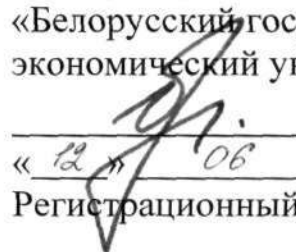


Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


_____ В.Н. Шимов
« 12 » 06 _____ 2012 г.

Регистрационный № УД 91-12/баз.

КУЛЬТУРНАЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ АНАЛИТИКА В СМИ

Учебная программа для студентов специальности
1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных
коммуникаций (по направлениям)»

Составители:

Могиленских Н.П., заведующий кафедрой межкультурной экономической коммуникации Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент

Кацнельсон И.А., преподаватель кафедры межкультурной экономической коммуникации Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

Заранская М.С., преподаватель кафедры межкультурной экономической коммуникации Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

Рецензенты:

Бусел Т.В., кандидат филологических наук, Учреждение образования «Минский государственный лингвистический университет»

Шевцова В.А., доцент кафедры межкультурной экономической коммуникации Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой межкультурной экономической коммуникации Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 9 от 26.04. 2012 г.);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 06.06. 2012 г.).

Ответственный за редакцию: Заранская М.С.

Ответственный за выпуск: Кацнельсон И.А.

Пояснительная записка

Дисциплина «Культурная и экономическая аналитика в СМИ» предназначена для студентов 5 курса факультета международных бизнес-коммуникаций БГЭУ.

Средства массовой информации играют огромную роль в развитии современного общества. Начиная со второй половины XX века, рост средств массовой информации идёт в геометрической прогрессии: стремительное увеличение объёма традиционных СМИ – печати, радио, телевидения сопровождается постоянным совершенствованием информационных технологий, развитие всемирной компьютерной сети Интернет способствует формированию глобального информационного пространства. Особую значимость эти процессы приобретают сегодня, в период развития информационного общества. Телекоммуникационные и информационные технологии оказывают воздействие на все стороны жизни человечества. Средства массовой информации выражают и формируют общественное мнение, которое принято рассматривать как коллективное суждение людей, в котором отношение к событиям и явлениям проявляется в форме одобрения, осуждения или требования. Средства массовой информации, с одной стороны, аккумулируют опыт и волю миллионов, а с другой – влияют на сознание и поступки людей.

Изучение особенностей медиа-среды – актуальная задача для будущих специалистов, которые призваны рассматривать СМИ в широком контексте, позволяющем понять и объяснить связь современных источников информации с экономическими и социально-культурными процессами, имеющими место в обществе, а также влияние социальных, политических и культурных факторов на функционирование языка в обществе.

Целью курса является совершенствование всех навыков и умений, приобретенных на предыдущих этапах обучения и обучение студентов практической работе в области медиа-анализа.

Таким образом, ведущей целью обучения иностранному языку как специальности на данном этапе является формирование академической (коммуникативной) компетенции в совокупности ее составляющих, а именно:

1 *Лингвистическая компетенция* предполагает владение языковыми средствами, т.е. лексическими единицами, клишированными] фразами, аббревиатурами, риторическими средствами в соответствии со сферами и ситуациями общения;

2. *Дискурсивная компетенция* есть умение адекватно воспринимать высказывание и логично выразить собственную мысль в письменной и устной форме в определенной коммуникативной ситуации, что предполагает знание основ дискурс-анализа и наличие фоновых знаний, которыми располагают все члены данной национально-культурной общности.

3. *Стратегическая компетенция*, т.е. владение различными коммуникативными стратегиями (вербальными и невербальными) для достижения определенной коммуникативной цели или компенсации пробелов в знании кода языка.

4. *Социолингвистическая компетенция* предполагает способность воспринимать и порождать иноязычную речь в соответствии с условиями речевой коммуникации.

5. *Социокультурная компетенция* направлена на совершенствование культуры межнационального общения, знание реалий страны изучаемого языка, норм вербального и невербального поведения.

6. *Учебно-познавательная компетенция* предусматривает развитие умений автономной деятельности, направленной на совершенствование умений использования иностранного языка как способа реализации образовательной деятельности, осуществления самостоятельного поиска и обработки информации с использованием современных технологий.

7. Актуальность и дискуссионный характер изучаемого материала призваны формировать *социально-личностные компетенции*, которые предполагают умение анализировать и критически осмысливать исторические и современные проблемы экономической, политической и социальной жизни страны изучаемого языка, способность находить взаимопонимание и сотрудничать с представителями других культур, языков и религий, способность к ценностно-смысловой ориентации в современном мире, умение отстаивать гражданскую позицию.

Основные задачи дисциплины:

- совершенствование навыков и развитие умений работы со средствами массовой информации;
- повышение уровня знаний будущих специалистов в области экономики, культуры и социальной сферы;
- совершенствование навыков и развитие умений лингвистического анализа текстов СМИ;
- активизация языковых и речевых навыков студентов в плане анализа и редактирования текстов разной тематической направленности;
- развитие умений интерпретации специализированного языка экономики;
- обучение аналитическому чтению, пониманию оригинальных источников СМИ, умению выделять правила и закономерности, применять их при переводе и написании аналитических статей, обзоров, рецензий, комментариев;
- выработать у студентов профессионального умения обобщать, систематизировать материал, выделять главное, делать выводы, анализировать;
- совершенствование навыков и развитие умений аудирования материалов, записанных с различных ТВ-источников;

- совершенствование навыков и развитие умений анализа оригинальных текстов на лексическом, грамматическом и синтаксическом уровнях, выделять правила и закономерности, применять их при переводе и написании аналитических статей;
- развитие умений интерпретации субъективной точки зрения автора по обсуждаемой проблеме.

Требования к освоению учебной дисциплины:

После прослушивания курса студент должен знать:

- сущность и значение информации в развитии современного информационного общества;
- специфику, коммуникативные и лингвистические особенности текстов массовой коммуникации;
- специфику, коммуникативные и лингвистические особенности средств массовой коммуникации;
- особенности представления информации экономического и социально-культурного содержания средствами массовой коммуникации;
- основные тенденции развития экономической и социально-культурной сфер страны изучаемого языка.

Студент должен уметь:

- адекватно воспринимать и продуцировать тексты современных СМИ;
- проводить лингвистический анализ текстов СМИ;
- распознавать методы и конкретные действия авторов в заданном медиа-пространстве;
- работать в рамках заданных курсом технологий медиа-анализа;
- разрабатывать материал для создания статей для различных каналов распространения информации.

Требования к практическому владению курсом

Аудирование. Студент должен уметь:

- адекватно воспринимать на слух аутентичную речь различных средств массовой информации с последующей интерпретацией экономических и социокультурных реалий;
- воспринимать и понимать официально-деловую и разговорную речь в формате теле- и радиопередач, кинофильмов;

- понимать культурный подтекст, юмор, социальные импликации;
- адекватно понимать живую аутентичную речь, преподносимую в виде лекций, бесед, дискуссий.

Чтение. На основе совершенствования навыков и умений всех видов чтения (изучающего, ознакомительного, просмотрового, поискового, аналитического) студенты должны уметь:

- трансформировать текст и адекватно передавать его содержание;
- выделять сюжетные линии;
- определять и формулировать тему и идею;
- извлекать подтекст и интерпретировать имплицитную информацию;
- представлять краткое содержание прочитанного в виде резюме;
- сопоставлять различные тексты с целью выявления их сходства и различия с тематической и социально-этической точки зрения.

Говорение. В рамках проблематики, включенной в содержание курса, студенты должны:

- владеть умениями аргументированной продуктивной речи в форме монолога, диалога или полилога в следующих жанрах: лекция, доклад, беседа, круглый стол, дискуссия, дебаты, интервью, соблюдая правила риторики и вербального этикета;
- уметь вести беседу официального характера, поддерживать непринужденный разговор фатического характера.

Письмо. Студенты должны:

- грамотно форматировать письменный текст, используя различные средства референции и когезии внутри абзаца и между абзацами;
- уметь написать экономическую и культурологическую статью аналитического характера на заданную тему, проанализировав материалы СМИ и опираясь на изученные лексические, грамматические и синтаксические закономерности составления данных текстов.

Структура дисциплины

Занятия по дисциплине «Культурная и экономическая аналитика в СМИ» проводятся на факультете международных бизнес-коммуникаций в течение 10 семестра (пятый год обучения).

Изучение дисциплины «Культурная и экономическая аналитика в СМИ» проводится на запланированных учебным планом аудиторных занятиях; путем самостоятельной работы в процессе обучения.

Всего часов по дисциплине 90, из них всего часов аудиторных – 48, в том числе 48 – практические занятия.

Рекомендуемая форма контроля – зачет (10 семестр).

Формы контроля

Текущий контроль осуществляется в течение всего периода прохождения дисциплины в виде промежуточных устного опроса, тестов (письменных заданий).

Итоговый контроль имеет форму экзамена и осуществляется в конце семестра.

Примерный тематический план дисциплины «Культурная и экономическая аналитика в СМИ»

№ темы	Название темы	Всего часов	Количество часов практические занятия
1	Work and unemployment	6	6
2	Education	4	4
3	Proprietorship	6	6
4	Gender problems	4	4
5	Human trafficking	4	4
6	Financial markets	4	4
7	Law	6	6
8	Life and style	4	4
9	Technology and science	4	4
10	Arts	6	6
		48	48

Содержание учебного материала

Тема 1. Work and unemployment

Unemployment in the world. Employment agencies. Job hunting.

Тема 2. Education

Education in Belarus. US system of education. Educational system of the UK. Degrees. Exams. Grants. Educational reforms.

Тема 3. Proprietorship

Forms of proprietorship. Entrepreneurship. Legal entities. Ltd. PLC. Consortium.

Тема 4. Gender problems

Ageism. Problems of elderly people. Attitude to the elderly in Belarus. Government support. Gender transformation. Homosexuals and lesbians.

Тема 5. Trafficking

Human trafficking. Child trafficking. Drugs trafficking. Weapons trafficking.

Тема 6. Financial markets

U.S. markets. European markets. Asian markets. Indices. Securities. Currencies. Commodities. Funds.

Тема 7. Law

Criminal law. Bankruptcy law. Securities law. Types of crimes. Prosecution and defence. Reaching a verdict.

Тема 8. Life and style

Style and fashion. History of fashion. Fashion festivals. Famous designers. Fashion shows.

Тема 9. Technology and science.

Technological breakthroughs. High-tech. Science and medicine. Technological unemployment. Technological catastrophes.

Тема 10. Arts and culture

Famous film festivals. Music festivals. Culture and religion. Religious events and traditions.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Основная литература

1. Robbins, S. Business Vocabulary in Practice/S.Robbins - Collins Coubuild, 2004. - 248 p.
2. Mackenzie, I. English for Business Studies/I.Mackenzie - Cambridge, 2009. - 208 p.
3. Mascull, B. Key Words in Business/B.Mascull - Collins Coubuild, 2005. - 206 p.
4. Mascull, B. Key Words in the Media/B.Mascull - Collins Coubuild, 2005. - 206 p.
5. Robbins, S., Business Class/S.Robbins - Longman, 2000. - 186 p.

6. Hollett, V., Business Opportunities./V.Hollett - Oxford University Press, 2001. – 175 p.
7. Чепик, И.Н., Половцева, О.В. Mainstream Media / И.Н.Чепик. – Минск: БГЭУ, 2007. – 115 с.

Дополнительная литература

1. Barry Baddock. Scoop! Newspaper materials for English language practice. Pergamon Press, 1998
2. David J. Walker. Exploring Newspapers. Macmillan Publishers Ltd, 1995
3. The Guardian.
4. The Financial Times.
5. Politics Review.
6. Geography Review.
7. The Economist.
8. Economic Review.
9. www.euronews.net
10. www.BBCnews.com
11. www.timesonline.co.uk
12. www.bloomberg.com
13. www.reuters.com
14. www.cnn.com

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by/>