

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Мордовский государственный университет
им. Н.П.Огарёва»



**Мордовский
государственный
университет
имени Н.П.Огарёва**

УТВЕРЖДАЮ
проректор по научной работе
ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н.П. Огарёва»
П.В. Сенин
30 марта 2016 г.

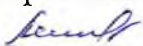
**Программа вступительного испытания
по программе подготовки научно-педагогических кадров
в аспирантуре
Иностранный (английский) язык**

**Направление подготовки
51.06.01 Культурология**

Саранск 2016


РАЗРАБОТАНО:

Профессор кафедры английского языка
для профессиональной коммуникации

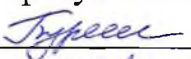
 Лемайкина Л.М.
29 марта 2016

СОГЛАСОВАНО:

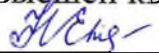

Зав. кафедрой английского языка
для профессиональной коммуникации

 Цыбина Л.В.
29 марта 2016

Декан факультета

 Буренина Н.В.
29 марта 2016

Зам. Начальник управления подготовки
кадров высшей квалификации

 О.Н. Агеева **
29 марта 2016

Пояснительная записка

Программа вступительного испытания в аспирантуру по английскому языку разработана в соответствии с Федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования по программам специалитета или магистратуры.

Цель вступительного испытания — определить у поступающих уровень развития коммуникативной компетенции. Под коммуникативной компетенцией понимается умение соотносить языковые средства с конкретными сферами, ситуациями, условиями и задачами общения, рассматривать языковой материал как средство реализации речевого общения.

Требования к поступающим:

На вступительном испытании поступающий должен продемонстрировать умение пользоваться английским языком как средством культурного и профессионального общения. Поступающий должен владеть орфографическими, лексическими и грамматическими нормами английского языка и правильно использовать их во всех видах речевой деятельности, представленных в сфере профессионального: и научного общения.

Учитывая перспективы практической и научной деятельности аспирантов, требования к знаниям и умениям на вступительном испытании осуществляются в соответствии с уровнем следующих языковых компетенций:

Говорение и аудирование - на вступительном испытании поступающий должен показать владение неподготовленной диалогической речью в ситуации официального общения в пределах вузовской программной тематики. Оценивается умение адекватно воспринимать речь и давать логически обоснованные развернутые и краткие ответы на вопросы экзаменатора.

Чтение – контролируются навыки изучающего и просмотрового чтения. В первом случае поступающий должен продемонстрировать умение читать оригинальную литературу по специальности, максимально полно и точно переводить её на русский язык, пользуясь словарём и опираясь на профессиональные знания и навыки языковой и контекстуальной догадки. При просмотровом /беглом/ чтении оценивается умение в течение ограниченного времени определить круг рассматриваемых в тексте вопросов, выявить основные положения автора и перевести текст на русский язык без предварительной подготовки, без словаря. Как письменный, так и устный переводы должны соответствовать нормам русского языка.

Критерии оценки

На вступительном испытании оцениваются:

- объем остаточных знаний по курсу «Иностранный язык»;
- умение использовать теоретические знания в предложенной речевой ситуации;
- полнота ответа, логика в его изложении, умение четко, грамотно и по существу излагать свои мысли на иностранном языке.

Оценки «отлично» заслуживает экзаменуемый, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную, и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой.

Оценки «хорошо» заслуживает экзаменуемый, обнаруживший полные знания учебного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется экзаменуемым, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает экзаменуемый, обнаруживший знание учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Оценка «удовлетворительно» выставляется экзаменуемым, допустившим погрешность в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется экзаменуемому, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Оценка «неудовлетворительно» ставится экзаменуемым, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

Содержание:

1. Письменный перевод текста /со словарём/ по направлению подготовки 51.06.01 Культурология. Объём текста – 2000 печатных знаков, время выполнения - 45 минут (см.Приложение 1).

2. Устный перевод с листа текста общенаучного содержания объёмом 1000 печатных знаков, без словаря, время подготовки - 5 минут.

3. Краткая беседа с преподавателем на одну из следующих тем:

- *Научно-исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева;*
- *Научная деятельность института (факультета);*
- *Круг научных интересов поступающего;*
- *Известные ученые (зарубежные и отечественные) в данном направлении;*
- *Важнейшие достижения научной мысли в избранной области.*

Рекомендуемая литература:

1.Кулиш, С.А. Английский язык: пособие для поступающих в аспирантуру / С.А. Кулиш ; М-во образования и науки Росс. Федерации, ГОУ ВПО Моск. гос. строит. ун-т. ; науч. ред. А.Е. Беспалов. М. : МГСУ, 2011.

2.Белякова, Елена Ивановна. Английский для аспирантов : учебное пособие / Белякова, Елена Ивановна. - М.: Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2014.

3. Балицкая, И. В. Английский язык для аспирантов и соискателей: учебное пособие / И. В. Балицкая, И. И. Майорова, А. Н. Рендович. – Южно-Сахалинск: изд-во СахГУ, 2012.– 80 с.

4.Качалова К.Н. Практическая грамматика английского языка с упражнениями и ключами. СПб.: Базис: Каро, 2006.

5. Худяков А.А. Теоретическая грамматика современного английского языка. – М.:Академия. 2005.

6. Смирнова С.Н. English Grammar Guide for Technical Students: Учебное пособие по английскому языку. – М.: НИЯУ МИФИ, 2010. – 84 с.

Информационно-справочные и поисковые системы

www.onelook.com

www.infoplease.com

<http://www.cogsci.princeton.edu/~wn> — WordNet

<http://thetis.bl.uk/lookup.html> — British National Corpus

<http://wordweb.info/WW2> — WordWeb,

<http://www.multitran.ru>

<http://www.webster.com>

<http://www.foreign-languages.com>

<http://www.language.ru>

Текст 1.

Remote living: Exploring online (and offline) experiences of young people living in rural areas.
Fatimah Awan and David Gauntlett

This article investigates the online and offline experiences of young people living in rural communities. It draws upon data from the AHRC-funded research project, 'Young people's creative understanding of their mediaworlds' (2008–10), in which young people aged 14–15 created 'identity boxes' to explore the place of media in their lives. The article demonstrates that many young people in rural areas were disengaged with new media and highlights why, for some individuals, online inclusion increased their feelings of cultural exclusion. The article reveals that many young people in rural areas made use of new media technologies only when they saw them as having a practical value relevant to their lives. The article further demonstrates the use of a creative visual method as a process which elicits reflective comments about a taken-for-granted world, and contributes empirically to knowledge about young people's uses of new media within their everyday lives.

Introduction

It is often claimed that the traditional notion of the media 'audience' is collapsing, especially for young people, as engagement with popular culture today means creating and sharing media as well as consuming it (for example, this has been the starting point for each of the 'Transforming Audiences' conferences 2007, 2009 and 2011; see www.transformingaudiences.org.uk). Traditional models, which were based around notions such as the 'reception' of television broadcasting or the 'reading' of mass-produced media products, are now only partially useful. Today's media consumers also can be media producers, sharing images and music that they have created online, making online presentations of self (as on Facebook and Twitter), collaboratively producing knowledge in wikis, and using various Web 2.0 tools to communicate, share information, ideas and media materials, and to express themselves.

Текст 2.

Previous studies have gathered data about young people's access, usage and preferences in relation to new technologies, and connected them with issues of regulation and parental involvement. In the UK the most significant study of this type has been the ESRC-funded 'UK Children Go Online' (Livingstone and Bober, 2005; see also Livingstone, 2009), alongside more specific surveys such as Marsh et al. (2005), focused on children from birth to six, and Valentine et al. (2005), which concerned young people's home use of new technologies for educational purposes. Industry surveys may have gathered similar information, but often their findings are not fully accessible. Furthermore, Buckingham (2007; Carr et al., 2006) has conducted a number of studies of children and new media in terms of children's culture, gaming and educational policy, and other studies recently have examined user-generated content, MySpace and the YouTube phenomenon (see for example, Burgess and Green, 2009; Gillmor, 2006; Snickars and Vonderau, 2009).

In addition, writers such as McMillan (2006) have sought to develop models of interactivity and, more broadly, the multitude of ways in which people are using the internet to communicate, interact and express themselves have been discussed in the collections edited by Gauntlett and Horsley (2004), Tremayne (2006), and others. There have also been many contributions to

theories of the information society proposed by writers such as Benkler (2006), Castells (2000, 2009) and Webster (2006). Nevertheless, many of the empirical studies tend to be predominantly policy-orientated ('Do we need to be worried about teenagers' use of X?') or take technology as their starting point ('What are users doing with technology X?'). Moreover, what becomes apparent when looking at the existing literature on young people's uses of new media is that there are relatively few empirical studies that focus on rural young people's online experiences within their everyday environments and practices (see Valentine and Holloway, 2001), and much of this work is specific to the USA (e.g. Bell et al., 2004; Ito et al., 2009).

Текст 3.

Another important context for this project is the growing interest in creative and visual methods within social research, in which a diversity of techniques – such as collage-making, drawing, video-making, photography and building models – have been employed to explore people's attitudes, feelings and experiences on a particular issue (e.g. Belk et al., 2003; Bloustein, 1998; Guillemin, 2004; Holliday, 2004; Radley et al., 2005; Raggl and Schratz, 2004; Young and Barrett, 2001). For example, a study by Radley et al. (2005) asked homeless adults to photograph places and activities of personal significance in order to 'collect a series of glimpses of the city as seen through their eyes' (2005: 276). The researchers then discussed the images produced with the participants, which led to insights into homeless life. Importantly, the photographs did not constitute an object of study in themselves, but served to engender communication which itself became intrinsic to the analysis. Hence, the researchers claimed that this kind of interview can be conceptualised as a dialogic relationship between researcher and participant through which meaning is produced in a dialectical process, and therefore not imposed by either party. Examples of this kind, as well as our own successful exploratory studies in which participants were invited to make video, collage and three-dimensional models (see Awan, 2008; Gauntlett, 1997, 2007), gave us confidence about the benefits of creative and visual methods and their ability to produce insightful findings.

As well as understanding what young people do with the media in all its forms – which to some extent we know already from academic and commercial studies – this study sought to get to grips with the motivations, tensions and conflicts that drive and affect media use and communication, and had an impact upon the outcomes (such as how the self is presented, how new information is responded to, which trends or issues become popular and have advocates, or are deprecated and have detractors). Consequently, this study began with young people's own sense of self and identity, and then sought to explore how traditional and new media fit into this sphere.

Текст 4.

Traditionally, media audience researchers have focused on the consumption of one type of media, or even one particular programme or product (for example, Ang, 1985; Hermes, 1995; Hobson, 1982). However, this study was based on the assumption that in order to gain richer understandings of the place of media in young people's lives we must take a broader view by recognising that individuals encounter and engage with many types of media every day, and that all of these are significant together. Furthermore, it is already becoming clear that traditional quantitative and qualitative research methods only give us a partial understanding of people's media experiences, and as such we need new forms of empirical research to understand more fully the everyday experience of living and participating in a complex mediaworld (see for example, Bird, 2003). This connects with the shift in media audience studies which argues that research participants should not be merely expected to generate talk about their media

consumption, but should be given opportunities to create, and then reflect upon, creative artefacts themselves (Gauntlett, 1997, 2006, 2007).

Participants

As this study set out to develop broader understandings of young people's identities and the place of media within their everyday lives, it was deemed appropriate to select male and female participants from a variety of class and ethnic backgrounds to allow for a wide spectrum of responses. In order to achieve this, schools in Newcastle, Manchester, London, Southampton, Dorset and Cumbria were selected and provided a combined total of 10 groups of young people aged 14–15 for the project (see Table 1 below). Five of the schools had a predominantly 'white' student cohort, while the other three were emphatically multicultural, and the schools were situated in both socially and economically deprived as well as affluent areas. In addition, it was emphasised to teachers that participating groups should not be selected by ability; rather, they should be generally representative of the student body