, grammar and vocabulary quizzes, plus business English Hangman game.
<http://www.englishgrammarsecrets.com/> - use these English grammar lessons for self-study or to consolidate your lessons with your teacher.
<http://www.english-grammar-lessons.com/> - English grammar lessons.
www.GrammarNOW.com – a grammar, composition, editing, proofreading resource.
www.GrammarBytes.com – a list of various grammar links.

Справочные сайты:

www.bbcworldservice.com/learningenglish

www.bbc.co.uk
www.distancestudies.com
www.reward-net.com
www.EnglishWebGuide.com
www.englishjet.com
www.speakenglish.com

Электронные словари:

www.dictionary.cambridge.org
http://www.thesaurus.com/
http://www.wordmyth.net/
http://www2.echo.lu/edic

Методические сайты для преподавателей:

www.ebcox.co.uk
www.teachingenglish.org.uk
learning.english@bbc.co.uk

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В процессе преподавания дисциплины «Профессиональный иностранный язык», в целях повышения качества подготовки путём развития у студентов творческих способностей и самостоятельности, должны использоваться инновационные методы, основанные на современных достижениях науки и информационных технологий в образовании.

Для проведения практических занятий у магистрантов имеется видео- и аудио техника, компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (всё – в стандартной комплектации для практических; доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях), учебники и практикумы, пакет наглядной информации (стенды, схемы).