

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

К. Г. Сіріньок-Долгарьова

ПРОФЕСІЙНО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПРАКТИКУМ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ

Навчально-методичний посібник
для здобувачів ступеня вищої освіти магістра
спеціальності «Журналістика»
освітньо-професійних програм «Журналістика», «Реклама», «Зв'язки
з громадськістю», «Медіакомунікації»
денної та заочної форм навчання

Затверджено
вченою радою ЗНУ
протокол № 2 від 27. 09. 2019 р.

Запоріжжя
2019

УДК:070:659:004.77:811.1(076.5)

C402

Сіріньок-Долгарьова К. Г.

C402 Професійно-орієнтований практикум іноземною мовою : навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійних програм «Журналістика», «Реклама», «Зв'язки з громадськістю», «Медіакомунікації» денної та заочної форм навчання. Запоріжжя : ЗНУ, 2019. 88 с.

Навчально-методичний посібник із дисципліни «Професійно-орієнтований практикум іноземною мовою» містить теоретичні основи курсу, аудиторні і самостійні завдання, запитання для самоперевірки до всіх тем, пояснення щодо виконання індивідуальних завдань, приклади контрольних тестів і завдань, орієнтовні запитання до заліку, список рекомендованої літератури, низку корисних додатків.

Видання призначене для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійних програм: «Журналістика», «Реклама», «Зв'язки з громадськістю», «Медіакомунікації».

УДК:070:659:004.77:811.1(076.5)

Рецензенти –

канд. соц. ком., доцент М. В. Чабаненко,

канд. пед. наук, доцент С. Г. Вавіліна

Відповідальна за випуск –

канд. соц. ком., доцент Ю. В. Любченко

ЗМІСТ

<i>Вступ</i>	4
ЗМІСТ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ	6
Розділ 1. Основи професійної комунікації	6
Тема 1. Професійна та наукова термінологія у сфері мас-медіа.....	6
Тема 2. Написання мас-медійних матеріалів англійською мовою.....	9
Тема 3. Професійне спілкування іноземною (англійською) мовою в письмовій формі.....	17
Тема 4. Ділове та побутове діалогічне спілкування.....	22
Тема 5. Основні презентаційні документи: резюме, CV, мотиваційний / супровідний лист.....	29
Розділ 2. Наука та дослідницька діяльність	35
Тема 6. Жанри та стилі іномовного наукового тексту.....	35
Тема 7. Підготовка та участь у міжнародних наукових конференціях (програмах досліджень).....	38
Тема 8. Етапи проведення наукового дослідження міжнародного рівня.....	43
Тема 9. Особливості написання наукових статей іноземною мовою.....	48
Тема 10. Оформлення наукового дослідження, кваліфікаційної роботи магістра.....	53
Тема 11. Підготовка до міжнародних грантових програм.....	58
<i>Приклади контрольних тестів і завдань</i>	63
<i>Запитання для актуалізації знань</i>	66
<i>Рекомендована література</i>	68
<i>Додаток А. Приклади оформлення бібліографічного опису за міжнародним стилем APA Style bibliography</i>	70
<i>Додаток Б. Короткий гід з правилами написання новин за стилем Associated Press (AP Style)</i>	72
<i>Додаток В. Приклади англійського резюме і CV, мотиваційного і супровідного листів</i>	74
<i>Додаток Г. Українсько-англійський глосарій термінів і понять у сфері наукових медіадосліджень</i>	80
<i>Додаток Д. Приклад аплікаційної форми програми мобільності Еразмус+ в University of Nicosia (Кіпр)</i>	85

ВСТУП

Дисципліна «*Професійно-орієнтовний практикум іноземною мовою*» є нормативною, складається з двох розділів і викладається на першому році навчання для слухачів магістратури освітньо-професійних програм «Журналістика», «Реклама», «Зв'язки із громадськістю» і «Медіа-комунікації».

Перший розділ дисципліни має назву «*Основи професійної комунікації*», його зміст націлено на опанування студентами основної професійної та наукової термінології, написання мас-медійних матеріалів, презентаційних документів, побутового і ділового діалогічного спілкування.

Другий розділ «*Наука і дослідницька діяльність*» спрямовано на викладання студентам основ стилістики англomовних наукових текстів, етапів проведення наукового дослідження міжнародного рівня, особливостей написання наукових статей іноземною мовою, оформлення наукового дослідження, магістерської роботи, підготовки до міжнародних грантових програм.

Метою викладання цієї навчальної дисципліни є формування професійно-орієнтованої комунікативної компетентності для забезпечення ефективного спілкування в освітньому, професійному, науковому та інших середовищах.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Професійно-орієнтований практикум іноземною мовою» є:

- практичне оволодіння уміннями спілкування іноземною мовою в науковій та професійній діяльності;
- розвиток умінь складання резюме, CV, заяв для отримання грантів і для участі у закордонних стажуваннях, розуміння та інтерпретації інформації з міжнародних науково-метричних баз та видань;
- оволодіння вміннями написання анотацій до наукових статей у міжнародні фахові видання;
- подолання комунікативних та інших психологічних бар'єрів спілкування іноземною мовою.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- базову фахову термінологію іноземною мовою;
- основні фахові міжнародні видання та науково-метричні бази даних в галузі мас-медіа, можливості використання їх інформативного потенціалу для проведення досліджень;
- структурні елементи та стилістичні особливості статей іноземною мовою і анотацій до них, наукових доповідей на конференціях;
- специфіку створення особистих резюме та CV іноземною мовою.

вміти:

- володіти і вільно оперувати фаховою іноземною термінологією;
- користуватися сучасними міжнародними академічними виданнями та спеціалізованими науково-метричними базами даних у галузі мас-медіа;
- користуватися сучасними спеціалізованими словниками з різних галузей науки і техніки;

- володіти електронними засобами перекладу як у режимі on-line, так і спеціалізованими програмними продуктами (Lingvo тощо);
- складати анотації та резюме статей іноземною мовою;
- писати наукові статті іноземною мовою;
- складати особисте резюме та CV;
- писати мотивовані листи на одержання гранту чи для проходження стажування;
- складати анотації до кваліфікаційних робіт іноземною мовою;
- розробляти презентації до доповідей та виступати на науковій конференції.

Згідно з вимогами освітньо-професійних програм студенти повинні досягти таких **результатів навчання (компетентностей)**:

1. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
2. Здатність спілкуватися іноземною мовою.
3. Здатність опановувати знання й розуміти предметну сферу та професійну діяльність.
4. Здатність працювати в міжнародному контексті.
5. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
6. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).
7. Здатність працювати в команді й автономно.
8. Здатність цінувати й поважати різноманітність і мультикультурність.
9. Здатність навчатися й оволодівати сучасними знаннями.

Міждисциплінарні зв'язки. Курс пов'язаний з іншими дисциплінами теоретичної та практичної підготовки, такими як: «Агенційна журналістика», «Теорія та історія журналістики», «Теорія та методика журналістської творчості», «Теорія та історія соціальних комунікацій», «Мас-медіа і міжкультурна комунікація».

Рівень оволодіння одержаними знаннями і вміннями студенти мають показати під час виконання аудиторних і самостійних завдань, максимально наближених до реальних ситуацій професійного й академічного міжкультурного спілкування, під час виконання і тестів, а також індивідуальних домашніх завдань.

ЗМІСТ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Розділ 1. Основи професійної комунікації

Тема 1

ПРОФЕСІЙНА ТА НАУКОВА ТЕРМІНОЛОГІЯ У СФЕРІ МАС-МЕДІА

План

1. Сучасні комунікації та мас-медіа у Великобританії та США.
2. Професійна мас-медійна термінологія.
3. Наукова термінологія досліджень у сфері мас-медіа.

1. Сучасні комунікації та мас-медіа у Великобританії та США.

Мас-медіа англомовних країн (насамперед Великобританії і США) становлять розгалужену систему засобів масової комунікації: традиційних і нових (у мережі інтернет).



Для короткого ознайомлення із цією системою рекомендовано прочитати уривок із книги Wimmer R. *Mass Media Research: An Introduction*. 10th ed. London : Thomson, Wadsworth, 2014. 496 p. Після прочитання охарактеризуйте поняття «мас-медіа», «масова комунікація».

Chapter 1. Science and Research. Introduction. P. 2-3:

When hearing the words *mass media research* for the first time, many people ask two questions: (1) What are the mass media? and (2) What types of things do mass media researchers investigate? Let's address these questions before getting to the specifics of research.

What are the mass media? In order to answer this question, we must first back up and define **mass communication**, which is *any form of communication transmitted through a medium (channel) that simultaneously reaches a large number of people*. Mass media are the channels that carry mass communication. However, categorizing what a mass medium is has become complicated during the past several years. Our previous definition of the mass media has been *any communication channel used to simultaneously reach a large number of people, including radio, TV, newspapers, magazines, billboards, films; recordings, books, and the Internet*.

Our traditional definition of mass media is no longer applicable to the new high-tech communication channels, and we now add a new category to the list. We call the new category **smart mass media**, which include **smartphones**, **smart TVs**, and **tablets** – three media that are essentially computers. As stand-alone devices, each of these media can function as an individual mass medium. For example, using these smart media, one person or one organization can now communicate simultaneously

with hundreds of thousands or even millions of people via tweets, text messages, social media posts, and email. However, smart media can access the Internet and additionally serve the function of all other mass media. For example, a person can watch TV and movies; listen to radio and recordings; or read a magazine, book, or newspaper, all using a smart media device. In short, smart media represent yet another form of mass communication, and our revised definition of mass media is therefore *any communication channel used to simultaneously reach a large number of people, including radio, TV, newspapers; magazines, billboards, films, recordings, books, the Internet, and smart media.*

What types of things do researchers investigate? Here are a few examples:

- Which format should a radio station adopt?
- Which songs should a radio station play?
- What type of hosts do listeners want on a radio station's morning show?
- How do viewers evaluate a pilot for a new TV show?
- What do viewers like most and like least about their favorite local TV news program?
- How effective is advertising on TV, radio, the Internet, and in all types of print?
- Which ads do readers see most often in their local newspaper?
- How many people regularly read newspapers?
- How are cell phones affecting people's use of the other mass media?
- Who should be the spokesperson for a new consumer product?
- Who should be the host of a new TV game show?
- Are there more violent acts on TV now than five years ago?
- What are the characteristics of successful websites?
- Is there a way to predict the success of a smartphone app before it is released?
- How many employees read their company's internal newspaper or newsletter?
- What kinds of people watch TV online?
- Why do some people prefer Internet radio stations to broadcast radio stations?

The types of questions investigated in mass media research are virtually unlimited. However, even this short list demonstrates why it's necessary to understand mass media research – because literally every area of the mass media uses research, and anyone who works in the media (or plans to) will be exposed to or will be involved in research. Our goal in this book is to introduce you to mass media research and dispel many of the negative thoughts people may have about research, especially a fear of having to use math and statistics. You will find that you do not have to be a math or statistics wizard. The only thing you need is an inquiring mind. What types of things do mass media.

2-3. Професійна та наукова мас-медійна термінологія.

Усі зміни, що відбуваються в науковому, культурному та політичному житті суспільства, позначаються в першу чергу на їх складниках – термінології та професійній лексиці, що відображають теоретичну та практичну сфери фахових мов, в яких вони досягають своєї особливості та точності. Для

позначення спеціальної мови мас-медіа можна використовувати поняття «фахова мова», яке всебічно охоплює різні типи термінів, професіоналізми, професійні сленгізми тощо. Отже, фахова мова – це сукупність усіх мовних засобів, що вживаються у сфері певної професійної діяльності для ділового спілкування між працівниками тієї чи тієї галузі.

Терміни складають чітку систему – термінологію, що відображає категорійно-понятійний апарат галузі знань чи сфери діяльності і є інформативним ядром наукового стилю. Термін, на відміну від звичайного слова, не називає поняття, а навпаки, поняття приписується терміну, додається до нього. Тобто конкретний зміст поняття, що визначається терміном, зрозумілий лише завдяки його дефініції – логічному, лаконічному визначенню, що містить суттєві ознаки предмета або поняття. Наприклад, дефініцією журналістського терміна «репортаж» є «інформаційний газетно-журнальний жанр, оперативна, емоційно забарвлена розповідь очевидця про подію чи явище», дефініцією терміна «телеінтерв'ю» – «жанр телеінформації, що має форму розмови журналіста з авторитетною особою на актуальні суспільно-політичні, господарські, культурно-мистецькі теми», а дефініцією терміна «радіодень» – «композиційно завершена денна програма студії»¹. Наукова термінологія мас-медійних досліджень коротко представлена у додатку Г.

Індивідуальне домашнє завдання (максимум – 20 балів):

Укласти англо-український тлумачний міні-словник професійної термінології згідно з власною освітньо-професійною програмою (журналістика, реклама, зв'язки із громадськістю, медіакомунікації) – до 20-30 термінів з наукової і професійної комунікації. Результат представити письмово, тлумачення термінів подати обома мовами.

Критерії оцінювання:

1) Термінологія різноманітна, повністю стосується професійної комунікації, оформлена згідно вимог до словникових статей, у кількості 20-30 слів – 15-20 балів;

2) Термінологія різноманітна, певною мірою або опосередковано стосується професійної комунікації, оформлена згідно вимог до словникових статей, у кількості 10-20 слів – 10-14 балів;

3) Термінологія одноманітна, опосередковано стосується професійної комунікації, оформлена з недотриманням вимог до словникових статей, у кількості до 10 слів – 0-9 балів.

? Запитання для самоперевірки:

1. Як американські вчені характеризують мас-медіа за видами?
2. Які особливості мас-медійних досліджень?
3. Яку лексику називають фаховою? Назвіть приклади медійної лексики.

¹ За матеріалами статті: Зоря Г. Професійна мова журналістики. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія Журналістика*. Випуск № 21. 2014. С. 25-26.

НАПИСАННЯ МАС-МЕДІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

План

1. Написання новин для англомовних медіа.
2. Правила стилю *Associated Press*.
3. Написання прес-релізів.
4. Написання рекламних статей (*едветоріал*).

1. Написання новин для англомовних медіа.

Новини – чи не основний продукт журналістики від самої її появи. Новини, виробництво яких раніше було важким і затратним процесом, нині скрізь оточують нас: висвічуються на дисплеях комп'ютерів, розміщені на білбордах, у громадському транспорті, у літаках і в мобільних телефонах. Підхід до написання новин у західній журналістиці дещо відрізняється від того, який свого часу був поширений у СРСР. На думку німецького дослідника З. Вайшенберга, відбір та подача новин у мас-медіа різних культур відбувається по-різному, відповідно до конкретних суспільних умов та мети медіаорганізацій. У країнах Заходу основою для роботи мас-медіа є інтерес громадськості; у країнах так званого третього світу критерії для відбору новин визначаються завданнями національного відродження та суспільного виховання; у соціалістичних країнах стосовно того, що становить інтерес, є (чи були) вказівки на основі марксизму-ленінізму – новини є орієнтирами для суспільно-політичного розвитку. Сучасний тип новин та принципи їхньої побудови виникли разом із появою комерційної журналістики в США².

Загальну характеристику новин пропонують як закордонні, так і українські дослідники, розділяючи новини на ті, що «продаються», «поверхові», «прості», «об'єктивні», «динамічні», «цікаві», «стилізовані», «суттєві», «тверді», «м'які» та ін. За канонами англомовної журналістики, новини мають відповідати на 5 «W»: «Who?», «What?», «Where?», «When?», «Why?» («Хто?», «Що?», «Де?», «Коли?» і «Чому?»). Іноді сюди включають ще два питання: «How» і «Which» («Як?» і «Котрий?»). Як слушно зазначає В. Іванов, треба мати на увазі, що англійське слово «news» означає не лише інформацію в цілому, а й окреме інформаційне повідомлення: «a piece of news»³. Воно має низку синонімів: інформаційний матеріал (*news-story*), замітка (*item*), репортаж (*report*)⁴.

Поняття «новини» в його сучасному англомовному звучанні з'явилося із появою масових засобів зв'язку («news» замінило «tidings»). Л. Землянова подає таке трактування англійського слова «news» – «нові відомості, вісті,


² Вайшенберг З. Новинна журналістика : [навч. посіб.] / [за загал. ред. В. Ф. Іванова]. Київ : Академія Української Преси, 2004. 262 с.

³ Іванов В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : [монографія]. Киев : Академия Украинской Прессы ; Центр Свободной Прессы, 2009. Ч. 1 : Информация и коммуникация, 2009. 190 с.

⁴ Nash W. R. How Newspapers Work. N.Y. : Oxford Pergamum Press, 1964. 119 p.

повідомлення про різні, але перш за все, найважливіші події у країні й світі»⁵. Дослідниця говорить про те, що в англійській мові слово news є логічною основою великої кількості термінів на позначення професійної атрибутики журналістів – спеціалістів, які займаються збором, обробкою і розповсюдженням повідомлень різними інформаційними каналами зв'язку: news editor – редактор відділу новин, news gatherer – збирач новин, newsreader / anchor – диктор, який повідомляє новини по радіо чи телебаченню, latest news – останні новини, foreign news – повідомлення з-за кордону, stop-press news – негайні новини, newsbreak (breaking news) – події, що заслуговують висвітлення у ЗМІ через свою важливість або сенсаційність, newshawk – «мисливець за новинами», репортер, news digger-upper – репортер, «розкопувач новин», newscasting – процес передачі (трансляції) новин каналами радіо і телебачення, news bulletin – підбірка останніх, найсвіжіших новин та багато ін.

Таке різноманіття використання слова «новина» в англійській мові свідчить про ґрунтовність підходів до написання новин у західній журналістиці. Сучасні українські стандарти новинної журналістики значною мірою походять саме з американської традиції преси, зокрема від положення «News not views» («Новини без поглядів», 1923).

 Для розуміння підходів до написання новин англійською мовою рекомендовано прочитати уривок із книги McKane A. *News Writing*. 2nd ed. London : SAGE Publishing, 2013. 192 p. Опишіть основні характеристики поняття «новини», критерії новинної цінності інформації.

Chapter 1. What Makes news

Some potential news stories are easy to spot, even for a new trainee journalist: a freak storm, an accident, or something happening to a celeb, anyone can see that such stories will hit the headlines. But seeing the news in a more mundane event, and knowing how to write it so that it will grab the reader, takes some experience. The ability to spot a news story or news angle is second nature to experienced journalists. It is hard for them to imagine NOT being able to see what makes a good news story, and sometimes hard for them to imagine that a trainee can't see it. Maybe all students and trainees have to face having their ideas rejected a few times, and also being teased for not spotting a good story, to help them work out what exactly makes news.

One of the most-quoted definitions of news is that of William Randolph Hearst, the press baron who was the model for Orson Welles's *Citizen Kane*:

News is something somebody wants suppressed – all the rest is advertising.

This sounds impressive but actually it is nonsense: no one wanted to suppress stories about the sinking of the *Titanic*, the ascent of Everest, or the 2004 tsunami.

Charles Dana, a nineteenth-century editor of New York's *The Sun*, said:

News is anything which interests a large part of the community and which has never been brought to their attention.

⁵ Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации : англо-русский толковый словарь концепций и терминов. Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2004. 415 с.

This is a much better definition, and stresses the two most obvious points: it needs to be something that would interest your readers, and if they already know it, then it is not news. The first of these two criteria pinpoints one of the reasons why it can be hard for beginners to work out what is news: they need to put themselves in their readers' shoes. They need to understand their readers and decide exactly what they are interested in. Whether you are writing for a specialist website or magazine aimed at the hotel trade, a small local paper, or a national news agency, you must picture your average readers and work out what news they will want to read.

Source URL: <https://bit.ly/2lYIm11>.

2. Правила стилю Associated Press.

Associated Press (скорочено AP) – найбільше інформаційне агентство США, всесвітня мережа новин. Агенція заснована в травні 1846 р. за ініціативи видавця газети «New York Sun» Мозеса Біча.

Associated Press обслуговує тисячі ЗМІ (преса, радіо, телебачення) в різних країнах, обмінюється інформацією з багатьма іншими міжнародними і національними інформаційними агентствами, зокрема з українським національним агентством УНІАН.

Написання новин у агентстві відбувається за правилом «перевернутої піраміди»: у тексті новини відразу подається найсуттєвіша інформація, а потім абзац за абзацом – деталі повідомлення. Відомий редактор AP Рене Капон так писав про це: «Новини мають бути написані чітко, стисло, точно й цікаво».⁶



Рекомендовано ознайомитися і перекласти текст новини від Associated Press:

40 rescued migrants brought to Malta; 123 more still at sea

MILAN (AP) – Forty migrants rescued off the coast of Libya were successfully transferred Sunday to Maltese military boats and brought to port, the German rescue group Sea-Eye said, ending another standoff with the European Union over the fate of migrants rescued in the Mediterranean Sea.

Sea-Eye posted photos on Twitter showing the migrants being handed over to the Maltese military. An earlier video showed the migrants cheering at the news that they would be transferred first to Malta, then to other EU countries.

Malta Prime Minister Joseph Muscat announced Saturday on Twitter that the small EU nation would allow the 40 migrants aboard the Alan Kurdi to disembark after a request from Germany. He said the EU commission had organized their transfer to other EU nations.

The Alan Kurdi had headed toward Malta after Italy again refused to open its ports to a humanitarian rescue ship in the Mediterranean Sea.

German Interior Minister Horst Seehofer said Malta “is sending an important signal of solidarity,” ahead of a meeting planned next month in Malta in which the

⁶ Каппон Р. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс : [професійний poradnik] / [пер. з англ. А. Іщенко]. Київ : Вид. дім «Киево-Могилянська академія», 2005. 158 с.

interior ministers from Germany, France, Italy and Malta hope to come up with a way to deal with EU migrant arrivals by sea and avoid repeated standoffs.

Another rescue ship, operated by Spanish aid group Open Arms, remained at sea for a third day with more than 120 migrants who were rescued during two missions in the central Mediterranean.

The aid group said many of the rescued passengers showed signs of having suffered violence in Libya. The boat is currently in international waters near the Italian island of Lampedusa.

Open Arms said Italy threatened to issue a fine of 50,000 euros (\$56,000) if the rescue ship entered Italian waters.

The group said after Italy refused the ship access “it is urgent and necessary to have a safe port” to disembark the passengers.

The Spanish group said its boat rescued 123 migrants on Friday and the Italian coast guard evacuated two pregnant women Saturday.

Migrants attempting to reach Europe by land were stooped in North Macedonia over the weekend. Police said they discovered 45 migrants from Afghanistan, Bangladesh and Pakistan during vehicle checks late Saturday- one a van stopped for a routine inspection near the border with Serbia and the other a truck in the central part of the country.

Police said both drivers were arrested. The 21 people in the van were taken to a town for questioning. The 24 in the truck were transferred to a shelter and were to be deported to Greece, where they came to North Macedonia from.

Source URL: <https://www.apnews.com/220056d1839146dfaa2083f3732082de>.

Короткий гід з правилами написання новин за стилем Associated Press (AP Style) подано в додатку Б.

3. Написання прес-релізів.

Основні структурні елементи прес-релізів і правила їх оформлення:

1. Прес-реліз – це короткий документ, обсяг якого має не перевищувати однієї сторінки формату А-4. До ЗМІ щодня надходять сотні прес-релізів від різних організацій. І, як правило, передусім прочитуються ті, що мають зазначений розмір, оскільки час у працівників мас-медіа, які працюють з кореспонденцією, дуже обмежений. Коли вся інформація викладена на одній сторінці, досвідченому працівникові не потрібно докладати додаткових зусиль на її сприйняття. Він здатний відразу зрозуміти, в чому справа.

2. У прес-релізі має бути новина і розкритий тільки один інформаційний привід. Кілька інформаційних приводів



Рис. 1. Приклад прес-релізу

розсіюють увагу й не концентрують її на головному. Інформаційний привід стане новиною, коли інформація актуальна, цікава читачам/глядачам тих ЗМІ, куди направлений прес-реліз, є суспільно значущою та походить від певних лідерів.

3. У прес-релізі мають бути присутні: дата його надсилання; точна назва організації, яка його випускає; відомості про те, де і в кого можна уточнити наведену інформацію.

4. Композиція прес-реліза дозволяє в необхідних випадках скорочувати його, починаючи з кінця. В реальній практиці тільки частина наведеної інформації може бути опублікованою у ЗМІ. Тому в процесі підготовки прес-релізу інформацію розміщують в порядку зменшення її важливості за принципом "перевернутої піраміди". Головні пункти повідомлення фіксуються в перших двох абзацах. Решта – коментарі, аналіз, відомості, пояснення – у наступних.

5. У прес-релізі має бути заголовок, в якому розкрито інформаційний привід. Він є основним елементом, який привертає увагу і розкриває суть даного документа. Крім цього, заголовок задає тон загального сприйняття тексту повідомлення⁷.



Рекомендовано прочитати текст прес-релізу (зовнішній вигляд цього прес-релізу показано на рис. 1), виділити його основні структурні елементи:

PRESS RELEASE

Contact:
Jon Rizzo
Marketing Director
Vincent Peach
615-378-1374
Jon@VincentPeach.com

FOR IMMEDIATE RELEASE

Vincent Peach Opens New Flagship Store in Marathon Village: Grand Opening Party February 13th, 5-9pm

Nashville, TN, February 3rd, 2016 – Vincent Peach, designer of fine pearl jewelry, has opened a new flagship store in Nashville, TN’s Marathon Village. After a wave of exposure in Oprah’s O Magazine and numerous national publications including celebrity endorsements, the Nashville designer’s new store will function as a home base for the national wholesale operation as well as a showroom for Music City locals and tourists alike.

Vincent notes that: “This location is perfect for us because Marathon Village’s rustic/industrial look from it’s days as an automotive manufacturing facility works perfectly as a backdrop for our handmade leather work, fine pearls and diamond pieces. The old brick and wood beams really allow the work to stand out.” Vincent Peach is inviting members of the press and the public to the Grand Opening Party for the new

⁷ Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 202 с.

store, which will be held at 1310 Clinton Street in Nashville, TN on February 13th from 5-9pm.

Inspired by the designer's Nashville roots and intertwined with the romance of luxury travel, the Vincent Peach jewelry collection is uniquely handcrafted and one of a kind. Combining the casual elegance of leather and the extraordinary beauty of freshwater and Black Tahitian pearls, the bohemian chic collection is artistically crafted to create a feeling of comfort and ease.

The Vincent Peach Collection is available at specialty boutiques nationwide as well as partnerships with Seaside Luxe Boutiques and the Four Seasons Resorts around the world.

####

For More information, contact Jon Rizzo, Marketing Director at 615-378-1374 or email Mr. Rizzo at Jon@VincentPeach.com.

Source URL: <https://bit.ly/2IYIEID>.

4. Написання рекламних статей (едветоріал).

Рекламна стаття (едветоріал – англ. advertorial; походить від поєднання слів: advertisement – рекламне повідомлення + editorial – редакційна стаття) – це різновид рекламного тексту у мас-медіа (газеті, журналі, інтернеті), який є різновидом нативної реклами. Це формат, що використовується з рекламною метою, але за формою та змістом відповідає редакційному контенту (хоча, на відміну від джинси, обов'язково маркується), враховує особливості медійного майданчика та не викликає в аудиторії відторгнення⁸.



Рекомендовано прочитати едветоріал, охарактеризувати його:

Paid for and posted by DELL

January 8, 2014. By Kim Anderson

Will millennials ever completely shun the office?

No workplace topic these days, it seems, is as studied, discussed and dissected as what might be called the “Millennial Problem.”

Specifically, how do millennials — loosely defined as anyone born between 1980 and 1999 – fit into traditional office settings? Does the first generation to grow up in the Internet era have any use for 9-to-5 office culture, or an office at all?

The answers carry a particular weight since millennials will make up three-quarters of the workforce within the next 15 years, according to the U.S. Bureau of Labor Statistics. And nearly half of millennials in a recent survey by Millennial Branding said that workplace flexibility — the option to work anywhere with an Internet connection — is more important than pay. Another 81 percent believe they should make their own schedules, according to an MTV study from 2012.

It's not surprising that so many people should turn away from traditional office hours, said Steven Flory, a 26-year-old Menlo Park, Calif. resident and an engineer at

⁸ Петренко Г. Нативна реклама: що це таке і як вона працює. *Детектор медіа*. 2016. 15 липня. URL: <https://bit.ly/2OF86Ri>.

the cloud-storage service company Dropbox. The 9-to-5 hours are “out of date” and don’t reflect the reality of how work actually gets done, Mr. Flory said.

Balancing digital and real-life collaboration

Mr. Flory’s workplace has perks — including a gym, laundry service and free food — that would entice some workers to put in face time. But he noted that he spends time at the office simply because it’s easier to work with colleagues.

“More effective collaboration occurs when everyone is in the office, so working remotely is definitely the exception and not the norm,” he said.

In other words, the employees of a leading tech company don’t have to come in but do anyway because it’s easier to collaborate.

Despite their reputation as an “always-on” generation – a 2012 study by the U.S. Chamber of Commerce Foundation found that 80 percent of millennials sleep with their phones next to their beds — younger workers said that they are no less susceptible to digital overload from texts, emails, chats and other communications.

“Technology can be like a superpower, letting you do things 10 times faster or 10 times greater than you could without,” said Challen Hodson, director of member experience at Grouper, an online dating startup. But, she added, “Constantly being pinged and bombarded with information can be overwhelming and distracting.”

At important meetings, Grouper employees will stack their phones in the middle of a table to make sure that everyone is focused.

Ms. Hodson, 32, said that while producing quality work is the goal, hanging out with coworkers is also important. “Being in the office with your teammates is part of the fun of working at a startup,” she said.

Look someone in the eyes

The emerging picture of the “millennial workplace” is one that affords workers greater flexibility, but it is also a social hub where workers collaborate, bond and communicate — just as it has always been. An overwhelming majority of millennials and older workers, for instance, value almost equally the ability to talk about their career plans in person, according to a study by the accounting and consulting firm PriceWaterhouseCoopers.

“New tech will allow us to work remotely, but you can’t completely replace in-person communication and collaboration. You’d miss out on important nonverbal cues – eye contact, gestures and body language,” said Josh Miller, the 23-year-old co-founder and C.E.O. of NYC-based startup Branch Media, Inc. “I can always communicate more effectively when I can look someone in the eyes.”

Millennials may have all the tech and tools to evolve the business landscape, but as it appears now, they have no plans to close the office doors for good.

“People are most productive when they’re working at their own pace, on their own time, and the tech world has embraced this,” said Mr. Flory, who said he puts in 55-hour weeks at Dropbox.

But there’s a critical catch. He said the company also has an unofficial requirement that people be available from noon to 5 p.m., which guarantees there is some overlap between employees’ working hours. “It’s kind of our new 9-to-5,” he said.

Source URL: The New York Times. URL: <https://nyti.ms/33nSeWK>.

Завдання для самостійної роботи:

Завдання (на вибір – відповідно освітньо-професійної програми): написати новинний матеріал англійською мовою за вимогами стилю Associated Press (AP style) до 1000 знаків / написати рекламну статтю (advertorial) до 1000 знаків / написати прес-реліз на будь-яку актуальну подію до 1000 знаків.

Критерії оцінювання: завдання виконано у повному обсязі, без помилок, відповідно до вимог відповідного стилю й обсягу – 4-5 балів; завдання виконано частково, з помилками – 2-3 бали; завдання виконано з великою кількістю помилок, частково відповідає вимогам – 1-0 балів.

Додаткове завдання: перекласти текст «Визначення поняття “Едветоріал”»:

Definition of 'Advertorial'

Definition: An advertorial is a form of advertisement in a newspaper, magazine or a website which involves giving information about the product in the form of an article. Usually, a brand pays the publisher for such an article.

Description: Advertorials are advertisements that appear in the media, be it magazines, newspapers or websites. Advertorials are paid content.

They are used by marketers to educate prospective consumers about the features of a product. It can be used to target a specific set of people by choosing the right medium to publish the advertorial.

For example, an advertorial in a business newspaper would involve educating a set of people who are more interested about economy, markets or financial products. It is an effective medium for a company to connect with its consumers through a story, unlike a traditional print ad in a magazine, newspaper or on a website as a banner ad.

An advertorial is more detailed than an advertisement and thus helps consumers understand more about the product. Advertorials are usually written by an ad agency or the client itself. They then purchase the ad space on the website or in a newspaper or a magazine.

It is important to note that as a rule of most publications, the word "advertisement" is mostly printed in small letters at the top or bottom of your advertorial. Some newspapers or magazines chose to push these advertorials in special sections.

Source URL: *The Economic Times.* <https://economictimes.indiatimes.com/definition/advertorial> .

Запитання для самоперевірки:

1. Якими є особливості підготовки новин у західній традиції журналістики?

2. Що таке AP Style? У чому полягають основні правила написання новин за стилем Associated Press?

3. Що таке прес-реліз? Як його правильно підготувати англійською мовою?

4. Чи тотожні поняття advertisement і advertorial? У чому їх подібність чи відмінність? Поясніть відповідь.

ПРОФЕСІЙНЕ СПІЛКУВАННЯ ІНОЗЕМНОЮ (АНГЛІЙСЬКОЮ) МОВОЮ В ПИСЬМОВІЙ ФОРМІ

План

1. Особливості ділової письмової комунікації в англомовних країнах.
2. Різновиди ділових листів англійською мовою.
3. Особливості електронного спілкування англійською мовою.

1. Особливості ділової письмової комунікації в англомовних країнах.

Офіційний лист (або ж діловий) англійською мовою має свої відмінності від неофіційного листа. Є певні стандарти для оформлення ділових листів англійською мовою, хоча деякі відхилення є прийнятними (наприклад, між європейськими і північноамериканськими діловими листами).

Вкрай необхідно створити гарне перше враження на самому початку вашого листа. Використовуйте влучне привітання. При необхідності, якщо формальний лист не в електронному вигляді, вкажіть адресу і прізвище адресату у верхньому правому куті. І потім починайте писати текст.

Обов'язково переконайтеся, що ім'я та прізвище людини написані правильно. Використовуйте «Dear Sir/Madam», якщо ви не знаєте, кому адресується лист. Зазвичай, в офіційному листі привітання завжди розпочинається зі словосполучення «Dear Mr/Ms», в залежності від того, до кого йде звертання (Mr – до чоловіка, Ms – до жінки). Інколи Mr/Ms та прізвище замінюється на «Dear Sir». Після цього йде прізвище того, кому надсилається лист, а за прізвищем йде кома. Наприклад: Dear Mr. John; Dear Ms. Calley; Dear Sir.

Нижче наведені *приклади вступних фраз у діловому листі* (для використання посилок на попередню кореспонденцію; повідомлення причини написання листа)⁹:

With reference to your letter of 7 September, I ... – Посилаючись на ваш лист від 7 вересня, я...

I am writing to enquire about ... – Направляю вам лист з метою уточнення інформації про...

After having seen your advertisement in ... , I would like ... – У зв'язку з вашим рекламним оголошенням у ..., я хотів(ла) ...

After having received your contact information from ... , I ... – У зв'язку з отриманням ваших реквізитів (контактних даних) від ..., я ...

I received your address from ... and would like ... – Я отримав ваші контактні дані від ... і хотів би ...

We / I recently wrote to you about ... – Нещодавно ми / я направляли(в) вам інформацію про ...

⁹ Як написати діловий лист англійською мовою: особливості і тонкощі. URL: <https://bit.ly/2GQuIaW>.

Thank you for your letter of 3 November. – Дякую вам за ваш лист від 3 листопада.

Thank you for your letter regarding ... – Дякую вам за ваш лист відносно ...

Thank you for your letter/e-mail about ... – Висловлюю вам вдячність за ваш лист / електронний лист про ...

In reply to your letter of 2 June, ... – У відповідь на ваш лист від 2 червня ...

У діловому листі може знаходитися адреса відправника та отримувача, а також підпис у кінці листа.

Лист повинен мати чітку структуру:

1) традиційно лист починається зі звертання: «Dear Sir» тощо;

2) короткий вступ – згадка про минулі листи й контакти або коротке пояснення, хто такий автор і чому він пише;

3) кілька наступних абзаців – основна частина;

4) в останньому абзаці автор повинен підбити підсумки, тобто поставити питання, попросити про щось або запросити на зустріч;

5) завершення: «Best wishes» (англ. всього найкращого) і т. п.;

6) після завершальної фрази необхідно підписатися – вказати своє ім'я та прізвище. В офіційному листі після імені треба також вказати свою контактну інформацію (посаду, телефон, електронну скриньку і т. п.).

На завершення ділового листа в останньому абзаці варто писати: «Please feel free to contact us in case you have any questions. (Звертайтеся у разі виникнення будь-яких питань)». Або вживати такі вирази, у випадку якщо ви хочете докласти додаткові документи, фотографії: «I am enclosing... » або «Please find the enclosed/attached ...».

Наприкінці завжди зазначається: «Yours faithfully» або «Yours sincerely», що перекладається як «З повагою, Ваш(а)...» для адресатів, яких знаєте добре. У менш офіційних листах можна використовувати: «Best regards» або «Kind regards». Наприкінці листа потрібно поставити (свій підпис) прізвище і посаду.

Наступні фрази зазвичай використовуються для завершення листа:

If you require any further information, feel free to contact me at any time. / Should you need any further information, please do not hesitate to contact me at any time. / If you have any further questions, please do not hesitate to contact me – Якщо Вам потрібна додаткова інформація, звертайтеся в будь-який час.

Look forward to hearing from you. – З нетерпінням чекаю на Вашу відповідь.

I look forward to seeing you. – З нетерпінням чекаю на зустріч з Вами.

Please advise as necessary. – За необхідності вносьте свої рекомендації.

We look forward to a successful working relationship in the future. – Ми налаштовані на успішну співпрацю з Вами у майбутньому.

Once again, I apologize for any inconvenience. – Ще раз прошу вибачення за будь-які незручності.

We hope that we may continue to rely on your valued custom. – Ми сподіваємось, що можемо покластися на Ваші цінні замовлення.

I would appreciate your immediate attention to this matter. – Я був би вдячний за Вашу безпосередню увагу до цього питання.

I await your reply with interest. – Я очікую Вашої відповіді з зацікавленістю.

We look forward to building a strong business relationship in the future. – Ми налаштовані на побудову міцних ділових стосунків з Вами у майбутньому.

I look forward to our meeting on the 7th of October. – Я з нетерпінням очікую нашої зустрічі 7 жовтня.

Thanks for your extremely helpful attention to this matter. – Дякую за Вашу надзвичайно корисну увагу до цього питання.

Thanks again for your attention, consideration, and time. – Ще раз дякую за увагу, розгляд і час.

It's always a pleasure doing business with you. – З Вами завжди приємно мати справу.

Thanks again for sharing your expertise in this matter. – Ще раз дякую за обмін досвідом у цьому питанні.

I am looking forward to getting your input on this issue. – Я з нетерпінням чекаю можливості зробити ваш внесок у це питання.

Приклади виразів наприкінці ділового листа:

- Sincerely (Сердечно);
- Sincerely yours (Щиро Ваш);
- Regards (З повагою);
- Best (Всього найкращого);
- Best regards (З повагою);
- Kind regards (З найкращими побажаннями);
- Yours truly (Щиро Ваш);
- Most sincerely (Сердечно);
- Respectfully (З повагою);
- Respectfully yours (З найглибшою пошаною);
- Thank you (Дякую Вам);
- Thank you for your consideration (Дякую Вам за увагу),

У офіційних ділових листах не можна використовувати розмовний сленг і скорочення: Later, Thanks, TTYL, Warmly, Cheers тощо.

2. Різновиди ділових листів англійською мовою.

Комерційний лист. Sales Letter.

Типові комерційні (рекламні) листи починаються з привернення уваги читача, оскільки мета – спонукати його до дії. Такі листи містять заклики, докладний опис користі для читача, номера телефонів або посилання на сайти.

Лист-запит. Inquiry Letter.

Листи з запитом задають питання з метою отримання інформації від отримувача. Такий лист має бути ясным і коротким, містити найнеобхіднішу інформацію і контактні дані.

Лист-нагадування. Follow-Up Letter.

Зазвичай це рекламний лист, надісланий після першого (вступного) листа. Це може бути відділ продажу, який дякує клієнту за оформлення замовлення, бізнесмен, який проводить огляд результатів зустрічі, або людина у пошуку

роботи, яка ставить питання про статус своєї заяви. Найчастіше такі листи є комбінацією подяк і комерційного листа.

Рекомендаційний лист. Letter of Recommendation.

Потенційні роботодавці часто запитують у кандидатів такі листи, перед тим як наймають їх. Цей тип листа зазвичай є відгуком попереднього роботодавця (чи співробітника) про здобувача під кутом зору професійності.

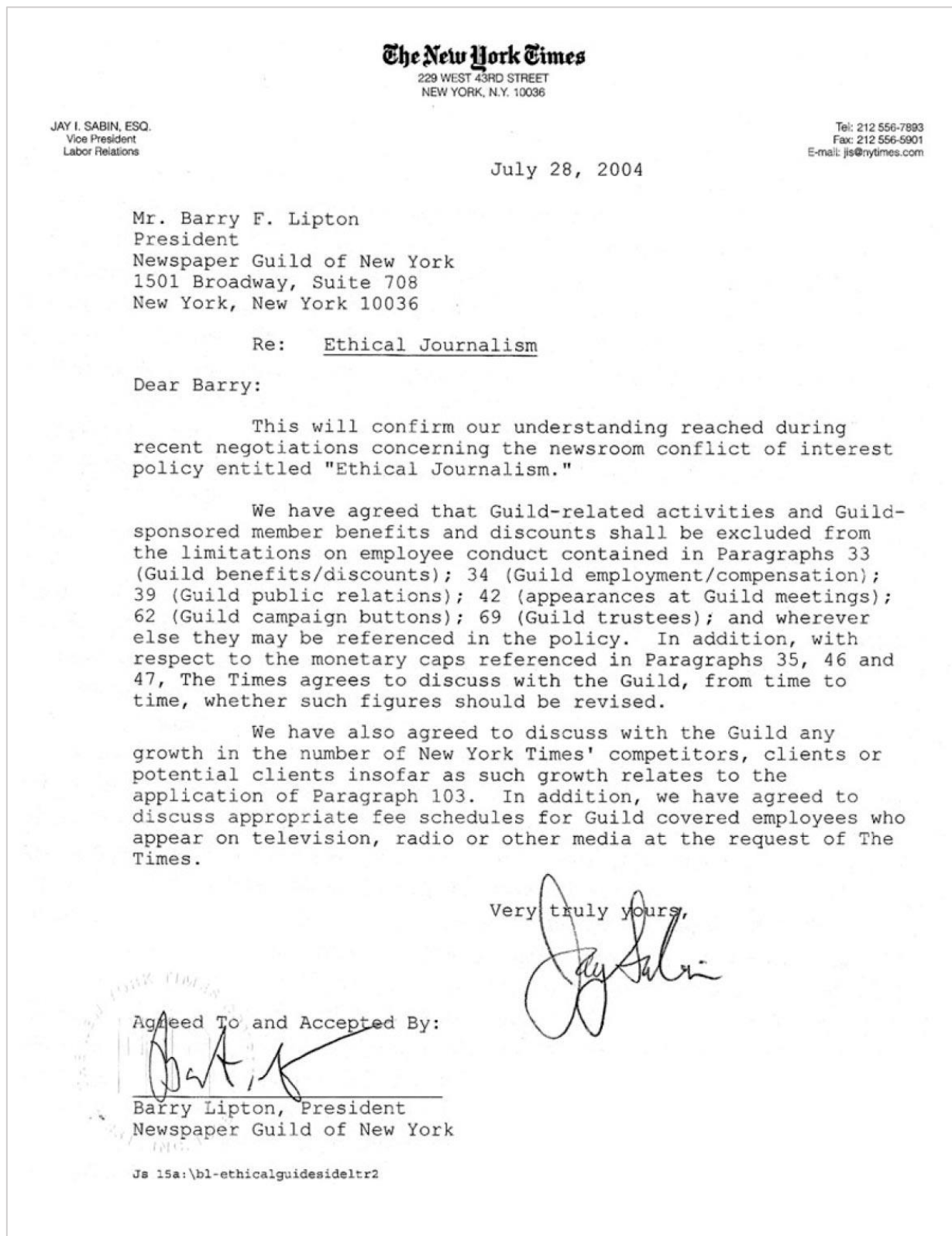


Рис. 2. Приклад офіційного листа англійською мовою від The New York Times

Лист-підтвердження. Acknowledgment Letter.

Компанії надсилають листи-підтвердження, щоб повідомити отримувачу, що вони отримали попереднє повідомлення з інформацією, документами або іншими матеріалами, раніше досягнутими домовленостями, намірами і тощо. Лист-підтвердження є знаком глибокої уваги і поваги до отримувача.

3. Особливості електронного спілкування англійською мовою.

Деякі правила написання ділового листа електронною поштою¹⁰:

- тема повідомлення повинна бути короткою й чіткою. Так писати не варто:
 - «Re Re Re Re - URGENT !! REAd And Answer!» – краще прибрати зайві слова з теми і підкоригувати сам e-mail.
 - «Quick Question...» – всі листи так чи інакше містять у собі питання.
 - «for you only» – людина може пропустити такі «особисті» листи як спам.
 - «Meeting is rescheduled to 5th of May, 5th floor, room 18» – коротко і зрозуміло, але в темі листа вже написана вся потрібна інформація, відкривати його не будуть.
- назва електронної скриньки, з якої надсилається офіційне повідомлення, повинна бути варіантом імені й прізвища – ніяких прізвиськ чи «нік-неймів»;
- не використовуються скорочення типу don't, we'll, won't, we're – ці вислови повинні бути повними, тобто do not, we will, will not, we are;
- варто використовувати вступні слова, наприклад, First of all (Перш за все), However (Однак), Therefore (Тому);
- не використовується розмовна лексика.

Приклад: Містер Блек пише Міс Грін і дякує за запрошення на роботу помічником редактора журналу:

Subject line: Position of the Assistance Editor

Greeting: Dear Ms. Green,

Intro: Thank you very much for offering me the position of Assistance Editor in your magazine. I have for a long time admired the high level of professionalism that your magazine displays, and therefore I consider it the privilege to work with you.

Body: I intend to demonstrate that you made no mistake by hiring me by performing my job the best way I can. I have already contacted the HR department and they provided me with the details I need to start the project right away.

Action: Look forward to cooperating with you in the nearest time.

Goodbye:

Yours sincerely,
John Black

¹⁰ Кванчіані Т. Як написати формальний лист англійською. *Green Forest Journal*. 2019. 19 березня. URL: <https://greenforest.com.ua/ua/journal/read/kak-napisat-delovoe-pismo-na-anglijskom>.

Ці усталені норми свідчать про те, що англійська мова досить формальна й чітко визначає те, як треба оформлювати ділові листи. Сьогодні рідше надсилаються паперові листи, але саме правила їхнього оформлення лягли в основу сучасних електронних повідомлень.

Завдання для самостійної роботи:

Завдання: написати офіційного англомовного ділового листа до уявного партнера / клієнта в США чи Великобританії щодо можливості співпраці (запрошення на подію, прес-тур, конференцію тощо).

Критерії оцінювання: завдання виконано у повному обсязі, без помилок, відповідно до вимог укладання ділової кореспонденції – 3 бали; завдання виконано частково, з помилками – 2 бали; завдання виконано з великою кількістю помилок, частково відповідає вимогам – 1 бал.

? Запитання для самоперевірки:

1. Якою є структура офіційного ділового листа в англомовних країнах?
2. Якими основними фразами розпочинають лист? А якими зазвичай завершують?
3. Що необхідно обов'язково зазначити на початку та в кінці листа?
4. Які слова і фрази не варто використовувати у діловий переписці англійською мовою. Чому? Наведіть приклади.

Тема 4

ДІЛОВЕ І ПОБУТОВЕ ДІАЛОГІЧНЕ СПІЛКУВАННЯ

План

1. Прес-конференція.
2. Правила роботи над інтерв'ю.
3. Телефонна розмова.
4. Побутове спілкування під час відрядження медійника.

1. Прес-конференція.

Прес-конференція – захід, на який запрошуються представники мас-медіа з метою повідомлення про певну подію та її обговорення. На прес-конференції журналісти мають змогу поставити будь-які запитання в межах окресленої теми. Такий захід проводиться за ретельно підготовленим сценарієм. Щоправда, прес-конференція може бути і незапланованою. Її різновид – брифінг, це коли організатори виголошують свої заяви чи міркування, натомість журналістських запитань не передбачається¹¹.

До прес-конференції необхідно ретельно готуватися. Варто насамперед осмислити зміст заявленої теми й ознайомитися з досьє учасників майбутньої зустрічі. Така робота неодмінно допоможе журналістові знайти якісь

¹¹ Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики : практичний посібник. Київ : Україна молода, 2010. 120 с.

«родзинки». Прес-конференція ґрунтується на запитаннях-відповідях – діалогічному мовленні.

Основні вимоги до запитальної стратегії поведінки журналіста є такими.

- Запитання необхідно добре продумати і висловити стисло та виразно.
- Запитання повинне мати запитальну стилістику, інакше буде не зрозуміло: журналіст про щось запитує чи просто розмірковує вголос.

- Ставити запитання потрібно тільки одне. Коли одночасно ставиться два-три, то здебільшого відповідь розпорошується, чи й зовсім якесь запитання «зависає»; як правило, ґрунтовно відповідають на останнє запитання, а перше забувається.

- Важливо уважно слухати, що запитують колеги, бо нерідко журналісти повторюються і їм зауважують – «відповідь на це запитання щойно вже було дано».

- Не варто під час прес-конференції вступати в полеміку, бо це регламентований захід, який зазвичай триває не більше години. Полеміка може завадити колегам з'ясувати свої питання.



Рекомендовано ознайомитися з транскриптом прес-конференції. Визначіть учасників заходу, сформулюйте основні думки, висловлені ними:

English for Journalists – A Political Press Conference. Transcript

Minister: Good morning. Thank you for coming. I'm ready to take your questions.

Journalist 1: Minister, your department has just announced a 3% tax increase on fuel, and yet earlier this year you stated that you had no plans to increase fuel taxes. Can you explain this change in policy?

Minister: To begin with, I'd like to make it clear that this is not a change in policy. We've always said that we will respond to changes in world markets when and as necessary. And while it is true to say that earlier in the year we saw no reason to make any changes to fuel tax, that statement applied to the situation then. As you know, oil prices have decreased dramatically in recent months, and we are simply responding to this change in the market. Consumers have been enjoying lower fuel prices for some time, but this has resulted in a decrease in our revenues. We are simply redressing the balance.

Journalist 2: Isn't it fair to say, minister, that this is yet another unfair tax on the motorist?

Minister: No, that is simply not true. As I said, fuel prices have actually gone down over recent months. This slight adjustment in fuel tax means that, in real terms, motorists are actually paying less for their petrol than at the beginning of the year. We made this adjustment so that tax revenues, which help pay for our department's commitment to environmental issues, amongst other things, will increase.

Journalist 3: In your election manifesto last year, you promised no new taxes.

Minister: With all due respect, sir, this is not a new tax.

Journalist 3: But this is an increase in taxation. Erm, doesn't that amount to the same thing?

Minister: Ha, ha, I think that it would be a very foolish government who stated they would never raise or, for that matter, decrease taxation in response to global circumstances.

Journalist 1: But if oil prices are falling, why should the motorists have to pay more for fuel?

Minister: I'd like to say it again that in real terms, this is not an increase in fuel prices. Let me give an example. On the 31st of January, a litre of diesel cost 79.9p. Today, a litre of diesel costs 79.1p. That's a decrease of 0.8p per litre, and you'll find a similar decrease in the cost of petrol. Now, are there any further questions?



Після прочитання транскрипту варто прослухати аудіо-файл із записом цієї прес-конференції, доступний за посиланням: Learn English. British Council URL: <http://learnenglish.britishcouncil.org/political-press-conference>

2. Правила роботи над інтерв'ю.

Інтерв'ю є чи не найголовнішим жанром і методом збору інформації у журналістиці. Воно побудовано на діалозі інтерв'юєра і інтерв'ююваного.



Рекомендовано ознайомитися з транскриптом розповіді журналіста з порадами щодо роботи над інтерв'ю, зреферуйте їх:

Journalist giving advice on interviewing techniques. Transcript

I know it sounds obvious, but you really must prepare before the interview. Find out as much as you can about the person you're going to interview, and the subject matter of the interview. Prepare your questions in advance. Think about the order you will ask them. A rule of thumb is to ask questions about facts first, leaving opinion questions until later. Most people find questions about facts much easier to answer, so they start to feel more at ease. Spend a little time imagining how you hope the interview will go. Visualise yourself in the situation, introducing yourself, asking the first question.

Think about where the interview will take place. Try to interview the person in a place which is appropriate to the interview – their place of work, for example. Interviewing a person on their territory can put them at ease, and also provide you with colour for your story.


How you start the interview can influence how successful it will be. Be confident and courteous. Start by introducing yourself, and stating the reason for the interview. Set your ground rules. For example, you may want to insist that the interviewee says in advance if they want what they say to be off the record.

During the interview, you should be polite but firm. Ask your questions in a confident manner, and listen carefully to the answers. Very often an inexperienced interviewer will simply go through their list of questions, not realising that some of them have already been answered. Use your list of questions as a base for the interview,

not a rigid script. Ask follow-up questions. Ask for evidence to support any claims made by the interviewee. Don't be afraid to ask 'How do you know that?' But never ask leading questions. Let the person say what they want to say, not what you want them to say.

When ending the interview, you should go back over the main things that have been said. This gives you a chance to review your notes. You should then ask the interviewee if they want to add anything else. And finally, ask if you can contact them again should you need to.

OK, so the interview is over, but you have one last task. As soon as possible, sit down and look at your notes. Are they clear? Is there anything else you can add to them? Do this while you can still remember what was said. And write down all the colour you can remember – about the person and the place.

 Після прочитання транскрипту варто прослухати аудіо-файл із записом цих порад, доступний за посиланням: *Learn English. British Council*. URL: <http://learnenglish.britishcouncil.org/podcasts-professionals/interviewing-techniques>.

Завдання для виконання в аудиторії:

1. *Vocabulary. You have listened to a journalist giving advice on interviewing techniques. Match the words and expressions with the definitions.*

- | | |
|---------------------|---|
| 1. colour | a. question about what a person thinks or feels |
| 2. off the record | b. something which the speaker doesn't want included in the story |
| 3. opinion question | c. interesting or unusual details or qualities |
| 4. leading question | d. person who answers the questions |
| 5. interviewee | e. question which tricks someone into giving the answer you want |
| 6. interviewer | f. meeting where someone makes a public statement and reporters ask questions |
| 7. press conference | g. person who asks the questions |

2. *Comprehension. Listen to the journalist's advice again and put the pieces of advice into the correct category, according to what a journalist should or shouldn't do when interviewing someone.*

- | | |
|--|----------------|
| 1. Ask leading questions | a. Do b. Don't |
| 2. Add to your notes soon after the interview | a. Do b. Don't |
| 3. Ask opinion questions first | a. Do b. Don't |
| 4. Start the interview by saying who you are | a. Do b. Don't |
| 5. Ask questions that have already been answered | a. Do b. Don't |
| 6. Imagine what will happen in the interview | a. Do b. Don't |
| 7. Listen carefully to what the interviewee says | a. Do b. Don't |
| 8. Finish by reviewing what has been said | a. Do b. Don't |
| 9. Prepare questions in advance | a. Do b. Don't |
| 10. Interview people in an unfamiliar place | a. Do b. Don't |

3. *Detailed comprehension. Listen to the journalist again and complete these notes made by a journalism student by typing one word in each space.*

1. research person and _____ matter of interview
2. prepare questions in advance and decide on _____
3. ask questions about _____ first – easier to answer
4. introduce yourself and state _____ for interview
5. don't use list of questions as rigid _____
6. ask for _____ to support claims made
7. end by reviewing main areas – ask if interviewee wants to _____ anything else
8. ask if you can _____ them again if necessary
9. review your _____ as soon as possible after the interview

3. Телефонна розмова.

Крім спілкування віч-на-віч, журналісти, рекламні і PR-агенти, спеціалісти з комунікацій постійно спілкуються у телефонному режимі.



Рекомендовано ознайомитися з корисними фразами для комунікації телефоном, охарактеризувати ситуації, де вони можуть використовуватися:

Useful Phrases for Telephone Communication

- Identifying yourself: "This is Dave." "Dave Wilson speaking."
- Asking who is on the other end: "May I ask who's calling?" "Can I ask who's calling, please?"
- Asking to speak to someone: "Could I speak to Rachel?" "May I speak with Lynn Jones?" "Is Larry in?"
- Connecting someone: "I'll put you through." "Please hold."
- How to reply when someone is not available: "I'm afraid he's not in the office now." "She isn't available."
- Taking a message: "Would you like to leave a message?" "May I take a message?"
- What to say if you don't understand: "I'm sorry, I didn't catch what you said. Could you repeat that, please?"
- What to say if someone calls you by mistake: "I'm sorry, but you have the wrong number."

Source: American English Center. Conversation club topics.



Завдання для виконання в аудиторії після прочитання тексту:

Speaking. Discuss with your classmates the following questions about telephone communication.

1. Do you enjoy talking on the phone? Is it important for media industry?
2. Do you use the phone more for business or personal communication?
3. Have you ever dialed the wrong number? What happened? How did you feel?
4. Have you ever left a voice mail or a message on an answering machine?

5. What is good professional telephone etiquette? What is considered rude?
6. How many phone calls do you usually receive/make in one day?
7. Is it rude to answer your phone when you're taking an interview? During press-conference? While talking to your advertising client?
8. What are some of the advantages and disadvantages of cell phones?
9. Is it illegal to speak on your cell phone while you are driving in Ukraine? What about other countries? Do you think it should be?
10. At what age do you think children should be allowed to have a cell phone?

Після обговорення розділіться на пари і змодельуйте телефонну розмову у професійній ситуації, яка може виникнути у сфері мас-медіа.

4. Побутове спілкування під час відрядження мас-медійника.

Робота у медіаіндустрії передбачає постійне спілкування і часті відрядження по Україні і за кордон задля збирання інформації для журналістських матеріалів, розповсюдження рекламної продукції, супроводу клієнта у PR-кампаніях тощо. Саме тому вміння спілкуватися англійською мовою у побуті надзвичайно важливі. Нижче подано низку завдань і ситуацій для практикуму англомовних навичок комунікації під час відрядження чи спілкування із закордонними партнерами.

Завдання для виконання в аудиторії:

1. *Поєднайте слова у обох колонках за змістом:*

- | | |
|-----------------|----------------|
| 1. to reserve | a) foot |
| 2. to pay in | б) by car |
| 3. to apply for | в) a message |
| 4. to rent | г)the surname |
| 5. to spell | д)а car |
| 6. to reply | ж)the phone |
| 7. speak over | з)the deadline |
| 8. to meet | и)а position |
| 9. to travel | к) a room |
| 10.to go on | л) cash |

2. *Уявіть, що ви зустрічаєте представника компанії з США. В аеропорту ви побачили чоловіка, зовнішність якого відповідає опису тієї людини, яку ви повинні зустріти. Виконайте наступні дії:*

- a) зверніться до нього англійською мовою та дізнайтесь, чи це та людина, яка вам потрібна;
- b) представтеся (назвіть своє ім'я і прізвище, а також компанію, яку ви представляєте);
- c) вибачтесь за своє запізнення;
- d) запитайте, як він долетів;
- e) запропонуйте йому пройти до вашої машини;
- f) запитайте, чи потрібна йому допомога з валізою;
- g) уявіть собі, що ця людина – не та, яка вам потрібна. Попросіть у неї вибачення за те, що потурбували.

3. Уявіть, що купуєте у Лондоні квиток на літак до Києва. Сформулюйте англійською свої відповіді на репліки агента з продажу квитків:

- Привітайтеся. Запитайте, чи можна купити один квиток економкласу до Києва на вівторок, 7 жовтня.
- Запитайте, чи залишилися квитки на той же рейс на середу.
- Скажіть, що середа вас влаштовує. Запитайте, скільки коштує квиток і чи враховується у вартість квитка збір у аеропорту.
- Дізнайтесь у агента номер рейса, запитайте, коли літак відлітає з Лондону і коли прибуває до Києва. Подякуйте агенту.

4. Вам потрібно доїхати з Лондону до Глазго, де у вас призначена ділова зустріч. Із якими запитаннями ви звернетесь до довідкового бюро?

- Запитайте, коли їде наступний поїзд до Глазго.
- Запитайте, чи нічний це поїзд.
- Скажіть, що не палите і хотіли би взяти кращі місця.
- Запитайте, чи поїзд прибуває в Глазго. Запитайте, з якої платформи.
- Скажіть, що ви сподіваєтесь, що він прибуде вчасно.
- Подякуйте за інформацію.

5. Уявіть, що ви у Лондоні хочете зупинитись у готелі. Сформулюйте свої відповіді на репліки агента:

- Скажіть, що вам потрібен номер на одного з душем, туалетом і континентальним сніданком на один тиждень.
- Запитайте, чи можна зняти номер з ванною.
- Запитайте, скільки коштує такий номер.
- Запитайте, чи є дешевші номери.
- Запитайте, чи є поблизу дешевший готель. Подякуйте агенту.

7. Перекладіть дорожні знаки, вуличні оголошення, написи:

аеропорт, митниця

arrivals
baggage check in
baggage claim
cart rental end
(luggage cart area)
check in
first class only

в місті

attention
do not litter
\$50 fine
don't walk
walk
private property
bus stop
exit to bus

дорожні знаки

detour
no passing
railroad crossing
traffic circle (roundabout)
traffic line
public parking
auto repair
car wash
slow children
speed limit 55.

6. Уявіть, що ваша редакція бере участь у виставці і представляє на стенді свої видання. До вас із запитанням підійшов представник американської компанії. Виконайте наступні дії:

- відрекомендуйтеся самі і запитайте, яку компанію він представляє;
- дізнайтесь, що саме зацікавило його у вашій експозиції;
- опишіть основні характеристики видань, які представляєте;

- відзначте ті особливості видань, які, на ваш погляд, вигідно відрізняють їх від аналогічних видань конкурентів;
- вкажіть, на яку аудиторію розраховані ваші видання, охарактеризуйте її.

8. Уявіть, що до вашої компанії приїхав представник іноземної фірми. Виконайте наступні дії:

- a) відрекомендуйтеся і відрекомендуйте йому співробітників вашої компанії;
- b) запитайте у нього, яку компанію він представляє, яку займає посаду, з якого міста він приїхав;
- c) запитайте, чи хотів би він чого-небудь випити; запропонуйте чашку кави, чаю або соку;
- d) призначте йому зустріч на завтра і попрощайтесь з ним.

Завдання для самостійної роботи:

Завдання: підготувати англomовний діалог із партнером із групи, що ілюструє будь-яку професійну ситуацію (розмова з клієнтом / партнером / читачем по телефону; розмова з прес-службою державної установи / отримання інформації чи коментаря від офіційної особи, проведення інтерв'ю / прес-конференції тощо).

Критерії оцінювання: завдання виконано у повному обсязі, без орфоепічних помилок, використана відповідна лексика, словниковий запас різноманітний та використаний, відповідно ситуації – 2 бали; завдання виконано частково, з помилками, лексика використана недоречно ситуації мовлення – 1 бал; завдання виконано з великою кількістю помилок, лексика не відповідає ситуації мовлення – 0,5 бали.

? Запитання для самоперевірки:

1. Які основні правила спілкування журналіста на прес-конференції?
2. Перелічіть професійні поради щодо інтерв'ювання англійською мовою.
3. Якими є ключові англomовні фрази, що використовуються під час спілкування по телефону?
4. Назвіть базову лексику, що використовується для спілкування на митниці, в аеропорту, у готелі, у відрядженні загалом.

Тема 5

ОСНОВНІ ПРЕЗЕНТАЦІЙНІ ДОКУМЕНТИ: РЕЗЮМЕ, CV (ЖИТТЄПИС), МОТИВАЦІЙНИЙ / СУПРОВІДНИЙ ЛИСТ

План

1. Працевлаштування. Складання резюме і CV, відмінності між ними.
2. Американський і європейський формати резюме і CV.
3. Мотиваційний і супровідний листи: особливості написання.

1. Працевлаштування. Складання резюме і CV (життєпису), відмінності між ними.

Процедура працевлаштування у міжнародній мас-медійній компанії вимагає виконання послідовних кроків. Зазвичай стандартними вимогами є надсилання резюме або CV (*curriculum vitae*), а також мотиваційного (*motivation letter*) або супровідного листа (*cover letter*). Після попереднього відбору кандидат має пройти інтерв'ю. Ось декілька важливих порад у процесі працевлаштування від менеджера освітніх програм американської організації «Education USA»¹²:

1. Будьте терплячими. Хороші організації отримують десятки, а інколи і сотні заяв на кожну відкриту вакансію, тож завжди є висока ймовірність не бути відібраним. Це не означає, що треба зупинитися. Після закінчення університету в США чи Європі можна відправити декілька сотень резюме, доки знайти роботу.

2. Уважно читайте вимоги до кандидатів. Ви маєте відповідати всім вимогам вакансії, адже це конкурс. Якщо є невеличкий досвід роботи, це нормально. Проте не варто подаватися на стартову позицію, якщо є 5 років досвіду роботи. *Overqualified* – це реальна причина відмов навіть до інтерв'ю.

3. Кожна міжнародна організація має власну культуру. Американська чи європейська організація, навіть в Україні, не буде підлаштовуватися під місцевий ринок у своїх вимогах. Підлаштовуватися має претендент на посаду. Як це зробити? Поговоріть з діючими чи колишніми працівниками організації, щоб дізнатися детально про очікування від кандидатів. В ідеалі, дізнайтеся, хто буде майбутнім менеджером нового працівника і запитайте в цієї людини про її (його) очікування.

4. Завжди виконуйте вимоги до кандидатів на 100%. Якщо в оголошенні написано надіслати супровідний лист та резюме, то одне без іншого не спрацює. Неповний пакет документів – теж причина відмови. Якщо людина не здатна виконати вимоги до заявки, то не буде здатна виконати і робочі завдання.

5. Підготуйте резюме відповідно до норм організаційної культури, яка встановлена в тій компанії, куди подаються документи.

Резюме – короткий документ (зазвичай на 1 сторінку А4) в якому вказані ключові, найбільш важливі моменти професійної діяльності вказані в зворотному хронологічному порядку. Акценти щодо досвіду, навичок і досягнень можуть бути розставлені під конкретну вакансію.

На відміну від резюме, **CV** (в перекладі з лат. *curriculum vitae* – «хід життя», «життєпис») є більш об'ємним документом, ніж резюме. У ньому повинні бути перераховані всі отримані спеціальності, додаткові курси, місця роботи, посади і обов'язки також у зворотному хронологічному порядку.

Для спеціалістів мас-медійників (журналістів, рекламістів, PR-спеціалістів тощо) та науковців у CV повинні бути включені всі їх публікації, конференції, в яких вони брали участь, стажування тощо. У деяких випадках в CV можуть бути включені навіть тексти деяких робіт (портфоліо). Тому іноді CV може сягати декількох десятків сторінок.

¹² <https://www.facebook.com/lissashch/posts/10156862581044753>



Рекомендовано ознайомитися з текстом, виокремити поради з написання резюме:

How to Write a Resume

Experts give these suggestions for writing a resume that helps you get the job you have been dreaming of:

- Keep your resume short. Resumes are generally only one page long, so you only have enough space to list the most important information. People with technical jobs are exceptions to this rule – resumes can be two or three pages long to include relevant technical information.

- Keep the design simple. Do not use a lot of interesting fonts and other tricks in hopes of gaining an employer's attention. Using a simple design will make you look more professional and allow potential employers to focus on what really matters – your qualifications and experience.

- Use descriptive verbs to describe your responsibilities at each position you have held. Words like designed, created, increased, initiated, developed, led, or reduced can be used to show your accomplishments.

- Proofread your resume. A resume with mistakes makes the writer seem careless, and most employers are not looking for careless workers.

Source: American English Center. Conversation club topics.



Завдання для виконання в аудиторії:

Speaking. Discuss with your classmates the following questions:

1. What is the difference between a CV and a resume?
2. What information is usually included on a resume?
3. What are some rules for resume-writing?
4. What resume-writing strategies would you suggest for someone who has enough work experience but does not have formal education?
5. What strategies would you use if you had just completed your education and did not have any work experience yet?
6. What do you think is the best thing about your resume?
7. Are grades important in getting a job?
8. What are buzz words? Do people use buzz words in their resumes in Ukraine?
9. Are there any differences between what makes a good resume for American companies versus Ukrainian ones?
10. Are there professional resume-writers in your country? Do you think it's a good idea to use their services, or is it better to write your resume yourself?

2. Американський і європейський формати резюме і CV.

Загальні вимоги до американського та європейського форматів резюме і CV спільні, проте є і відмінності. По-перше, наявність фото в резюме – європейська вимога, а в американських установах це недопустимо. По-друге, така вимога застосовується і до будь-якої дискримінаційної інформації (дата і місце народження, вік, місце проживання, сімейний стан, гендер, расова чи релігійна приналежність і тощо) – її не треба зазначати. По-третє, обидва

презентаційні документи повинні мати професійний вигляд. Кольорові вставки чи занадто незвичні шрифти подавати не варто.

Приклади і форми резюме і CV представлено у додатку В.

3. Мотиваційний і супровідний листи: особливості написання.

Мотиваційний лист – це есе, твір написаний у вільному стилі про мотиви, цілі, мотивацію у житті апліканта на певну посаду з метою привернути увагу до його (її) особистості та сформуванню перше позитивне враження. Мотиваційний лист має спонукати запросити на співбесіду / інтерв'ю (job interview), де будуть обговорені моменти, котрі й викликали інтерес.

Супровідний лист – це лист, який надсилається роботодавцю разом із пакетом документів із метою зацікавити роботодавця, виокремити себе серед інших потенційних кандидатів на вакансію. Найчастіше супровідний лист додається до резюме. В Україні надсилання такого листа тільки набуває популярності, у США і Європі це загальноприйнята практика працевлаштування.

Приклади мотиваційного і супровідного листів журналіста і спеціаліста з комунікацій подано у додатку В (рис. В.1 і В.2).



Рекомендовано прочитати супровідний імейл, визначити його структурні елементи:

To: recruitment@new-company.com

From: Susan Nelson

Subject: Digital Marketing Executive application

Dear Ms Jones,

I'm writing in response to your advertisement for a Digital Marketing Executive. My name is Susan Nelson and I'm a Social Media Marketing Assistant. I have had this job for the past two years and I believe I am the person you need for your new role.

The bulk of my work involves designing and implementing online marketing campaigns across a range of channels. I am very comfortable using analytics to assess campaign success and drive future initiatives. I work with a range of social media platforms and tools for digital marketing.

I have always worked in the retail industry and am familiar with the seasonal nature of business such as yours and have the skills to push your business forward through creativity and innovation. I would very much like the opportunity to both bring my experience and enthusiasm to this role while continuing to develop professionally and personally.

Following initial research into your company I very much feel we would be a good fit for each other and I would welcome the opportunity to discuss this position with you in person.

Please find attached my CV.

I look forward to hearing from you.

Yours sincerely,

Susan Nelson

Source URL: <http://learnenglish.britishcouncil.org/upper-intermediate-b2-writing/covering-email>.



Після прочитання прикладу варто ознайомитися з порадами зі складання *covering email*:

Tips

1. Try to find out the name of the person hiring and address your cover letter to them.
2. Start with a clear statement about who you are and the role you are applying for.
3. Then give information about your current work (or studies if you are still a student).
4. Mention how and why this experience is suited to the new company and role, including any transferable skills (= things you have learned that you will take with you to future jobs).
5. End with a closing statement that suggests further contact. *I look forward to hearing from you.*



Завдання для виконання в аудиторії після прочитання тексту:

1. Vocabulary. Match the definitions (a–h) with the vocabulary (1–8)

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1. ...analytics | a. to find someone to do a specific job |
| 2. ...to fill a role | b. the main or largest portion of something |
| 3. ...marketing channels | c. a series of activities aimed at achieving a specific result |
| 4. ...retail | d. ways to communicate with potential customers |
| 5. ...initial | e. using data to examine or assess something, such as the success of a marketing activity |
| 6. ...the bulk of something | f. the sale of goods in shops directly to customers |
| 7. ...a campaign | g. happening at particular times in the year |
| 8. ...seasonal | h. happening at the beginning |

2. Comprehension. Are the sentences true or false?

1. Susan's current role is the same level of responsibility as the job she's applying for.	True	False
2. She sounds confident about her ability to do the Digital Marketing Executive job.	True	False
3. She explains what she does in her current role.	True	False
4. Susan emphasises the transferable skills she would bring to the new role.	True	False
5. Susan suggests that email is the best way to continue the conversation.	True	False
6. She is sending more detail about her work history in a separate document	True	False

3. Comprehension. Put the words and phrases in order to make sentences.

1. a digital marketing executive. response to in your advertisement for I'm writing
2. this job had six years. I for have
3. person are am the I believe I you looking for.
4. I would bring to this role. very much like my experience and enthusiasm the opportunity to
5. with you welcome to discuss this position in person. the opportunity I would
6. attached find Please my CV.

Завдання для самостійної роботи:

Завдання: Підготувати професійні резюме і CV іноземною мовою. Інформація у резюме і CV подається у зворотному хронологічному порядку: від найновішої до найстарішої. Резюме – 1 сторінка. Кількість сторінок і формат CV – без обмежень. Оформлюється і здається у друкованому вигляді.

Критерії оцінювання:

- 1) Інформація повна, релевантна, подана у правильному порядку без граматичних і пунктуаційних помилок – 10-8 балів;
- 2) Інформація повна, релевантна, подана у правильному порядку з мінімальними зауваженнями (до 2-3 помилок) – 7-5 балів;
- 3) Інформація повна, але нерелевантна, подана з помилками – 4-3 балів;
- 4) Інформація неповна, нерелевантна, подана недбало і з помилками – 1-2 бали.

? Запитання для самоперевірки:

1. Опишіть типовий процес працевлаштування у міжнародній організації (американській чи європейській).
2. Що таке резюме і CV? Назвіть спільні та відмінні риси резюме і CV.
3. Навіщо потрібні мотиваційні і супровідні листи? Яку роль вони відіграють у процесі працевлаштування? Яка їхня мета?
4. Наведіть приклади типових фраз, які варто використовувати у англomовному мотиваційному і супровідному листі.

Розділ 2. Наука та дослідницька діяльність

Тема 6

ЖАНРИ ТА СТИЛІ ІНОМОВНОГО НАУКОВОГО ТЕКСТУ

План

1. *Поняття scientific article, scientific conference paper.*
2. *Англомовні ресурси для дослідників. Журнали в галузі журналістики та медіа-студій.*
3. *Особливості підготовки статей для цих журналів. Різновиди міжнародних стилів оформлення наукових публікацій.*

1. Поняття scientific article, scientific conference paper.

Сьогодні мовою міжнародних наукових досліджень є англійська. Більшість академічних журналів, які входять до наукометричних баз даних (таких як SCOPUS, Web of Science, Index Copernicus International та багато інших) мають базові англомовні версії.

У журналах публікуються академічні (наукові) статті (*scientific articles*). Перед публікацією вони проходять складний процес відбору, який називається сліпим перехресним рецензуванням (*blind peer-review*). Це означає, що рукопис статті (*article manuscript*) читають два-три рецензенти – науковці, які є визнаними експертами в тій сфері, в якій написана стаття. При цьому зі статті прибирається будь-яка інформація про автора, щоб рецензенти були неупередженими і чесно давали свої зауваження і рекомендації (саме тому рецензування «сліпе»).

Процес рецензування може тривати від декількох місяців до року чи навіть більше. Після рецензування авторові надсилається висновок рецензентів і їх рекомендації: *accept* (прийняти до друку), *revise and resubmit* (переробити і знову подати на розгляд), або *reject* (відмовити у публікації і повернути рукопис автору). Найчастіше трапляється другий варіант. Після переробки, яка враховує рекомендації рецензентів, зазвичай стаття іде в друк.

Часто перед публікацією статті автори прагнуть якомога більше обговорити своє дослідження з колегами і широкою науковою громадськістю. Для цього вони беруть участь у наукових конференціях і готують для них доповіді (*conference paper*). Українська практика, коли друкуються тези таких доповідей або всі матеріали конференцій, за кордоном зазвичай неприйнятна. Вважається, що такі доповіді ще не варті публікування, а виголошуються перш за все задля живого обговорення і дискусії з колегами. Проте іноді все ж такі *conference papers* друкуються у окремих тематичних збірниках, які навіть можуть індексуватися у наукометричних базах. Такі книги називаються збірники матеріалів конференції (*conference proceedings*).

2. Англомовні ресурси для дослідників. Журнали в галузі журналістики та медіа-студій.

Основні онлайн-ресурси для дослідників:

- Ресурси у відкритому доступі (англ. open access).
- Сайти університетських бібліотек США, Європи (репозитарії наукових досліджень);
- Сайти найвпливовіших видавництв:
 - SAGE Publications - <http://journals.sagepub.com>;
 - Thompson Reuters - <https://thomsonreuters.com>;
 - Routledge - <https://www.routledge.com>;
 - Elsevier - <https://www.elsevier.com>;
 - Springer - <http://www.springer.com/gp>.

Практично кожне видавництво надає змогу відкритої публікації:

– «зеленої» – доступ до матеріалу стає можливий після періоду ембарго (періоду, поки автор закриває доступ із міркувань дотримання авторських прав: захист дисертації, публікація монографії тощо);

– «золотої» – доступ до матеріалу можливий завжди.

Ресурси Національної бібліотеки України ім. В. Вернадського

– Наукова періодика України – <http://www.nbuv.gov.ua/node/1539>.

– Повнотекстовий пошук – <http://www.nbuv.gov.ua/node/2116>ю.

– Електронні репозитарії, бібліотеки – <http://www.nbuv.gov.ua/node/508>.

– Semantic Web – смисловий науковий пошук – <http://www.nbuv.gov.ua/node/1539>.

Топ-журнали медіадосліджень, представлені в міжнародних наукометричних базах даних:

- ✓ Journalism & Mass Communication Quarterly
- ✓ Journalism & Communication Monographs
- ✓ Journalism & Mass Communication Educator
- ✓ Journal of Communication
- ✓ Communication Theory
- ✓ Human Communication Research
- ✓ Communication, Culture & Critique
- ✓ Journal of Computer-Mediated Communication.

3. Особливості підготовки статей для цих журналів. Різновиди міжнародних стилів оформлення наукових публікацій.

Підготовка статті до друку в міжнародних виданнях (англ. peer-review journals). Зазвичай від початку підготовки статті до її опублікування минає близько 1-1,5 років.

Здебільшого готова стаття подається до друку не електронною поштою, а через спеціальну онлайн-платформу журналу. Наприклад, для «European Journal of Women's Studies» (видавництво SAGE Publishing):

<https://mc.manuscriptcentral.com/ejw>.

Обов'язково надаються такі відомості:

- інформація про автора й дослідження з ключовими словами, анотацією, контактними даними тощо;
- декларація визнання / спростування конфлікту інтересів й етики;
- Cover letter – лист редактору з проханням прийняти дослідження до розгляду та подальшої публікації;
- підготовка до сліпого рецензування двома-трьома рецензентами: подання тексту без ідентифікації авторства (без імені, посилань на власні публікації чи будь-які відомості, що можуть викрити авторство статті).

Оформлення бібліографії.

Кожен журнал послуговується одним із цих стилів, єдиного формату немає:

- APA (American Psychological Association style) – найбільш популярний формат, використовується більшістю міжнародних журналів гуманітарного спрямування (див. приклад оформлення бібліографії у стилі APA у додатку А);
- MLA style (Modern Languages Association Style);
- Chicago Style;
- Harvard style.

Поняття дослідницького ID.

Дослідницьке ID – це ідентифікатор науковця (спеціалізований номер) у різних видавничих системах. Використання такої ідентифікації спрощує процедуру подання статті до академічних наукових журналів. Такими ідентифікаторами є:

- *Researcher ID* (<http://www.researcherid.com> від видавництва Thomson Reuters, що створює наукометричну базу даних Web of Science);
- *ORCID* – <https://orcid.org> мережа-ідентифікатор авторів, видавництв, досліджень, що використовується для (1) відслідковування цитування публікацій науковцями; (2) пошуку проектів / статей / матеріалів для подальших досліджень; (3) пошуку колег для розширення співпраці, нетворкінгу.

Завдання для виконання в аудиторії

Завдання: за допомогою онлайн-пошуку за ключовими словами на сайтах міжнародних наукових журналів або наукометричних баз SCOPUS чи Web of Science знайдіть 1-2 статті за тематикою свого магістерського дослідження. Складіть плани знайдених статей. Визначте, яка методологія застосована у цих дослідженнях.

? Запитання для самоперевірки:

1. Що таке scientific article та scientific conference paper? Яка різниця між ними?
2. Що означає blind peer-review?
3. Назвіть основні англійські журнали у галузі медіа студій.
4. Яким є процес підготовки наукової статті до англійського журналу?
5. Які є бібліографічні стилі для наукових публікацій англійською мовою? Який зі стилів є домінуючим?

ПІДГОТОВКА ТА УЧАСТЬ У МІЖНАРОДНИХ НАУКОВИХ КОНФЕРЕНЦІЯХ (ПРОГРАМАХ ДОСЛІДЖЕНЬ)

План

1. Складання та подання заявок для участі в конференціях, програмах досліджень.

2. Написання наукових пропозицій дослідження (*research proposal*).

3. Укладання анотації англійською мовою (*abstract / annotation*), особливості роботи над нею.

1. Складання та подання заявок для участі в конференціях.

Участь у міжнародних конференціях або дослідницьких програмах є неодмінною умовою апробації власних наукових досліджень. Пошук таких конференцій може бути складною і виснажливою справою. Проте існують декілька джерел, де обов'язково представлена інформація про конференції та можливості підготовки до них. Це такі онлайн-ресурси:

- Сайти міжнародних професійних асоціацій,
- Соціальні мережі для науковців,
- SAGE Open інші open access ресурси (відкритого доступу),
- Масові онлайн-курси (Coursera, Prometheus),
- Сайти університетських бібліотек США. Наприклад:
 - <http://opensiuc.lib.siu.edu>.
 - <http://digitalcommons.usu.edu>.

Спеціалізовані пошукові системи та соціальні мережі для науковців:

- ✓ Google Scholar - <https://scholar.google.com.ua>,
- ✓ Research Gate - <https://www.researchgate.net>,
- ✓ Academia.edu - <https://www.academia.edu>,
- ✓ Questia - <https://www.questia.com>,
- ✓ Linkedin.com - <https://www.linkedin.com>.

Їхня мета – поширення дослідниками власних публікацій і рукописів, пошук партнерів і можливих спонсорів, працевлаштування, отримання новин зі своєї галузі, спілкування з колегами.

Асоціації для науковців у сфері журналістики та комунікацій:

- ✓ Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) – <http://www.aejmc.org>;
- ✓ International Communication Association (ICA) – <https://www.icahdq.org>;
- ✓ International Association for Media and Communication Research (IAMCR) – <http://development.iamcr.org>;
- ✓ European Research and Education Association (ECREA) - <http://www.ecrea.eu>.

2. Написання наукових пропозицій дослідження (*research proposal*).

Наукові / дослідницькі пропозиції – це важливий елемент роботи над науковим чи професійним проектом. Такий документ готується для того, щоб

стисло описати суть проекту і подати на розгляд академічної комісії чи грантодавців і в перспективі отримати на нього схвальні відгуки (у випадку наукових досліджень) чи фінансування (у випадку комерційних або грантових проектів).



Рекомендовано ознайомитися з текстом, який містить пропозиції щодо удосконалення цифрової версії університетської газети. Зверніть увагу на структуру (обов'язкові секції) proposal:

A proposal for a digital version of the university newspaper

Introduction

This proposal intends to outline how a digital version of the university newspaper, *The Scallion*, could function and aims to show that an online paper is viable for the future of the newspaper. It draws on the views of 3,000 students surveyed in May.

Background

The Scallion is printed weekly and distributed free in faculty buildings, with a readership of approximately 10,000 students. It is written and produced entirely by students. The survey shows that the newspaper is highly valued by university students and staff for entertainment, cultural enrichment and work experience.

Current problems

The cost of printing newspapers is significant. Furthermore, some students do not have easy access to the paper, since the only way to obtain a copy is to physically go to university. An additional environmental issue is that a large number of copies end up as litter on campus.

Proposed solution

It is proposed that the newspaper could shift to an online format. An overwhelming majority (95 per cent) of survey respondents were 'keen' or 'very keen' on this.

The key benefits would be:

- Lower costs. Electronic publication is much cheaper than printing, and the website would require minimal maintenance. Although there are considerable initial costs of developing a website, these would be offset over time.
- Improved accessibility. Students unable to collect a copy and those with visual impairments would be able to read the paper online.
- Eco-friendliness. A website would reduce paper usage and produce no litter.
- Digital media experience. For student journalists, gaining experience in running a web-based news site would be invaluable for any job which involves digital communication.

Drawbacks

One issue is information management. The site would have to comply with data protection and privacy laws. Advice should be sought from the IT department.

Another drawback may be personal preference. Twenty-five per cent of survey respondents liked having a physical paper to flick through in a café. However, as this

is a minority view, I would suggest that the benefits of the online paper outweigh the inconvenience on this issue.

Conclusion

The results of the consultation suggest that moving the paper online is the best option given that it would reduce costs, be more environmentally-friendly and reach a larger audience. A change to a digital format is therefore recommended to maintain the benefits of the newspaper while addressing its current difficulties.

Source URL: <http://learnenglish.britishcouncil.org/sites/podcasts/files/Learn-English-Writing-C1-A-proposal-for-a-digital-newspaper.pdf>.



Після ознайомлення з прикладом варто прочитати і охарактеризувати поради щодо написання *proposal*:

Tips

1. Start by reading the question carefully. Brainstorm all your thoughts about the proposal first. Then choose your best ideas and plan your paragraphs.

2. Use subheadings to make the structure clear. Start by stating the aim of the proposal (Introduction) and giving information about the context (Background).

3. Next, move on to the Current problems and your Proposed solution. You can also mention the Drawbacks and how to address them before you finish (Conclusion).

4. You should use an impersonal, formal tone for your proposal. Passive verb forms (e.g. It is proposed that ... , Advice should be sought ...) are a useful way to avoid I think or You should.

5. The final section should include an overall recommendation based on your previous points.



Завдання для виконання в аудиторії

Comprehension. Are the sentences true or false?

1. You should say what the aim of the proposal is in the introduction.	True	False
2. Subheadings should make it easy for the reader to follow the proposal.	True	False
3. It is better not to mention the drawbacks of your proposed solution.	True	False
4. A proposal should be written in a persuasive and personal style.	True	False
5. The passive is a useful structure for writing a proposal.	True	False
6. Your proposal should make clear what you are recommending and why.	True	False

3. Укладання анотації англійською мовою (abstract / annotation), особливості роботи над нею.

Анотація до статті – стисла характеристику наукової роботи, що має певну структуру. Зазвичай українські наукові журнали вимагають писати анотацію

трьома мовами: українською, російською та англійською. Кількісний обсяг української анотації варіюється від 250 до 700 знаків. Вимоги до анотації англійською мовою майже однакові, тобто вона має бути розширеною (до 2 тис. знаків) та мати певну структуру.¹³

Отже, для того щоб написати якісну анотацію, треба дотримуватися таких основних правил.

1. Перед написанням анотації визначте її вид: описова або інформативна. Описова анотація коротка (не більше 100 слів). Її мета – описати інформацію, подану в статті, проте в ній не зазначають результати дослідження та не висловлюють власні судження. Інформативна анотація більша за розміром (від 200 слів) і складається з частини описової анотації, до якої додають результати дослідження, висновки тощо.

2. Структура анотації має повторювати структуру статті та містити такі частини: передумова, методи, результати та висновки:

а) передумова (background) – це найкоротша частина, що описує певну інформацію, за обсягом не перевищуючи 2–3 речення. Дайте відповіді на такі запитання: Що вже відомо про предмет, що досліджується? Що невідомо про предмет? Визначте, якою є проблема дослідження. Якщо збільшується обсяг передумов, відповідно, зменшується обсяг частини результатів, що для читача є основною інформацією;

б) методи (methods). Ця частина повинна містити достатньо інформації, щоб читач зрозумів, що відбувалося й яким чином. Приклади питань для опису методів: Яким чином будувалося дослідження? Яким був розмір вибірки загалом або в групах? Яка тривалість дослідження? Яким чином вимірювалися початкові результати і як це було визначено?

в) результати (results). Це найважливіша та найбільша частина анотації, де читач має змогу ознайомитися з якісними або кількісними результатами дослідження. Описуючи результати, уникайте таких слів, як «маленький», «дуже», «істотний/значний» тощо;

г) висновки (conclusion). Ця частина містить найголовніший висновок дослідження, оформлений декількома реченнями, та налічує 3 елементи: основний висновок, додаткові результати дослідження, перспективи подальших розвідок дослідження.



Рекомендовано ознайомитися із українською та англійською версіями анотації до наукової статті:

Кузнецов Д. Р., Сірінюк-Долгарьова К. Г. Жанрова дифузія в контенті регіональних онлайн-медіа. Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації». 2018. № 1 (33). С. 79-83.

У статті проаналізовано явище жанрової дифузії на прикладі регіональних інтернет-видань Запоріжжя, виокремлено найпопулярніші жанри-гібриди, що

¹³ За матеріалами статті: Дяченко Н. О. Практичні рекомендації з написання анотації до публікації в науковому виданні. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах* : зб. наук. пр. 2016. Вип. 51 (104). С. 138-143.

найчастіше зустрічаються на новинних веб-сайтах регіону. За допомогою методів аналізу та синтезу, якісно-кількісного контент-моніторингу досліджено репрезентацію новітніх жанрових різновидів у регіональній інтернет-журналістиці. Зокрема, увагу зосереджено на трансформації інформаційних і аналітичних жанрових форм, їх взаємопроникненні й гібридизації в контексті розвитку конвергентних мас-медіа.

Ключові слова: дифузія, контент, жанр, онлайн-медіа, регіональні ЗМІ.

Kuznetsov D. R., Sirinyok-Dolgaryova K. G. Genres Diffusion in Content of Regional Online Media

Research methodology. The basis of the research are the methods of analysis and synthesis - during the processing of scientific sources, the synthesis of the received information; observation and qualitative and quantitative content-monitoring – during work with the empirical base of research, collection of statistical data, its processing and the derivation of the typological classification of hybrid genres in regional online publications.

Results. The phenomenon of genre diffusion in Zaporizhzhya Internet publications is characterized, typical hybrid genres are singled out. Two types of diffusion formations were outlined: intergroup and those undergoing diffuse transformations within a single typological group. It is revealed that the dominant trend is the emergence of informational and analytical genre hybrids. The article emphasizes that the preconditions of such changes may be the same socio-political phenomena that have pushed out of usage of artistic and journalistic genres. The authors point out that modifications of this nature have only positive impact on the overall concept of media content, since they cause the diversification of information, which leads to significant saving of a reader's time that is the main prerogative of modern online media. Separate attention has been paid to the growth of multimedia and infotainment in the field of regional online media.

Novelty. There were improved journalistic scholarly knowledge on the interrelationship of genres within the existing classifications concerning the interpenetration of three genre groups: informational, analytical and artistic-journalistic. There was expanded the scope of the study of genre diffusion as a phenomenon as a whole and in certain types of media, in particular in the context of regional Internet publications.

The practical significance. The obtained results can be used as a basis for further scientific research on the phenomenon of genre diffusion and the characteristics of the latest genre typological structures that will find practical use in the newsrooms of all-Ukrainian and regional online media.

Key words: diffusion, content, genre, online media, regional mass media.

Завдання для самостійної роботи:

Завдання: підготувати англomовну анотацію до своєї наукової статті чи тез доповіді на науковій конференції у обсязі 150 слів.

Критерії оцінювання: завдання виконано у повному обсязі, без стилістичних, орфографічних і граматичних помилок, використана професійна

лексика, словниковий запас різноманітний і релевантний – 4-5 балів; завдання виконано частково, з лексичними, орфографічними і граматичними помилками – 2-3 бали; завдання виконано з великою кількістю помилок, словниковий запас нерізнманітний – 1 бал.

? Запитання для самоперевірки:

1. Які ресурси варто використовувати для пошуку інформації і підготовки до участі у міжнародних англомовних конференціях?
2. Навіщо потрібно готувати дослідницькі пропозиції (research proposal)?
Дайте поради щодо написання proposal – комерційного і наукового.
3. Якими є поради щодо підготовки анотації для наукової статті?

Тема 8

ЕТАПИ ПРОВЕДЕННЯ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО РІВНЯ

План

1. Написання наукових текстів. Англомовний науковий стиль.
2. Використання сталих зворотів.
3. Вживання типових фраз під час перекладу.

1. Написання наукових текстів. Англомовний науковий стиль.

Мови розрізняються не тільки за будовою, але й за стилем. Так, науковий стиль української мови істотно відрізняється від англійської – він більш офіційний, неемоційний; для нього характерні розгорнуті способи вираження думки, оцінки¹⁴. Він насичений віддієслівними іменниками, які утворюють довгі конструкції з родовим відмінком. У ньому є багато висловів і зворотів, які з погляду англійської мови зайві, надлишкові або занадто громіздкі і тому недоречні. Наприклад, українське *виходячи з вищезгаданого* – англійською *that is why*; з огляду на згадані вище факти – *given that*; можна зробити висновок – *hence*).

Англомовний науковий стиль мови в порівнянні з українським, більш лаконічний, простий, емоційний і ближче до розмовного. Характер викладу більш динамічний, тому що дієслівні форми відіграють не меншу роль, ніж іменники. Тому правильний спосіб створення наукового тексту (чи то анотації, чи то статті) англійською мовою – це не дослівний буквальний переклад, а переказ, тобто вибір висловів і конструкцій, які більш характерні для передачі даної думки англійською мовою. Прямий (буквальний) переклад може

¹⁴ За матеріалами посібника: Reading medicine: additional practice for 1st year students specializing in “Paediatrics – 228” = Читаємо англійською: додаткова практика для студентів I курсу медичних факультетів спеціальності “Педіатрія – 228” / уклад. Л. В. Сазанович. Запоріжжя, 2018. 81 с.

викликати перенесення особливостей однієї мови в іншу мову. Зокрема, часто українські звороти в англійському перекладі перетворюються в ланцюжки іменників, зв'язаних прийменником *of* – незручні громіздкі конструкції.

2. Використання сталих зворотів.

Щоб уникнути важких, нехарактерних для англійської мови конструкцій і серйозних змістових помилок, можна використати такі прийоми:

- розбивати довгі речення на простіші;
- уникати складнопідрядних речень із сполучниковими словами *which, whose, that*, а з'єднувати речення за допомогою сполучників *when, where, then, but, and*;
- замінити віддієслівні іменники дієслівними формами і не вживати фрази типу “доцільність знаходження шляхів рішення завдань”.

Ще однією істотною відмінністю у будові англійської і української мови є заперечення. Досить згадати, що в українській мові часто трапляються конструкції з подвійним (або потрійним) запереченням: наприклад, *ніхто нічого не бачив*, тоді як в англійській мові вони заборонені граматичними правилами.

Нижче наводяться деякі українські вислови, що містять заперечення і які не варто дослівного перекладати англійською мовою.

не бути виявленим	- escape detection
не виходити за межі	- stay within
не надавати значення	- overlook
не приймати всерйоз	- take lightly
не поступатися якістю	- be as good as
не брати до уваги	- be discounted/disregarded
не мати собі рівних	- be second to none/ be unrivalled/ be unparalleled
не піддаватися впливу	- be immune to influence
не вимагати роз'яснення	- require no comment
не вимагати пояснення	- be self-explanatory
не містити	- be free of
не одержати відповіді	- be unanswered
не викликати змін у ...	- leave ... unaltered
не погоджуватися	- take issue with
не дозволяти зробити висновок	- be inconclusive
не перевищувати	- be less than
не експлуатуватися	- be out of commission.

Щоб уникнути частого вживання прийменника *of* при передачі ланцюжків віддієслівних іменників, які стоять в українській мові в родовому відмінку, можна користуватися декількома прийомами:

а) вживати іменники атрибутивно (тобто у функції означення): *journalists group* (замість *a group of journalists*);

б) використати замість іменника герундій або інфінітив: *для написання тексту* – *to write / for writing a text*;

в) пропустити слова, які є «зайвими», тобто не мають основного значення: *випуск відеореклами вітчизняного виробництва – the output of domestic commercials* («зайве» слово *виробництва*);

г) замінити прийменник *of* там, де це можливо, на інший, більш вузький за значенням, наприклад, *for* або *in*: *зменшення обсягу виробництва – decrease in volumes of production; причини підвищення рівня цін на рекламу – causes for increase of advertising rates*;

д) використати присвійну форму іменника: *система мас-медіа країни – the country's mass media system*.

3. Вживання типових фраз під час перекладу.

Варто запам'ятати найбільш уживані вислови для написання тексту наукового характеру англійською мовою (статті, реферату, доповіді тощо):

а) вступні фрази:

1. Ця стаття присвячена...	The article centers about (deals with; devotes considerable attention to; is oriented forward to ...).
2. Ми хотіли б підкреслити, що...	We would like to emphasize that
3. Немає необхідності перераховувати всі...	There is no need to enumerate all
4. Вважаємо за потрібне підкреслити, що ...	It is necessary to emphasize that ...
5. У цьому зв'язку особливу увагу слід приділити ...	In this connection particular importance should be attached to
6. З урахуванням згаданої вище проблеми...	With regard to the problem mentioned
7. Цей приклад чітко демонструє ...	This example clearly shows
8. Викладені вище принципи повністю відповідають	The principles stated above fully correspond to
9. Резюме можна викласти в двох зауваженнях загального характеру	The resume can be stated in two general observations
10. Ці спостереження мають важливе значення в ...	These observations are of great significance in
11. Отже, можна зробити висновок ...	Thus it is possible to conclude
12. Головне питання, котре поки що не вирішено ...	The main question not yet solved is
13. Нарешті важливо б сказати, що ...	Lastly it is important to say that
14. Очевидно, важливо зробити висновок ...	It may be important to conclude

Основні терміни і поняття медіа-студій, які варто вживати під час підготовки магістерських досліджень на факультеті журналістики, подано в українсько-англійському глосарії термінів і понять у сфері наукових медіадосліджень (див. додаток Г).

б) зв'язувальні та узагальнюючі фрази:

1. Взагалі ...	In general ...
2. Що стосується ...	With regard to (as to) ...
3. Це доводить, що ...	It proves that ...
4. Немає необхідності говорити	Needless to say ...
5. Певною мірою ...	To some extent ...
6. Більше того ...	What is more ...
7. Наскільки це стосується даної проблеми ...	As far as this problem is concerned ...
8. З точки зору ...	From the point of view of ...
9. Я вважаю, що ...	I consider that ...
10. Варто підкреслити ...	It must be stressed ...
11. Стосовно цієї проблеми ...	Touching upon this problem ...
12. Що стосується цього питання ...	As to this question ...
13. Щоб отримати найбільш глибоке уявлення про ...	To gain a deeper insight into ...
14. Ось чому необхідно ...	That is why it is imperative to ...
15. Важливо зауважити, що ...	It is of importance to note ...
16. По-перше (по-друге, по-третє)	First (secondly, thirdly) ...
17. Нарешті ...	Finally ...
18. Хочу зробити висновок ...	I dare to conclude ...
19. Перш за все ...	Above all ...
20. Так (таким чином) ...	Thus (therefore) ...
21. Крім того (до того ж) ...	Furthermore ...
22. Тому ...	Therefore ...
23. Більш того ...	Moreover (over and above) ...
24. Проте ...	However ...
25. Хоча ...	Though ...
26. Суттєво ...	Essentially ...
27. Тим не менш ...	Nevertheless ...
28. Порівняно з ...	Compared with ...
29. Звідси ...	Hence ...
30. Враховуючи це ...	On this account ...
31. Ось чому ...	That is why ...
32. В цілому ...	On the whole ...

в) комбінаторні вислови. Під час роботи над науковим текстом варто використовувати такі сталі вислови:

1. У цій статті / уривку проаналізовано візуальні дані	This chapter / abstract has examined visual data
2. Європи	for Europe
3. Акцент зроблений на ...	The emphasis has been placed on ...
4. В результаті аналіз автора загалом відображає останні інтерпретації ...	In the outcome, the author's analysis generally rejects the recent interpretations of ...
5. Запропоновані деякі шляхи, які дозволяють переформулювати підходи більш переконливо ...	It has been suggested some ways in which the approaches might be reformulated more persuasively
6. Хоч ми погоджуємось із акцентом, пріоритетним у цьому підході ... ми більш прихильні до теорії, що базується на ...	Although we happen to agree with the focus explicit in this approach ... we find greater support for the theory based on ...
7. Уривок статті розвиває попередній погляд на проблему ...	The abstract develops the earlier view on the problem of ...
8. У цій статті автор запропонував підхід, в якому акцент інноваційної діяльності змістився з ... на ...	In this article the author has mapped the way in which the focus of innovative activity has shifted from ... to ...
9. Робота, представлена в цій статті, дає підстави вважати, що ...	The work surveyed in this article gives good grounds for believing that ...
10. Підсумовуючи, зазначимо, що розбіжності в політиці, описані в цій статті, відображають відмінності в поглядах з декількох ключових питань ...	To summarise, the policy disagreements described here reflect differences in judgement on several key questions ...

г) сполучні фрази:

Для забезпечення зв'язності наукового тексту необхідно використовувати ряд сполучних елементів, таких як:

First(ly)	По-перше
Second (ly)/then	По-друге / потім
Third (ly)/also	По-третє / також
Finally	На закінчення
Besides	Крім того
In addition	На додаток
Furthermore/moreover	Більше того
Therefore/so	Тому, отже
Thereby	Таким чином, у зв'язку із цим
That's why	От чому
However	Однак

Nevertheless	Проте, однак
On the one hand	З одного боку
On the other hand	З іншого боку
On the contrary	Навпаки
Similarly	Аналогічно, подібним чином.

? Запитання для самоперевірки:

1. У чому полягає різниця між науковими стилями української і англійської мов?

2. Які особливості наукового стилю англійської мови? В чому можуть полягати труднощі перекладу україномовного наукового тексту на англійську мову?

3. Назвіть основні сталі англійські вислови, з яких можна починати і завершувати наукову статтю.

Тема 9

ОСОБЛИВОСТІ НАПИСАННЯ НАУКОВИХ СТАТЕЙ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ

План

- 1. Структура наукової статті, її основні елементи.*
- 2. Етика наукових досліджень.*
- 3. Розгляд кейсів порушень наукової етики.*

1. Структура наукової статті, її основні елементи.

Основні елементи наукової статті:

- Вступ (Introduction).
- Опис літератури (literature review).
- Опис методології дослідження (research methodology).
- Питання дослідження (research questions).
- Гіпотези дослідження (hypotheses).
- Обговорення результатів дослідження (discussion).
- Обмеження дослідження (limitations of study).
- Перспективи подальших досліджень (perspectives for future research).

Структура статті англійською мовою:

- ✓ Abstract, key words,
- ✓ introduction,
- ✓ literature review / problem statement and background,
- ✓ research questions /hypotheses,
- ✓ methodology,
- ✓ discussion, results and findings,

- ✓ conclusion,
- ✓ acknowledgements (contributors, financing etc.),
- ✓ references (bibliography),
- ✓ appendixes (tables, graphs, figures etc.).

Для того, щоб якісно підготувати усі перелічені елементи статті англійською мовою, необхідно не тільки вільно володіти лексичним і стилістичним багажем. Важливо ще розумітися на самій суті проведення наукових досліджень за кордоном. Особливо це стосується етичних і правових аспектів – *research ethics and compliance*.

2. Етика наукових досліджень.

Доброчесна, порядна, етична поведінка – ключ до успіху у будь-якій професії англосовітського світу. Особливо це стосується сфери мас-медіа і наукових досліджень. У США чи Європі фахівці послідовно будують свою репутацію протягом усієї кар'єри: від навчання в школі і університеті до виходу на пенсію. Звичайно, це не означає, що неетичної поведінки не існує. Англосовітський термін на пояснення цього явища – *research misconduct / unethical behavior*.

Виокремлюють декілька причин неправомірної поведінки науковців:

- тиск щодо необхідності публікацій (наукова конкуренція),
- несприятливі умови для досліджень (відсутність часу, ресурсів, знань),
- людський фактор (спокуса, раціоналізація, честолюбство, амбіції, тиск колег тощо),
- недостатня політика доброчесності досліджень,
- грошова винагорода за публікацію,
- культурний фактор та ситуації, коли взаємна критика відсутня або неможлива,
- дослідники на ранньому етапі своєї кар'єри.

Реакцією на неправомірну поведінку може бути: запобігання їй, розслідування, покарання, корекція подібної поведінки у майбутньому. Для цього функціонують кодекси наукової етики (моральні стандарти) і чітка політика наукової доброчесності (професійні стандарти). Кожен американський і європейський студент зобов'язаний пройти курс академічної і дослідницької доброчесності ще на перших курсах бакалаврату. Такі дисципліни також обов'язкові в магістратурі та в аспірантурі (на рівні проведення PhD-дослідження).

До недоброчесних дослідницьких практик відносять (research misconduct):

- фальсифікації даних (англ. false data),
- фабрикації результатів (англ. results fabrication),
- плагіат (англ. plagiarism).

До сумнівних дослідницьких практик відносять (questionable research practices):

- неправильне представлення даних (англ. misrepresentation),
- погане управління даними (їх збір, аналіз і зберігання в спеціалізованих репозитаріях),

- погана система реєстрації і зберігання записів (лабораторних та ін.),
- неточність (англ. inaccuracy),
- заангажованість / конфлікт інтересів (англ. bias/conflicts of interest),
- дублювання публікацій (англ. double publication),
- вибіркове представлення даних і їх вибіркочий аналіз,
- неправильне представлення авторства («дарування» авторства / автор-гість / автор-привид – англ. gift authorship / guest authorship / ghost authorship).

3. Розгляд кейсів порушень наукової етики.



Рекомендовано ознайомитися з англomовним транскриптом і його українським перекладом ситуації, що зображує неетичну поведінку науковців:

Social / Behavioral / Education Sciences **Research Misconduct**

- Hey, Johana?
- We have to talk!
- I just read Dr. Preeti’s article online, and you won’t believe this! She misrepresented our data!
- Why would she do that?
- She either got it wrong or has some other agenda; I don’t know!
- Are you sure?
- Of course I’m sure, Carson! I can read! And I was right there every step of the way! And now it’s published! I should turn her in!
- Not wise.
- What if she’s caught? I can go down with her! I’ve got proof, remember. I made copies of everything – even her private notes!
- Also, not wise.
- Under the circumstances, I’d say it was a very good move. I’ll bust her to the Chair, and we’ll see if she gets tenure now.
- Listen to me. You know you can’t admit you have copies of the data, right?
- I suppose. But that’s not the point. She got it wrong and I know it. So, I need to speak up!
- Johana, trust me, you don’t even want to star that kind of mess. You’re still vulnerable until you’ve defended your dissertation. Beside, that could follow you your whole career. Don’t sink your own boat.
- But what about the truth?
- Absolutely, the truth should win. How about correcting Preeti in your first article? After you have your PhD?
- Perfect! Oh, thank you – that’s perfect. I can live with that. So, how’s the transcribing going?
- OK.
- That’s the least of my worries. I’ve been coding the interviews I did yesterday, and, again, there doesn’t seem to be evidence for the descriptors we’re looking for.
- The hypothesized descriptors?

- Of course. I don't know what to do.
- Have you talked to Dr. Fortier?
- Oh, yeah. He just says, «I know those things are happening. Go out there and find them!» I think he is right. They should be happening, I just can't find them.
- Hey, these interviews are with the same classroom, but on different days with a very different number of kids in attendance, so the data is probably unreliable anyway. Maybe you can use that as a reason to throw out the interview results to this point, and take a week to figure out what you need to get at what you want.
- Well, maybe. I certainly haven't gotten there with the tools I've been using. You're right; I need to re-think. Let me clear it with Dr. Fortier. He's usually in his office now. Let's see.
- I've got a few more minutes. Maybe if I look over the questions?
- That'd be great. A new set of eyes. Well, so much for that. And I quote: «Serious waste of grant money!» Exclamation point. «Keep everything in – make it work!!» Double exclamation points. And, of course, that's far more important than being accurate!
- And once again, truth wins!

Соціальні / Біхевіористські (поведінкові) / Освітні науки

Неправомірна поведінка дослідників

- Джоанна?
- Нам треба поговорити! Я щойно прочитала статтю доктора Пріті в Інтернеті, і, ти не повіриш, вона викривила наші дані!
- Навіщо їй це робити?
- Вона або помилилася, або має якісь інші плани; Я не знаю!
- Ти впевнена?
- Звичайно я впевнена, Карсон! Я вмю читати! І я мала рацію на кожному кроці роботи! І тепер вона опублікована! Я повинна викрити її!
- Це не розумно.
- Що робити, якщо її спіймають? Я можу піти разом з нею! Пам'ятай, що в мене є докази. Я робила копії всього - навіть її особистих записів!
- Також не розумно.
- За таких обставин, я можу сказати, що це був дуже хороший хід. Я здам її завідувачу кафедри, і ми подивимось, чи отримає вона посаду тепер.
- Послухай мене. Ти знаєш, що не можеш підтвердити, що у тебе є всі копії даних, чи не так?
- Я гадаю так. Але це не головне. Вона зробила невірно, і я про це знаю. Так що, я повинна захищатися!
- Джоанна, повір мені, ти сама навіть не хочеш починати усі ці неприємності. Ти досі занадто беззахисна, поки не захистиш дисертацію. Крім того, це може коштувати тобі всієї кар'єри. Не треба пиляти гілку, на котрій сидиш.
- Але що робити з правдою?
- Абсолютно, правда повинна перемогти. А якщо ти виправиш Пріті в свої першій статті? Після того, як отримаєш ступінь доктора?

- Чудово! Дякую тобі – це дійсно чудово. Я зможу жити з цим. А як справи з твоєю розшифровкою?

- Добре.

- Це найменша з моїх турбот. Я розшифровував інтерв'ю, які я зробив вчора, і, знову ж, схоже на те, що там немає ознак, які ми шукаємо.

- Навіть гіпотетичних?

- Звісно. Я не знаю що робити.

- Ти говорив з доктором Фортіром?

- Так. Він лише говорить: «Я знаю, що ці речі відбуваються. Ідіть і знайдіть їх!» Я гадаю, що він правий. Вони повинні бути, я просто не можу знайти їх.

- Дивись, ці інтерв'ю з одного класу, але в різні дні з помітною різницею в кількості присутніх дітей, тому схоже на те, що дані ненадійні в будь-якому випадку. Можливо, ти зможеш використати це як причину, щоб поки що відкласти результати інтерв'ю, і взяти тиждень на роздуми про те, що тобі потрібно для того, щоб дійти результату.

- Ну, можливо. Я звісно про це ще не думав, використовував інші шляхи вирішення. Ти права; Мені потрібно переосмислити. Зараз я проясню це з доктором Фонтіром. Зазвичай, в цей час він у своєму кабінеті. Давай перевіримо.

- У мене є ще кілька хвилин. Можливо, я перегляну питання?

- Це було б чудово. Свіжий погляд. Він відповів, дуже багато для цього. Цитую: «Серйозна трата грантових коштів!» Знак оклику. «Продовжуйте та доведіть справу до кінця!!» Два знаки оклику. І, звичайно ж, це набагато важливіше, ніж бути точним!

- Ще раз, правда переможе!

Джерело: CITI – Collaborative Institutional Training Initiative – Case Study Video (<https://www.citiprogram.org>).



Після прочитання транскрипту варто переглянути відео з записом цієї ситуації. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EEh7AuqHdA0>.



Завдання для виконання в аудиторії після перегляду відео

Speaking. Discuss with your classmates the following questions:

1. What is wrong in terms of research conduct and ethics in this case?
2. What types of research misconduct or questionable research practices have you spotted in this case?
3. How do you think Johana and Carson have dealt with these situations?
4. What would you do on their place?
5. How do you think professors would react if they would have been accused in research misconduct?
6. Do you think similar situations could happen in Ukraine?
7. Have you ever been involved in plagiarism or any other research misconduct or questionable research practices? Why do you think they are prohibited?

8. What academic or research misconduct practices are most wide spread in Ukraine?

9. What are some reasons for that? Comment on your opinion.

10. Do you think Ukrainian students should study research ethics in class? Why or why not?

? Запитання для самоперевірки:

1. Якими є основні елементи наукової статті англійською мовою? Перелічіть їх і надайте англійськомовний переклад.

2. Що таке наукова / академічна доброчесність?

3. Які приклади недоброчесної поведінки ви можете назвати?

4. Що таке «сумнівні дослідницькі практики»? Наведіть приклади.

5. Якими є причини неетичної поведінки науковців і якими є можливі шляхи подолання академічної недоброчесності?

Тема 10

ОФОРМЛЕННЯ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ, КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА

План.

1. *Особливості магістерського дослідження.*

2. *Етапи написання кваліфікаційної роботи магістра. Розробка плану-проспекту – Master Thesis Proposal.*

3. *Формулювання summary.*

1. Особливості магістерського дослідження.

Магістерська робота – це самостійне, завершене, цілісне дослідження, що розкриває на відповідному теоретичному і методологічному рівні обрану автором тему. У магістерській роботі студент має продемонструвати глибокі знання, володіння навичками наукового дослідження, здатність мислити, аналізувати й узагальнювати, робити висновки. Підготовка й захист магістерської роботи сприяє підвищенню рівня знань та вмінь студентів, глибокому вивченню найбільш важливих проблем філософії, культурології, політології, соціальних комунікацій, засвоєнню необхідних форм і методів наукової роботи, розвитку творчого мислення, вміння практичного аналізу теоретичних ідей і концепцій.

Цінність магістерської роботи визначається її науковим значенням, а також логічністю, обґрунтованістю, чітким, ясним викладом матеріалу. Велике значення має вміння автора працювати на широкому просторі філософського чи конкретно галузевого матеріалу, орієнтуватись у розмаїтті думок і виділяти головне, порівнювати й аналізувати різні погляди, висловлювати власні думки

щодо обговорюваної теми. Магістерська робота може виступати продовженням і розвитком курсових і бакалаврських робіт.

2. Етапи написання кваліфікаційної роботи магістра. Розробка плану-проспекту – **Master Thesis Proposal**.

Підготовка і захист кваліфікаційної роботи магістра проводиться у декілька етапів:

- вибір та уточнення теми, підбір і вивчення літератури;
- розробка плану-проспекту (англ. Master Thesis Proposal);
- підготовка тексту роботи та її оформлення;
- підготовка до захисту, попередній захист на засіданні кафедри;
- захист роботи на засіданні державної екзаменаційної комісії.

На етапі підготовки до написання магістерської роботи готують план-проспект роботи, що в американських і європейських вишах називається **Master Thesis Proposal**. Цей документ має чітку структуру¹⁵. Розглянемо її нижче.



Рекомендовано прочитати текст, з'ясувати основні структурні елементи Master thesis proposal:

Working title	Describe the breadth and depth of the topic and indicate the methodology to be used. It necessary use a title and a subtitle.
Introduction (abstract)	Summary of the research topic, describing the major problem or issue and where the gap lies for your research together with an indication of what your research will achieve.
Scope	State the limitations for the research, for example, time period, language, subject areas, regions and sample along, with unit of analysis, for example, policy, programmes, behaviours – to emphasize that no claims for generalizability beyond these limits will be made.
Aims	General statements on the intent or direction for the research – where you intend to go; include reference to the methodological, practical and theoretical aims.
Objectives	Specific, clear and succinct statements of intended outcomes from your research, for example, search and review of the literature and assessment of a debate.
Justification	The rationale for doing the research on the topic: why the research needs to be done on this topic or problem. Make reference to the literature, gaps in knowledge, potential usefulness of a methodology

¹⁵ Becker H. Writing for Social Scientists: How to Start and Finish Your Thesis, Book or Article, 2nd Edition. Chicago: University of Chicago Press, 2007. 212 p.

and possible benefits of outcomes for understanding, practice and policy. Provide key references in support of your case.

Review of literature (indicative)

Describe briefly the history of the topic identifying key landmark studies which indicate the methodologies used and arguments made; show the major issues or practical problems to identify the gap you intend to look at in your research, and then indicate what will be some likely research questions (for qualitative research) or hypothesis (for quantitative research). If necessary, show how key terms have been defined and used. Aim to show what contribution your research will make to the literature.

Methodology (indicative)

A concise justification for the methodological approach you intend to employ and what data-collection and analytical techniques you will use. No need to describe the methodology, but justify the following: use of qualitative or quantitative approaches; use of an existing approach within an existing paradigm; explanation of why alternative methodologies were rejected or not; the use of techniques for data/evidence-collection and anticipation of problems and issues, for example, ethics and access to data; indication of how the data will be analysed; and include agreements from corroborating organizations. Any variables to be operationalized should be defined. Provide references in support of your case.

Provisional work schedule

A general indication of the timetable for completing the research; usually broken down into manageable segments, indicating the tasks necessary to complete each assuming that there are no problems. Often divided according to the sections in the dissertation. Include slippage time.

Resource requirements

Identify any equipment that you will need for your research, for example, computing, access to special libraries or cost for field visits; if using postal questionnaires estimate printing and postage costs.

References cited and indicative bibliography

This is the bibliography of all works cited in your proposal; often includes works not cited that will be followed up in the main research.

Related materials

Any materials that can support your justification or indicate your argument for collecting or using a particular kind of data, for example, computer game and video. Include in this section letters from corroborating institutions that give you access to necessary data or people.

Тож, узагальнюючи, можна визначити такі структурні елементи плану-проспекту (Master Thesis Proposal) до магістерської роботи:

1. *Title, subtitle.*
2. *Abstract* (summary of the research, description of major problem or issue).
3. *Introduction* (including purpose of the research, what you want to achieve).
4. *Idea, scope, limitations of the topic* (time period, subject areas, sample etc.).
5. *Aims and objectives* (specific, clear statements of intended outcomes).
6. *Justification* (why the research needs to be done on this topic, its potential).
7. *Literature and theories review* (brief description of the history of topic).
8. *Research questions and hypotheses* (clear concise questions or suggestions).
9. *Methodology* (use of qualitative/quantitative approach and data-collection).
10. *Provisional work schedule* (timetable for completing the research).
11. *Resource requirements* (any equipment, access to libraries, archives etc.).
12. *Indicative bibliography* (all works cited in your proposal and future study).

Схему роботи на планом-проспектом подано у рис. 3. Зі схеми бачимо, що план-проспект за обсягом не перевищує 2-3 сторінки, має бути чітким і лаконічним, визначати приблизну методологію і логіку дослідження.

Підготовка проекту-пропозиції (project proposal)



Рис. 3. Схема роботи над project proposal

2. Формулювання summary.

Для магістрів обов'язковими складниками роботи є реферат і анотація англійською мовою, яка, по суті, є перекладом реферату до роботи.

У рефераті подається стислий опис роботи. Необхідно вказати: тему, кількість сторінок основного тексту, кількість використаних джерел, мету, завдання, об'єкт, предмет, методи, теоретичну основу дослідження (це основні наукові праці, розглянуті в роботі), наукову новизну (для магістрів трирівнева), практичне та теоретичне значення дослідження, ключові слова (від 5 до 10).

В анотації англійською мовою (summary) спочатку подають короткий бібліографічний опис (прізвище автора; назва; місто, де відбувається захист; кількість сторінок), потім через відступ – короткий текст про актуальність (actuality), мету (goal), завдання (aims), методи (methods) і результати (results) дослідження, наприкінці – ключові слова.



Рекомендовано ознайомитися з прикладом анотації до кваліфікаційної роботи магістра:

SUMMARY

Soloviova. N. M. Perception of Analytical and Investigative Journalism by Internet Audience of Regional Mass Media. Zaporizhzhia, 2019. 102 p.

The diploma paper discusses the peculiarities of perception of analytical and investigative journalism by the internet audience of regional mass media.

Actuality of the qualification paper lies in necessity of researching issues related to the perception of analytical and investigative journalistic texts by online audience of regional mass media of Zaporizhzhia. Our hypothesis is that for media in order to keep readers' attention on analytical and investigative reporting it is important to structure information in simple way using multimedia and visualization.

The paper's goal is to consider the peculiarities of perception of publications in analytical and investigative genres by the audience of Zaporizhzhia online media, and characterize the problems, which readers and journalists face while consuming and creating texts in these genres. The aims are to define a concept, themes and forms of presenting analytics and investigative materials; to consider journalists approaches to writing such texts; to study the peculiarities of perception of these materials by the audience of Zaporizhzhia online mass media; and find out the techniques and instruments to improve perceiving such materials.

Used methods of research are analysis and synthesis, comparative and typological, the method of online surveying and expert interview.

The result of the research paper is analyzed experience of Ukraine's regional online-media in publishing analytical and investigative articles as well as how the online audience perceives them. The research proved that usage of various multimedia and different forms of visualization help to attract readership to such publications. There were defined problematic aspects of the audience perception and creation these texts by the journalists that the media should take into account.

Key words: analytics, journalistic investigations, regional media, multimedia, visualization, content, format, genre, internet media.

Індивідуальне домашнє завдання (максимум – 20 балів):

Завдання: написати *Master Thesis Proposal* до своєї кваліфікаційної роботи магістра. Обсяг: 2 сторінки А4. Times New Roman, 14 pt, 1,5 інтервал.

Критерії оцінювання:

1) завдання виконано у повному обсязі, без стилістичних, орфографічних і граматичних помилок, використана професійна лексика, словниковий запас різноманітний і релевантний – 20-15 балів;

2) завдання виконано частково, з лексичними, орфографічними і граматичними помилками – 14-8 балів;

3) завдання виконано з великою кількістю помилок, словниковий запас нерізноманітний – 0-7 балів.

? Запитання для самоперевірки:

1. Якими є особливості підготовки магістерської дисертації?

2. Що таке план-проспект до магістерського дослідження (Master Thesis Proposal)? Які вимоги до його написання?

3. Як підготувати анотацію (summary) до кваліфікаційної роботи магістра? Які вимоги до неї?

Тема 11

ПІДГОТОВКА ДО МІЖНАРОДНИХ ГРАНТОВИХ ПРОГРАМ

План

1. Грантові можливості для студентів магістратури від урядових і громадських організацій Сполучених Штатів Америки.

2. Грантові можливості від ЄС. Програма ERASMUS +.

3. Особливості заповнення аплікаційної форми для отримання гранту.

1. Грантові можливості для студентів магістратури від урядових і громадських організацій Сполучених Штатів Америки.

Сьогодні існує величезна кількість грантових програм, які дають можливість українським студентам отримати фінансування як на реалізацію власних проектів, так і на навчання чи стажування за кордоном – у Європі, США, чи інших країнах. Розглянемо приклади програм для українських студентів.

A. Fulbright Graduate Student Program.

Програма, яка передбачає навчання в американських університетах від одного до двох років на здобуття ступеня магістра. У конкурсі можуть брати участь студенти старших курсів, випускники ВНЗ¹⁶.

Післядипломна освіта в США (graduate studies) є поєднанням навчання з індивідуальною дослідницькою працею. Система цього рівня освіти передбачає

¹⁶ Програма академічних обмінів імені Фулбрайта в Україні. URL: <http://www.fulbright.org.ua>.

широкий спектр можливостей: здобуття магістерського ступеня (master's program); навчання за суміжною спеціальністю; підготовка до кваліфікаційних іспитів і вступу до аспірантури (doctorate program).

Серед переліку дисциплін програми є журналістика/ засоби масової комунікації. *Вимоги до кандидатів:*

- мати українське громадянство та проживати в Україні,
- володіти англійською мовою на рівні достатньому для професійного спілкування в англomовному академічному середовищі,
- мати щонайменше диплом бакалавра на час призначення стипендії,
- повернутись в Україну на 2 роки після завершення терміну гранту відповідно до вимог візи J-1, яку отримують учасники програм обмінів.

Умови гранту: оплата навчання в університеті, щомісячна стипендія, медичне страхування, квиток в обидва боки.

Документи на конкурс та вимоги до їх оформлення:

Претендентам необхідно подати до Офісу Програми імені Фулбрайта комплект документів, до якого входять: онлайн-анкета, обов'язкові додаткові форми, три рекомендаційні листи, копії всіх документів про вищу освіту (дипломи з додатками, сертифікати тощо)/ або копія залікової книжки для студентів 3-6-х курсів, які ще не отримали диплом на момент конкурсу, портфоліо (для кандидатів з творчих напрямків)

Відбір учасників на конкурсній основі відбувається в Україні й передбачає наступні етапи:

- перевірку документів щодо повноти їх заповнення та відповідності заявників вимогам конкурсу,
- рецензування робіт американськими та українськими фахівцями та визначення осіб, які вийшли до півфіналу,
- співбесіда англійською мовою з учасниками півфіналу та відбір фіналістів американсько-українською комісією,
- затвердження рекомендованих кандидатів та визначення університетів для фіналістів програми,

Фіналісти Програми складатимуть тест TOEFL iBT (Internet-based Test of English as a Foreign Language) та GRE General Test (Graduate Record Examination).

В. Програми Посольства США в Україні.

Важливою організацією, яка надає грантову, ресурсну та інформаційну підтримку, є Посольство США в Україні, а саме Відділ преси, освіти та культури (Public Affairs Section of US Embassy in Ukraine). Офіс академічних обмінів Посольства США координує та надає інформацію щодо американських програм обміну для українських школярів, студентів, викладачів середніх шкіл та ВНЗ та дослідників у галузях гуманітарних та суспільних наук¹⁷. Програми оголошуються кожної осені та проводяться на засадах відкритого конкурсу для

¹⁷ Академічні обміни. Посольство США в Україні. URL: <https://ua.usembassy.gov/uk/education-culture-uk/exchange-programs-uk/academic-exchanges-uk>.

учасників, які відповідають всім критеріям відбору та вільно володіють англійською мовою.

Крім того, існує низка організацій, які постійно публікують інформацію про фінансові можливості академічної мобільності, волонтерства, грантів:

- Unistudy – <https://unistudy.org.ua>,
- Ресурсний центр ГУРТ – <https://gurt.org.ua>,
- Education USA – <https://educationusa.state.gov> та інші.

С. Програми міжнародних організацій.

В Україні мають свої представництва багато освітніх неурядових організацій (НУО), які дають можливість студентам отримати гранти та профінансувати своє навчання і професійні проекти. Такою НУО у сфері журналістики є *Internews Україна*. Сайт організації має розділ «Можливості», де публікуються оголошення про грантові конкурси і стипендії для медійників (молодих журналістів, тих, хто хоче створити або розвинути свій засіб масової комунікації тощо) – <https://internews.ua/opportunity>.

Міжнародні академічні гранти і програми для студентів пропонують *Американські Ради* (American Councils – <http://www.americancouncils.org.ua/en/>) та *Британська Рада* (British Council) – <http://www.britishcouncil.org.ua/study-uk/funding>. Зокрема магістратуру у Великобританії можна профінансувати через програми Chevening та «Всесвітні студії» (WorldWideStudies) Фонду В. Пінчука.

2. Грантові можливості від ЄС. Програма ERASMUS +.

Програма Еразмус + уже багато років працює в Україні. Вона має декілька напрямків, одним з яких є *академічна мобільність, тобто можливість навчання певний період за кордоном* (Напрямок КА1)¹⁸. Для України як країни-партнера (Partner Country) з країнами-членами (Programme Countries) Програми Еразмус+ відкрита можливість *міжнародної кредитної мобільності* на короткострокові програми за обміном на навчання (на період 3-12 міс) для українських бакалаврів, магістрів, аспірантів, докторантів; на практику (2-12 міс).

Студенти програм обміну отримують грант (на покриття витрат на проживання, проїзд, харчування, страхування, візу тощо) в розмірі 800-850-900 євро на місяць. Навчання повинно бути безкоштовним. Також грант може бути - 0 (нуль), що означає, що навчання безкоштовне, а проїзд і перебування покриває студент за власний кошт. Розмір гранту на мобільність та що він покриває, важливо уточнювати якомога раніше ще до або у період подання документів на участь в конкурсі.

Як брати участь?

КРОК 1. Дізнайтесь з сайту ЗНУ (сторінки міжнародного відділу), хто відповідає за проекти з мобільності. Зв'яжіться та домовтесь про зустріч.

КРОК 2. Дізнайтесь, чи є проекти та конкурси на мобільність за обміном саме в вашому університеті в рамках Еразмус+ ІСМ 107. Для того щоб студенти і працівники могли скористатись можливостями, спочатку ЗНУ повинен спільно

¹⁸ Національний офіс Erasmus+ в Україні. URL: <https://erasmusplus.org.ua/erasmus/ka1-navchalna-mobilnist.html>.

з університетами партнерами з Європи виграти такий проект на мобільність за обміном.

КРОК 3. Якщо вже є такі проекти у ЗНУ, то внутрішні конкурси повинні бути оголошені відкрито та прозоро на вебсайті університету. Всі умови, документація, процедури участі, розмір гранту і критерії відбору Вам необхідно уточнити у міжнародному відділі ЗНУ. Правила участі у конкурсі повинні бути відкриті, зрозумілі і доступні. Остаточне рішення приймає приймаюча сторона.

КРОК 4. Розмір гранту на мобільність вказується в умовах конкурсу, в листі запрошення, в угоді на навчання чи мобільність. Важливо звернути увагу, що є один з типів гранту, який називається - zero grant (0 євро), потенційний учасник повинен про це знати і мати можливість покрити всі витрати самостійно (в такому випадку навчання безкоштовне, але витрати на проїзд і перебування не покриваються). Уточнюйте розмір гранту на початку процесу участі в конкурсі.

КРОК 5. По закінченню мобільності обов'язковою умовою для ЗВО України є автоматичне визнання періодів і результатів мобільності як студентів так і працівників. Обговоріть ці питання з відділом міжнародної співпраці до початку мобільності, уточніть що потрібно і які документи потрібно привезти для такого визнання. Разом поговоріть з викладачами.

КРОК 6. Читайте уважно Угоди, які підписуєте з приймаючою стороною, спілкуючись з приймаючою стороною, ставте в копію свій ЗВО, звертайтеся до них за допомогою і підтримкою.

3. Особливості заповнення аплікаційної форми для отримання гранту.

Кожен грантовий конкурс, програма обміну, чи фонд мають свої форми заявок, які релевантні тільки для участі у конкурсах цих організацій. Проте існує стандартний перелік питань і завдань, які зазвичай включені до аплікаційних форм (заявок) будь-яких конкурсів.

У додатку Д представлено приклад аплікаційної форми для участі у програмі мобільності Еразмус+ до Університету Нікозії (Кіпр). Як видно з заявки, стандартним набором інформації є персональні дані студента. Проте найважливішою секцією є *Required Application Documents* (тобто, обов'язкові документи, які додаються до самої заявки). Чи не найважливіші серед них – *Recommendation Letter by a Faculty Member* (лист-рекомендація від викладача) і *Personal Statement* – есе щодо персональної зацікавленості участі у програмі.



Рекомендовано ознайомитися з запитаннями, які ставляться грантодавцями для підготовки Personal Statement:

Personal Statement – a typed text about your ambition to participate in the Erasmus+ Program, including the following points:

- Which are your personal and professional goals for your Study Abroad?
- What kind of extra value would you get from your Study Abroad?
- What kind of characteristics do you think are important for a student to have who is going on Erasmus+?
- How would you promote Cyprus and the University of Nicosia during your exchange abroad?

Завдання для самостійної роботи

Підготувати personal statement – *personal statement* – есе щодо персональної зацікавленості участі у програмі на один із професійних грантових конкурсів у межах програм академічної мобільності.

Критерії оцінювання:

1) Personal statement написано грамотно, за вимогами грантодавця обсягом 2 сторінки А4 (14 шрифт, 1,5 інтервал) – 5 балів;

2) Personal statement написано грамотно, за вимогами грантодавця, але недостатнього обсягу – 4 бали;

3) Personal statement написано з граматичними, лексичними і стилістичними помилками, враховані не всі вимоги грантодавця – 2-3 бали;

4) Personal statement написано безграмотно, вимогами грантодавця не виконані, обсяг замалий – 0-1 бал.

? Запитання для самоперевірки:

1. Які є можливості для фінансування міжнародного навчання і проектів?
2. Що таке академічна мобільність? Як її отримати?
3. Які міжнародні організації надають гранти і стипендії українським студентам? Як їх можна отримати?

ПРИКЛАДИ КОНТРОЛЬНИХ ТЕСТІВ І ЗАВДАНЬ

1. Особливістю CV є

Оберіть одну відповідь:

- a. те, що воно коротше за резюме і містить тільки важливу інформацію
- b. те, що воно довше за резюме і містить детальнішу інформацію
- c. жодних особливостей немає

2. Фраза у телефонній розмові: "I'm sorry, I didn't catch what you said. Could you repeat that, please?" означає

Оберіть одну відповідь:

- a. співбесідник вибачається, що не зловив щось, про що говорив раніше
- b. співбесідник вибачається, що не повторив сказане
- c. співбесідник вибачається, що не зрозумів сказане

3. Яке основне правило складання резюме англійською мовою?

Оберіть одну відповідь:

- a. зворотній хронологічний порядок дат життєпису
- b. яскравий дизайн
- c. крупний шрифт

4. Якими є приклади порушень поведінки науковця (research misconduct)?

Оберіть одну або більше відповідей:

- a. unethical behaviour
- b. plagiarism
- c. crime
- d. fabrication

5. Який стиль написання новин використовують англомовні мас-медіа найчастіше?

Оберіть одну відповідь:

- a. Harvard Style
- b. Chicago Style
- c. AP Style
- d. APA Style

6. Англомовний термін newsworthy information означає

Оберіть одну відповідь:

- a. інформацію, що не потрапляє у новини
- b. усю інформацію, яка є в англомовних мас-медіа
- c. інформацію, що потрапляє у новини

7. CV і resume це тотожні поняття

Оберіть одну відповідь:

- a. Так
- b. Ні

8. Research ethics і research misconduct є взаємозамінними термінами

Оберіть одну відповідь:

- a. Так
- b. Ні

9. Чи правдиве твердження: news should be relevant, balanced, unbiased and objective

Оберіть одну відповідь:

- a. Так
- b. Ні

10. AP Style - це стиль, який регулює

Оберіть одну відповідь:

- a. науковість і стилістику
- b. мас-медійність і стилістику
- c. орфографію, граматику, пунктуацію

Завдання 1. Ви – головний редактор видання. Вам потрібно заповнити вакансії журналіста, редактора відділу, коректора і редактора сайту. Познайомтесь з кандидатами. Скажіть свої репліки та відповіді на них англійською мовою:

- Добрий день. Ваше ім'я?
-
- Де ви раніше працювали?
-
- На якій посаді?
-
- Чи маєте ви відгуки з попереднього місця роботи?
-
- Якою мовою ви розмовляєте, пишете?
-
- Заповніть, будь ласка, анкету.
-
- Приходьте післязавтра.

Завдання 2. Уявіть, що вам телефонує ваш діловий партнер з Англії.

Виконайте такі дії:

- запитайте англійською, яку компанію він представляє;
- вибачтесь перед ним, скажіть, що Ви в даний момент дуже зайняті, і попросіть його зателефонувати вам пізніше;
- запитайте, з якого міста він дзвонить;
- поцікавтеся його телефонним номером і кодом міста, з якого він телефонує; скажіть, що зателефонуєте йому через дві години.

Завдання 3. Нижче перераховані прикметники, які описують Вас як працівника. Виберіть із них слова, що найбільш адекватно характеризують:

а) Вас самих; б) секретаря; в) журналіста; г) коректора; д) редактора

active	realistic	cooperative	systematic
diplomatic	constructive	extroverted	creative
methodical	energetic	fast	independent
attentive	sincere	original	tactful
disciplined	open-minded	honest	thoughtful

Завдання 4.

1. *Напишіть лист англійською з метою рекламування товарів своєї фірми з додатками у вигляді прейскуранту і каталогу.* Вставте в речення потрібні слова (assortment, retailer, customer, wholesaler, discount, guarantee, channels тощо).

2. *Ви уклали контракт щодо розробки PR-кампанії ювелірного бренду. Уявіть собі телефонну бесіду з фірмою-партнером. Поставте партнеру відповідні питання.*

Завдання 5.

1. *Imagine that you are introduced to a foreign colleague as a journalist of a local newspaper. Write several sentences about your specialization, describe your professional interests.* Уявіть, що Вас відрекомендували іноземному колезі як журналіста місцевої газети. У кількох реченнях опишіть свою спеціалізацію, поясніть свої професійні зацікавлення.

2. *Imagine that you are introduced to a foreign colleague as a PR agent of a local company. Write several sentences about your specialization, describe your professional interests.* Уявіть, що Вас відрекомендували іноземному колезі як PR-агента місцевої компанії. У кількох реченнях опишіть свою спеціалізацію, поясніть свої професійні зацікавлення (5 балів).

For extra points/для дод. балів (5 балів):

Write a short essay about importance of having a higher education for your future success in life. Discuss arguments “pro” and “contra”.

Критерії оцінювання

1. Для поточного контролю:

0,5 бала – завдання виконане, але неправильно, що є очевидним наслідком того, що студент погано володіє матеріалом.

1 бал – завдання виконане не зовсім правильно, що є очевидним наслідком недостатнього знання матеріалу.

1,5 бала – завдання виконане більш-менш правильно, були допущені дрібні похибки (не дуже грамотна мова, логічні помилки, неточності тощо).

2 бали – завдання виконане правильно, з розумінням і дотриманням усіх вимог; мова грамотна, мислення логічне, добре знання матеріалу.

2. Для перевірки самостійного тестування:

Тест складається з 15 запитань по 1 балу кожне. Якщо на всі запитання дані правильні відповіді, студент отримує *15 балів*. Якщо менше правильних відповідей, студент отримує відповідно *від 14 до 0 балів*.

3. Для перевірки контрольного тестування на заліку:

Тест складається з 10 запитань по 2 бали кожне. Якщо на всі запитання дані правильні відповіді, студент отримує *20 балів*. Якщо менше правильних відповідей, студент отримує відповідно *від 18 до 0 балів*.

Підсумковий контроль відбувається у формі заліку, який проводиться у два етапи: оцінювання індивідуального домашнього завдання (максимум 20 балів) і контрольного підсумкового тестування (максимум 20 балів).

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ АКТУАЛІЗАЦІЇ ЗНАНЬ

Розділ 1

1. Наукова та професійна англійська лексика у сфері мас-медіа (сучасні комунікації у Великобританії та США, газетно-журнальна галузь, радіомовлення, телебачення, «нові медіа», реклама і зв'язки з громадськістю).
2. Особливості наукового стилю викладення інформації.
3. Наукова та професійна медійна термінологія. Особливості наукових термінів та їх перекладу.
4. Міжгалузеві терміни. Загальнонаукові терміни.
5. Способи перекладу наукових текстів.
6. Стилїстика написання медійних текстів англійською мовою. Написання новин за правилом перевернутої піраміди.
7. Переклад і написання статей для англомовних газет і галузевих журналів.
8. Стилль Associated Press (AP Style), його особливості та використання у професійній діяльності мас-медіа.
9. Специфіка перекладу англомовних мас-медійних текстів (журналістських, рекламних, ПР-текстів). Етичні норми.
10. Стилї письмової мови, підпис конвертів, ведення ділових паперів, читання кореспонденції.
11. Укладання ділової кореспонденції. Схема ділового листа, його структура, зразки оформлення, техніка та стилї написання ділового листа англійською мовою.
12. Особливості структури, відмінності написання американського та британського ділових листів.
13. Аналіз і практичне використання техніки ділового листування, читання.
14. Переклад мовних штампів ділової переписки та їх використання, написання зразків ділових листів.
15. Пасивний та активний стани в граматиці англійської мови, їх використання на письмі.
16. Спілкування електронною поштою. Ділова переписка в мережі Інтернет (письмові штампи електронного листування).
17. Професійне та наукове відрядження.
18. Поселення та проживання у готелі, мовлення на митниці, у банку, в квиткових касах, у ресторані під час ділового обіду/вечері.
19. Основні одиниці та системи мір: лінійні міри (площі, об'єму, ваги, рідин, сипучих тіл), грошові одиниці різних країн.
20. Спілкування по телефону.
21. Усні штампи спілкування англійською мовою під час офіційної ділової телефонної розмови, залишення повідомлення на автовідповідач (voicemail).
22. Прохання, скарги, вибачення.
23. Особливості поведення та спілкування фахівця і науковця у професійних та академічних ситуаціях.

24. Характеристика різних видів резюме: академічне, наукове, професійно-орієнтоване. Формати резюме.

25. Складання CV (життєпису). Відмінності у написанні резюме та CV.

Розділ 2

1. Журнали у галузі журналістики та медіа-студій. Особливості підготовки статей для цих журналів.

2. Правила пошуку інформації на сайтах професійних видань, оформлення профілю автора на сайтах журналів.

3. Міжнародні науково-дослідницькі журнали з перехресним рецензуванням (peer-review journals) як ознака якісних наукових досліджень.

4. Композиції та види наукових текстів.

5. Міжнародні стилі оформлення наукової публікації у галузі медіа-студій).

6. Оформлення бібліографічних посилань, списку використаних джерел за міжнародними вимогами.

7. Складання та подання заявок для участі в конференціях.

8. Написання наукових пропозицій дослідження (research proposal).

9. Укладання анотації (research abstract), особливості роботи над ними.

10. Створення презентацій для доповіді англійською мовою.

11. Написання доповіді англійською мовою для презентації на міжнародній конференції.

12. Повсякденне спілкування під час конференцій.

13. Обговорення сучасного стану досліджуваних проблем у сфері мас-медіа англійською мовою.

14. Викладення наукових даних. Написання наукових текстів.

15. Етика науковця в англomовному середовищі.

16. Особливості підготовки кожного з елементів статті: introduction, literature review, research methodology, research questions, hypotheses, discussion, limitations of study, perspectives for future research.

17. Поняття неетичних досліджень (research misconduct).

18. Поняття сумнівних дослідницьких практик (questionable research practices).

19. Написання анотації до наукової магістерської роботи (Master's Thesis Proposal), особливості написання англomовного магістерського дослідження.

20. Пошук англomовної літератури для дослідження у глобальних бібліотечних системах Academia.edu, ResearchGate.net, Google Scholar та ін.

21. Етапи написання магістерської роботи, формулювання висновків, рекомендацій на перспектив подальших досліджень.

22. Пошук грантових програм у англomовному середовищі.

23. Грантові можливості для студентів магістратури від урядових і громадських організацій Сполучених Штатів Америки та Європейського Союзу.

24. Особливості та етапи заповнення аплікаційної форми для отримання гранту.

25. Підготовка пакету документів для участі у міжнародному конкурсі.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Авшарян Г. English. Уникальный метод изучения языка за 100 уроков. Москва : Астрель, 2012. 479 с.
2. Голденков М. Осторожно, HOT DOG! Современный активный ENGLISH, активный разговорный ENGLISH слэнг, идиомы, крылатые выражения и все, все, все. Москва : ЧеРо, 2006. 272 с.
3. Презентації діловою англійською мовою = Presentations in Business English : навчальний посібник для практичної та індивідуальної робіт з англійської мови за професійним спрямуванням / уклад. О. В. Ємельянова. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi28/0020966.pdf>.
4. Armer T. Cambridge English for Scientists. Cambridge : University Press, 2011. 108 p.
5. Biber D. Student grammar of spoken and written English. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi15/0011170.pdf>.
6. Brown G.D. Professional English in the USE. Cambridge : Cambridge University Press, 2012. 128 p.
7. Ceramella N. Cambridge English for Media. Cambridge : University Press, 2012. 112 p.
8. Cherkas N.V. English idioms in USE : a book of practice rec. by the MESU / N. V. Cherkas. – Lviv : Lviv I. Franko NUPC, 2009. – 236 p.
9. Gore S. English for Socializing. Oxford : Oxford University Press, 2009. 79 p. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi51/0039212.pdf>.
10. Hewings M. English pronunciation in use. Advanced. Cambridge : Cambridge University Press. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi15/35/0010990.pdf>.
11. Hill D. English for Information Technology. Vocational English. Course Book. England : Pearson Education Limited, 2012. 80 p.
12. Vivian J. The Media of Mass Communication. 11th ed. New York : Pearson, 2012. 478 p.
13. Walker R. Tourism: Oxford English for Careers. Oxford : University Press, 2015. 144 p.
14. Wimmer R. Mass Media Research: An Introduction. 10th ed. London : Thomson, Wadsworth, 2014. 496 p.
15. World pass: expanding english fluency. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi15/67/0011229.pdf>.

Додаткова:

1. Андрушко С.Я. Искусство составления деловых писем на английском языке. Одесса : Два слова, Вариант, 1993. 32 с.
2. Богацкий, И. Бизнес-курс английского языка: Словарь-справочник /

И.С. Богацкий, Н.М. Дюканова; под общ. ред. И.С. Богацкого. 5-е изд., испр. Москва : Логос, 2011. 351 с.

3. Голіцинський Ю.Б. Англійська мова. Граматика. Збірник вправ. Київ : Арій, 2011. 545 с.

4. Мультимедійний посібник з англійської мови для організації самостійної роботи з відеоматеріалами (для студентів, магістрів і аспірантів) / Укл. Наумова І.О., Бучковська С.А. Харків : ХНАМГ, 2008. 46 с.

5. Третьякова Т. А. Збірник текстів для магістрів. Запоріжжя : ЗДУ, 2002. 36 с.

6. Третьякова Т. Britain. Навчальний посібник із курсу англійської мови професійного спрямування для студентів немовних спеціальностей вищих навчальних закладів. Запоріжжя : ЗНУ, 2006. 215 с.

7. Brooks B., Moen D., Ranly D., Kennedy G. Telling the Story: The Convergence of Print, Broadcast and Online Media. Columbia : Missouri, 2012. 416 p.

8. Hargraves I. Journalism. A Very Short Introduction. New York : Oxford University Press, 2005. 160 p.

9. Murphy R. English Grammar in Use. A self-study reference and practice book for intermediate students of English. Cambridge : Cambridge University Press, 2005. 328 p.

10. Rogers J. Market Leader: pre-intermediate business English; practice file / J. Rogers. – England : Pearson Education Limited, 2003. 96 p.

11. Yachontova T. English Academic Writing. Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. 220 с.

Інформаційні ресурси:

1. Oxford Concise Dictionary. Ninth Edition. Oxford : OUP, 2001(CD).
2. The Random House Webster's Unabridged Dictionary. Second Edition. London : Random House Inc., 1996.
3. Academia. URL: <http://www.academia.edu>.
4. Academic English resources. URL: <http://www.utoronto.ca/writing>.
5. Advice on Academic Writing. URL: <http://www.hut.fi/rvilmi/EST>.
6. APA Publication Manual. URL: <http://www.apastyle.org>.
7. Sage Publications House. URL: <http://www.sagepub.com>.

ДОДАТОК А

Приклади оформлення бібліографічного опису за міжнародним стилем APA Style bibliography

Список використаних джерел подається наприкінці роботи з нової сторінки і починається з розміщеного по центру заголовка *References*. Список має бути складено в алфавітному порядку за прізвищами авторів з указівкою лише ініціалів першого і другого імен автора. Якщо джерело без автора, укладайте список, враховуючи першу літеру назви, оминаючи артиклі *A*, *An* або *The*. Щодо дат, то вказуйте повністю назви місяців у тексті роботи, але скорочуйте їх у списку використаних джерел, за винятком *May*, *June* і *July*. Використовуйте або стиль написання «день-місяць-рік» (22 July 1999), або «місяць-день-рік» (July 22, 1999) і будьте послідовними в обраному стилі. В останньому варіанті обов'язково не забудьте про кому після року, якщо інший стиль пунктуації не передбачено виданням.

Назви публікацій та періодичних видань мають бути виділені *курсивом*.

«Висячі» цитати

Усі цитати, які містять більше трьох рядків, мають бути подані в «висячому» форматі, тобто цитата має починатися з нового рядка, і всі подальші рядки цитати мають бути зміщені ліворуч від основного тексту на 1,25 см (довжина стандартного абзацного відступу).

Велика буква, абревіатури та пунктуація

За стилем APA назви книжок і статей повинні містити велику букву лише у першому слові заголовка та підзаголовка. Виняток становлять назви періодичних видань і ті слова, що за правилами правопису мають написання з великої літери. Назва періодичного видання і номер тому/випуску подається курсивом. Якщо джерело має більше, ніж одного автора, використовуйте перед прізвищем останнього автора знак &. Якщо авторів більше шести, зазначайте лише прізвище першого автора і використовуйте *et al.* на позначення інших.

Приклади оформлення:

Books

Allen, T. (1974). *Vanishing wildlife of North America*. Washington, D.C.: National Geographic Society.

Nicol, A. M., & Pexman, P. M. (1999). *Presenting your findings: A practical guide for creating tables*. Washington, DC: American Psychological Association.

Toomer, J. (1988). *Cane*. Ed. Darwin T. Turner. New York: Norton.

Encyclopedia & Dictionary

Bergmann, P. G. (1993). Relativity. In *The new encyclopedia Britannica* (Vol. 26, pp. 501-508). Chicago: Encyclopedia Britannica.

Merriam-Webster's collegiate dictionary (10th ed.). (1993). Springfield, MA: Merriam-Webster.

Pettingill, O. S., Jr. (1980). Falcon and Falconry. *World book encyclopedia*. (pp. 150-155). Chicago: World Book.

Magazine & Newspaper Articles

Harlow, H. F. (1983). Fundamentals for preparing psychology journal articles. *Journal of Comparative and Physiological Psychology*, 55, 893-896.

Henry, W. A., III. (1990, April 9). Making the grade in today's schools. *Time*, 135, 28-31.

Kalette, D. (1986, July 21). California town counts town to big quake. *USA Today*, 9, p. A1.

Trillin, C. (1993, February 15). Culture shopping. *New Yorker*, pp. 48-51.

Зверніть увагу: Якщо періодичне видання не має номеру тому чи випуску, як наприклад газети, використовуйте р. або pp. перед зазначенням сторінки чи сторінок.

Website or Webpage

Devitt, T. (2001, August 2). Lightning injures four at music festival. *The Why? Files*. Retrieved January 23, 2002, from <http://whyfiles.org/137lightning/index.html>.

Dove, R. (1998). Lady freedom among us. *The Electronic Text Center*. Retrieved June 19, 1998, from Alderman Library, University of Virginia website: <http://etext.lib.virginia.edu/subjects/afam.html>.

Fredrickson, B. L. (2000, March 7). Cultivating positive emotions to optimize health and well-being. *Prevention & Treatment*, 3, Article 0001a. Retrieved November 20, 2000, from <http://journals.apa.org/prevention/volume3/pre0030001a.html>.

GVU's 8th WWW user survey. (n.d.). Retrieved August 8, 2000, from <http://www.cc.gatech.edu/gvu/usersurveys/survey1997-10>.

Health Canada. (2002, February). *The safety of genetically modified food crops*. Retrieved March 22, 2005, from http://www.hc-sc.gc.ca/english/protection/biologics_genetics/gen_mod_foods/genmodebk.html.

Hilts, P. J. (1999, February 16). In forecasting their emotions, most people flunk out. *New York Times*. Retrieved November 21, 2000, from <http://www.nytimes.com>.

Зверніть увагу: вказуючи інтернет джерело, посилайтеся на конкретний документ на сайті. Якщо документ не має дати, використовуйте "n.d." (на позначення по date) відразу після назви документу. Розривайте довгі URL посилання, що мають довжину більшу за один рядок після скісної риски чи крапки (використовуючи комбінацію клавіш Shift+Enter). Перед URL посиланням крапка не ставиться! Якщо якоїсь із переліченої інформації немає, зазначайте лише ту, яка доступна.

ДОДАТОК Б

Короткий гід з правилами написання новин за стилем Associated Press (AP Style)

1. Punctuation, like periods and commas, go inside the quotation marks. Quotes within a quote are shown with single quote marks. Use commas to separate words in a series, but not before the “and.” “No truer words about education were spoken than by Nelson Mandela when he said ‘Education is the most powerful weapon which you can use to change the world,’” explained the principal to the students, teachers and parents.

2. Numbers one through nine should be spelled out. Use figures for 10 and above. > If a number begins a sentence, spell it out. • Forty students joined the program. The room could barely hold 40 students. > Always use figures for ages (She is 5 years old), percentages (4 percent to 12 percent), time (6 p.m., 9:30 a.m.), street numbers (1 Boot Road) and days of the month (Jan. 1, 2013, NOT 1st). > Money: Use the dollar sign (\$3, \$30, \$30,000). Use exact figures up to \$1 million. On figures more than \$1 million, use decimals (\$3.5 million, \$3.85 billion).

3. To Abbreviate or Not to Abbreviate

> Addresses: Abbreviate Avenue (Ave.), Boulevard (Blvd.) and Street (St.) only with an exact numbered address. Always spell out Road and Lane.

> Organizations on first reference: Spell out the full name on first reference, and use acronym on second reference.

> Never abbreviate: Percents (25 percent), days of the week, weights (25 pounds), degrees (25 degrees).

4. Dates and Times

> Months: Abbreviate months with six or more letters if used with a specific date. Spell out the name of months with five or fewer letters (March through July) and whenever a month is used without a specific date. Use the day of the week whenever possible (and never abbreviate it).

• Jan. 1, Oct. 10, two days in February and July 4

> Time: Do not use o’clock to indicate time. Spell out noon and midnight, instead of writing 12 a.m. or 12 p.m.

• The program begins at 8 a.m. and ends at noon.

• Students can tour the school from 6:30 p.m. until 9:15 p.m.

5. Titles and Capitalization

> Unless you are The New York Times, don’t use courtesy titles like Mr., Mrs., Ms. and Miss.

> On first reference, use a person’s full name. On second reference, use only the last name.

- Dr. Joseph O'Brien, executive director of the Chester County Intermediate Unit (CCIU), extolled the benefits of career and technical education at the ceremony. "This is not your father or your mother's vocational school, this is the future of education," O'Brien said. (NOT Mr. O'Brien)

- > Nearly all formal titles are capitalized before the name and lowercased after the name. When the title stands alone, do not capitalize it.

- Superintendent Larry Brown will retire in July. The ceremony will begin when the superintendent arrives.

- > Capitalize the first word of any title and all words that are four letters or longer. Do not capitalize "a," "an," and "the" or conjunctions and prepositions, unless they are four letters or longer. Proper nouns are always capitalized.

- > Do not capitalize abbreviations for the time of day (a.m. and p.m.) or words like state, county, or high school unless they are part of a full title: state competition, Technical College High School, high school student, Chester County, county government.

6. Miscellaneous

- > Beware the homonym

- Their ideas were solid. There was an idea in her head. They're full of ideas.

- It's a far cry from finished. Its paint was chipping.

- Can two students volunteer? Is this too much pressure? Where can I catch the bus to school?

- > Hyphenation: When two or more adjectives express a single concept, use hyphens to link all the words in the compound. Don't use a hyphen when the compound modifier occurs after the verb.

- The 40-year-old company funded the full-time project.

- > Use a single space after the period at a sentence's end.

- > Collective nouns like team, school board, union, committee and group take singular verbs, like "is," and the pronoun "it" instead of "are" and "they."

ДОДАТОК В

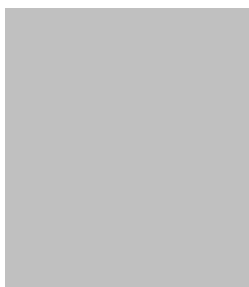
Приклад оформлення англomовних резюме, CV, мотиваційного і супровідного листів

1. Шаблон англomовного CV: формат «Euro pass»

PERSONAL INFORMATION

Replace with First name(s) Surname(s)

[All CV headings are optional. Remove any empty headings.]



📍 House number, street name, city, postcode, country

☎ Local telephone number 📱 Mobile number

✉ State e-mail address

🌐 State personal website(s)

💬 Skype or other messenger accounts

Sex | Date of birth dd/mm/yyyy | Nationality

JOB APPLIED FOR POSITION PREFERRED JOB PERSONAL STATEMENT

Replace with job applied for / position / preferred job / studies applied for / personal statement (delete non relevant headings in left column)

WORK EXPERIENCE

[Add separate entries for each experience. Start from the most recent.]

Replace with dates
(from - to)

Replace with occupation or position held

Replace with employer's name and locality (if relevant, full address and website)

▪ Replace with main activities and responsibilities

Business or sector Replace with type of business or sector

EDUCATION AND TRAINING

[Add separate entries for each course. Start from the most recent.]

Replace with dates
(from - to)

Replace with qualification awarded

Replace with education or training organisation's name and locality (if relevant, country)

▪ Replace with a list of principal subjects covered or skills acquired

PERSONAL SKILLS

[Remove any headings left empty.]

Mother tongue(s) Replace with mother tongue(s)

Other language(s)	UNDERSTANDING		SPEAKING		WRITING
	Listening	Reading	Spoken interaction	Spoken production	

Replace with language Enter level Enter level Enter level Enter level Enter level

Replace with name of language certificate. Enter level

Replace with language Enter level Enter level Enter level Enter level Enter level

Replace with name of language certificate. Enter level

Levels: A1/A2: Basic user - B1/B2: Independent user - C1/C2 Proficient user

Common European Framework of Reference for Languages

Communication skills Replace with your communication skills. Specify in what context they were acquired. Example:

- good communication skills gained through my experience as sales manager

Organisational / managerial skills Replace with your organisational / managerial skills. Specify in what context they were acquired. Example:

- leadership (currently responsible for a team of 10 people)

Job-related skills Replace with any job-related skills not listed elsewhere. Specify in what context they were acquired. Example:

- good command of quality control processes (currently responsible for quality audit)

Digital competence

SELF-ASSESSMENT				
Information processing	Communication	Content creation	Safety	Problem solving
Enter level	Enter level	Enter level	Enter level	Enter level

Levels: Basic user - Independent user - Proficient user

Replace with name of ICT-certificate(s)

Replace with your other computer skills. Specify in what context they were acquired. Example:

- good command of office suite (word processor, spread sheet, presentation software)
- good command of photo editing software gained as an amateur photographer

Other skills Replace with other relevant skills not already mentioned. Specify in what context they were acquired. Example:

- carpentry

Driving licence Replace with driving licence category/-ies. Example: B

ADDITIONAL INFORMATION

Publications Replace with relevant publications, presentations, projects, conferences, seminars, honours and awards, memberships, references. Remove headings not relevant in the left column.

Projects

Conferences

Seminars

Honours and awards

Memberships

References

Citations

Courses

Certifications

Example of publication:

- How to write a successful CV, New Associated Publishers, London, 2002.

Example of project:

- Devon new public library. Principal architect in charge of design, production, bidding and construction supervision (2008-2012).

ANNEXES

Replace with list of documents annexed to your CV.

Examples:

- copies of degrees and qualifications;
- testimonial of employment or work placement;
- publications or research.

2. Приклад англомовного резюме журналіста (американський стиль)

Ann Nolan

Sometown, MN | (Available to Relocate) | Phone: (555) 555-5555
someone@somedomain.com

EXPERIENCED REPORTER

NEWS | SPORTS | BUSINESS | EDUCATION | LIFESTYLE FEATURES

- Dedicated reporter with a nose for news, a passion for community journalism and a reputation for impeccable ethics.
- Six-year record of commended performance as a staff reporter for print and online editions of local daily newspapers with circulations of up to 275,000.
- Adept storyteller who treats news, features and other events with equal passion and thrives within the deadline-intensive, 24x7 newsroom environment.

Professional Experience

<i>EAGLE LAKE REVIEW</i> -- Eagle Lake, MN	Staff Reporter , 2008 to 2009
--	--------------------------------------

<i>FERGUS FALLS JOURNAL</i> -- Fergus Falls, MN	Staff Reporter , 2003 to 2008
---	--------------------------------------

- Covered a range of areas (e.g., news, sports, business, education, healthcare, lifestyle, travel) as a full-time general assignment reporter (and photographer) for local dailies.
- Consistently singled out as one of the most prolific writers and productive story contributors among reporting staff at both papers. Never failed to meet a deadline.
- Provided complete, accurate and compelling coverage of both anticipated and spontaneous news for print and online media.

Internships

<i>THE STAR TRIBUNE</i> -- Minneapolis, MN	Intern , 2003
--	----------------------

<i>ABC UNIVERSITY</i> -- Minneapolis, MN	Public Information Intern , 2002
--	---

- Interned at Minneapolis' major daily and at the Public Information Department of the University of Minnesota during junior and senior years.
- Fulfilled multifaceted duties that included reporting, news/feature writing, researching, fact-checking, proofreading and headline/cutline writing.

Education

ABC UNIVERSITY -- Minneapolis, MN

BA in Journalism, 2003

CONCURRENT EMPLOYMENT: Served as **Assistant Editor** and **Staff Reporter** for university newspaper (The Minnesota Daily) throughout college career (1999 to 2003).

Key Skills

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Community Journalism• Multimedia Reporting• News Writing• Sports Writing• Business Writing | <ul style="list-style-type: none">• AP Style• Photojournalism• Columns/Op Ed Pieces• Proofreading / Editing• Research & Fact-Checking |
|--|---|

Technology Summary

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Windows & Mac OS Platforms• MS Office (Word, Excel, PowerPoint) | <ul style="list-style-type: none">• Digital & 35mm Cameras |
|--|--|

TAYLOR DANIELS

Sometown, MA 55555 ■ (555) 555-5555 ■ td@somedomain.com ■ Portfolio URL

April 2, 2018

Mr. Chad Dallas
Editorial Director
ABC Company
4350 West Ave.
Sometown, MA 55555

Dear Mr. Dallas:

As a journalism and mass communications major at XYZ University preparing to graduate next month, I am eager to launch my career in newspaper journalism. Your news reporter opening advertised on Monster is an excellent match to my qualifications.

While studying at XYZ, I gained experience as a:

- **News reporter intern** at DEF News, where I wrote news and feature articles of interest to Sometown-area residents.
- **Reporter and editor** at *The Gold Standard* (XYZ's student newspaper), where I earned a "National Pacemaker Award" (considered to be the "Pulitzer Prize" of American college student journalism) for my series on a fraternity hazing.
- **Blogger** for Somedomain.com, a student-run news website covering the local and national political scene that I co-launched and grew to 7,500 subscribers. In this role, my colleagues and I produced short-form videos as well as long-form features for daily newscasts.
- **Sports reporter** covering the university's football and basketball teams for XYZ's website.

In both classroom and work settings, I earned a reputation as a dedicated journalist with a passion for accurately covering important issues and events, engaging readers and helping fuel positive change.

It would be an honor to report for your award-winning newspaper and work with your talented team of writers and editors. I am confident that my experience publishing and promoting content on social media and delivering on multiple platforms would benefit your newspaper as you move to digital delivery.

You may review my résumé and news clips at somedomain.com. Thank you!

Sincerely,

Taylor Daniels

Enclosure: Résumé

*Рис. В.1. Приклад написання супровідного листа (cover letter)
англійською мовою*

Джерело URL: <https://www.monster.com/career-advice/article/journalism-cover-letter>

Mathew Mark
St. Polivalent Street No. 13629,
Apt. 43567
Tel: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
E-mail: jalindu2004@yahoo.com

Msida, July 26, 2013.

The Director of Personnel
xxxxxxxxxxxxxxxx
Malta

Dear Sir Luke Jontham,

Motivation Letter for Vacancy N'DOB 5007/6/CNUDHD/90/06 Titled: National Programme Officer

My experiences in information management, communication and leadership as well as passion to work for the United Nations Centre for Human Rights and Democracy in Malta have skilled me to apply for the above vacancy.

I am passionate about promoting human rights issues in Europe. I have more than three years of practical experience as a xxxxxxxxxxx, working at the International Criminal Court of Justice in xxxxxxxx. I treat administrative xxx. My job also involves xxxxxxxx. Besides, I have worked for Pam City Law Firm, bringing together xxxxxxxx and defending the rights of minorities in the xxxxx. This has broadened my skills as a good communicator. I produced and presented law review journals in xxxxxxxx. Moreover, I understand the United Nations system. I did internship at the International Labour Office in Tunisia where I wrote reports on seminars and conferences and also made sure xxxxxxx. I am sound in both oral and written English and French. All these have broadened my skills in information management and advocacy. I am result-driven and career-oriented with a penchant for excellence. My educational background makes me even more apt for this position.

I hold a master's degree in xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx. I understand international human rights issues, communication stakes, archives administration and records management and advocacy. I am skilful in planning and social mobilization. I also hold a Bachelor of arts degree in xxxxxxxxxxx from the University of xxxxxxxxxxx, where I worked as research xxxxx for the xxxxxx. I can motivate and communicate effectively to a heterogeneous public. I own a bog (xxxxxxxxxx)

I believe I possess the necessary experience and qualification for this placement.

Please find attached are my CV, motivation letter, xxxxxxxx.

Thank you for the time you have taken to review my application.

Sincerely,
signature
Forensic Medicine

Рис. В.2. Приклад написання мотиваційного листа (motivation letter) англійською мовою

Джерело URL: <https://www.slideshare.net/meetjalindu/sample-job-motivation-letter>

Додаток Г

УКРАЇНСЬКО-АНГЛІЙСЬКИЙ ГЛОСАРІЙ термінів і понять у сфері наукових медіадосліджень

Аксиома – *axiom* – положення, які приймаються без логічного доведення.

Аналіз – *analysis* – це загальнонауковий метод дослідження, за яким явище поділяється на складові.

Аналогія – *analogy* – це метод загальнонаукового пізнання, за допомогою якого досягаються знання про певні предмети чи явища на підставі їх схожості з іншими.

Анотація – *annotation* – це коротка характеристика, що містить перелік основних питань наукової роботи. В анотації необхідно висвітлити основні розділи роботи, з'єднати їх і представити в короткій формі. Вона включає в себе такі основні розділи (по 1-2 речення кожен): актуальність, постановку проблеми, шляхи її вирішення, результати і висновки.

Бібліографічний опис – *bibliography* – опис використаних у роботі джерел, який подається за певними стандартами і правилами, що встановлюються за загальною домовленістю офіційно на рівні державних стандартів, чи певними асоціаціями, видавництвами тощо.

Валідність – *validity* – одна з основних властивостей дослідження, що говорить про якість його проведення. Дослідження валідне, якщо вимірює те, що насправді повинне вимірювати відповідно до ідеї і гіпотез дослідника.

Валідність внутрішня – *internal validity* – показник якості дослідження, при якому воно побудоване і розроблене так, щоб мінімізувати зовнішні і внутрішні чинники, що негативно впливають на його проведення (наприклад, несприятливі побутові умови, зовнішній вигляд інтерв'юера, настрої аудиторії тощо). Внутрішньо валідними мають бути як кількісні, так і якісні медіадослідження.

Валідність зовнішня – *external validity* – показник якості дослідження, при якому його результати можна об'єктивно поширити на всю генеральну сукупність. Властивий лише кількісним методам медіадосліджень.

Вибірка – *sample* – та частка генеральної сукупності, що відібрана за певними правилами і процедурами для проведення дослідження.

Вибірка випадкова – *probability / random sample* – такий тип вибірки, при якому кожен член групи має рівний шанс бути обраним (наприклад, за допомогою таблиці випадкових чисел або систематичного відбору: кожен 2й, 3й...200й... може бути обраний до вибірки); найпоширеніший тип вибірки у кількісних медіадослідженнях.

Вибірка квотна – *quota sample* – такий тип вибірки, коли досліджується лише та частина аудиторії, що пропорційно відповідає частці цієї аудиторії у досліджуваній генеральній сукупності (в основному квоти формуються за демографічними показниками).

Вимірювання у дослідженнях – measurement in research – процес призначення певних числових показників змінним дослідження (об'єктам, подіям, явищам і їх характеристикам) на основі певних правил, встановлених дослідником. Вимірювання бувають: номінальні (коли всі категорії дослідження однаково важливі і рівні у значенні), ординальні чи порядкові (вимірювання від меншого до більшого), інтервальні (числові показники з певним інтервалом; наприклад, температура) та пропорційні (інтервальні з певною нульовою точкою; наприклад, час, проведений за телевізором тощо).

Генеральна сукупність – population – це група або клас осіб, змінних, концепцій або явищ, що досліджується.

Гіпотеза – hypothesis – наукове припущення, висунуте для пояснення будь-яких явищ (процесів) або причин, які зумовлюють певний наслідок.

Глибинне інтерв'ю – in-depth interview – якісний метод медіадосліджень, що дає змогу надати детальну характеристику (бекграунд) об'єкта дослідження, враховувати невербальні відповіді; такі інтерв'ю дуже довгі (кілька годин/сесій), персоналізовані, залежні від особистості інтерв'юера й атмосфери, що встановилася під час інтерв'ю.

Дедуція – deduction – загальнонауковий метод дослідження, що полягає в тому, що конкретні положення виводяться із загальних.

Дисертація магістерська – Master's dissertation / thesis – це самостійна навчально-дослідна робота, що виконує кваліфікаційну функцію, тобто готується з метою прилюдного захисту й здобуття академічного звання магістра; основне завдання її автора – продемонструвати рівень своєї наукової кваліфікації, вміння самостійно вести науковий пошук і вирішувати конкретні наукові завдання.

Доповідь – conference paper/presentation – це публічне повідомлення, розгорнутий виклад певної наукової проблеми (теми, питання).

Закон – law – це форма відповідного співвідношення категорій для відображення найбільш суттєвих, стійких, повторюваних внутрішніх зв'язків у природі, суспільстві, мисленні.

Змінна (незалежна/залежна) – variable (independent/dependent) – феномени та події, які у дослідженнях вимірюються та аналізуються. Можуть бути незалежні або залежні: вивчається ефект незалежних змінних на залежні.

Експеримент – experiment – кількісний метод медіадосліджень, вивчення об'єкта шляхом активного і цілеспрямованого впливу на нього завдяки створенню штучних умов чи використанню природних умов, необхідних для виявлення відповідної властивості.

Ідеалізація – idealization – загальнонауковий метод пізнання, що полягає у конструюванні подумки об'єктів, які не існують насправді або практично не здійсненні, з метою позбавити реальні об'єкти притаманних їм властивостей та наділити ці об'єкти певними нереальними і гіпотетичними властивостями.

Ідея – idea – інтуїтивне пояснення явищ без проміжної аргументації, без осмислення всієї сукупності зв'язків, на основі яких робляться висновки.

Індукція – induction – це загальнонауковий метод пізнання, за яким із приватних фактів та явищ виводяться загальні принципи та закономірності,

тобто при використанні цього методу логіка мислення розвивається від конкретного до загального.

Інтерсуб'єктна надійність – intercoder reliability – надійність дослідження, що визначається високим (понад 85%) рівнем згоди незалежних кодувальників щодо того самого контенту при використанні однієї й тієї ж інструкції кодування у процесі контент-аналізу.

Категорія – category - найбільш широкі поняття (визначення), найбільш загальні абстракції.

Кількісні методи досліджень – quantitative research methods – методи медіадосліджень, що вимірюють, обчислюють, обробляють зібрану інформацію, роблять наголос на обрахунку, є статистичними, описують, пояснюють, передбачають гіпотези або теорії.

Ключові слова – key words – слова або стійкі словосполучення із тексту анотації, які з точки зору інформаційного пошуку несуть смислове навантаження. Сукупність ключових слів (від трьох до десяти) повинна відображувати поза контекстом основний зміст наукової праці.

Когорт-аналіз – cohort-analysis – різновид лонгітюдного дослідження, що спрямований на аналіз когорт – груп аудиторії, що мають спільні соціодемографічні характеристики (вік, стать, дохід тощо).

Кодування – coding – процес переведення одиниць вимірювання/обліку контент-аналізу із вербальної чи візуальної форми у числову (за допомогою кодувальної інструкції і кодувального листа) для подальшої їх статистичної комп'ютерної обробки.

Контент-аналіз – content analysis – кількісний метод вивчення і аналізу комунікації у систематичний, формалізований, об'єктивний і кількісний спосіб задля виміру змінних дослідження.

Концепція – conception – система поглядів, теоретичних положень, основних тверджень щодо об'єкта дослідження, які об'єднані певною ідеєю.

Конструкція – construct – це концепція, яка має три особливості: по-перше, це комбінація концепцій; по-друге, через її абстрактність, конструкцію важко побачити; і по-третє, зазвичай конструкція має значення лиш у контексті певного дослідження.

Лонгітюдне дослідження – longitudinal research – метод кількісних досліджень, тривале систематичне вивчення одних і тих самих явищ або людей що дає можливість визначати діапазон вікової та індивідуальної мінливості серед життєвого циклу респондентів.

Медіадослідження – mass media research – дослідження будь-якого комунікаційного каналу, що використовується для одночасного досягнення великої аудиторії, включаючи радіо, телебачення, журнали, книги, фільми, звукозапис, білборди, інтернет, і смарт медіа (смартфони, планшети, смарт-TV).

Метод – method – це сукупність прийомів чи операцій практичного або теоретичного освоєння дійсності, підпорядкованих розв'язанню конкретного завдання.

Методика – *methodic technique* – системна сукупність прийомів дослідження, це система правил використання методів, прийомів і техніки дослідження.

Методологія – *methodology* – це наука про структуру, логічну організацію, засоби і методи діяльності взагалі; сукупність правил визначення понять, виведення одних знань з інших, методів, прийомів, операцій наукового дослідження у всіх галузях науки і на всіх етапах дослідження.

Моделювання – *modeling* – це загальнонауковий метод пізнання на основі використання моделі як засобу дослідження явищ і процесів природи. Моделі – це такі аналоги, що замінюють об'єкт пізнання і слугують джерелом інформації щодо нього, характеризуються суттєвою подібністю до оригіналу і несуттєвими розбіжностями.

Надійність дослідження – *reliability* – одна з основних властивостей дослідження, що говорить про якість його проведення. Дослідження надійне, якщо його повторення (реплікація) дає той самий результат.

Наука – *science* – 1. Сума знань, досягнутих людством; 2. Вид людської діяльності, спрямованої на розширення пізнання людиною законів природи і розвитку суспільства; 3. Сфера людської діяльності, функції якої – розробка і теоретична систематизація об'єктивних знань про дійсність.

Опитування – *survey* – кількісний метод медіадосліджень, що полягає у зборі даних для дослідження шляхом усного (телефонного, вуличного) чи письмового (поштового, онлайн) анкетування аудиторії мас-медіа.

План-проспект – *research proposal* – робота, що містить поетапний календарний план дослідження з поясненням і обґрунтуванням кожного етапу.

Поняття – *concept* – абстрактна ідея, що сформульована шляхом узагальнення відомостей і спостережень та визначає суттєві і необхідні ознаки предметів та явищ і взаємозв'язки між ними.

Показник згоди – *acceptance rate* – процентне співвідношення тих респондентів, хто згодився взяти участь у опитуванні, відносно вибіркової сукупності дослідження (зазвичай, прийнятним показником вважається 55%).

Панельні дослідження – *panel studies* – різновид лонгітюдного (багаторазового) опитування однієї і тієї ж вибірки респондентів задля встановлення змін і трендів у їх поведінці і ставленні до предмета опитування.

Положення – *statement* – сформульовані думки, висловлені у формі наукового твердження.

Польове дослідження – *field studies* – дослідження, яке відбувається у реальних умовах, та, на відміну від експерименту, не контролюються і не структуруються дослідником.

Постулат – *postulate* – твердження, що приймається в межах певної наукової теорії за істинне і відіграє роль аксіоми.

Похибка дослідження – *margin of error* – допустиме значення помилки у дослідженні, при якому, аби дослідження вважалось надійним і валідним, помилковими можуть бути не більше 5% результатів (зазвичай залежить від величини і якості вибірки: чим більша вибірка, тим меншою є похибка).

Синтез – synthesis – загальнонауковий метод дослідження явища в цілому, на основі об'єднання пов'язаних один з одним елементів в єдине ціле. Синтез дозволяє узагальнити поняття, закони і теорії.

Спостереження – field observations – якісний метод медіадосліджень, що полягає у систематичному цілеспрямованому вивченні об'єкта, яке дає змогу отримати первинну інформацію у вигляді сукупності емпіричних тверджень.

Стаття наукова – scientific article – один із основних видів публікацій, що має стійку структуру і містить виклад проміжних або кінцевих результатів наукового дослідження, висвітлює конкретне питання дослідження.

Тези наукової доповіді – theses of research – це опубліковані до початку наукової конференції (з'їзду, симпозіуму) матеріали попереднього характеру, де викладено основні аспекти наукової доповіді.

Теорія – theory – сукупність основних ідей, понять, тлумачень в тій чи іншій галузі науки, об'єднаних в одну достовірну систему знань про певний об'єкт.

Фокус-група – focus group – це якісний медіадослідницький метод, метою якого є розуміння аудиторії та її поведінки. Одночасно відбувається інтерв'ювання 6-12 осіб, під час якого модератор веде неструктуровану дискусію на задану тему (контрольовану групову дискусію). Метою цією дискусії є збирання попередньої інформації для дослідницького проекту, допомога у створенні питальника для опитування, розуміння причин певного явища або перевірка ідей та планів.

Формалізація – formalization – загальнонауковий метод вивчення різноманітних об'єктів шляхом відображення їхньої структури у знаковій формі за допомогою штучних мов (наприклад, мовою математики).

Фреймінг – framing – якісний метод медіадосліджень, який має на меті виявити, як засоби масової інформації, висвітлюючи певну подію, ігнорують деякі її сторони, у той же самий час наголошуючи на інших (тобто використовують заздалегідь сконструйовані смислові і структурні «фрейми» («рамки», «кліше») для висвітлення подій).

Якісні методи досліджень – qualitative research methods – методи досліджень мас-медіа, що оцінюють певний феномен, використовуються для висунення і пояснення концепції, здебільшого теоретичні, інтерпретуючі.

Додаток Д

Приклад апликаційної форми програми мобільності Еразмус+ в University of Nicosia (Кіпр)

ERASMUS+ STUDY MOBILITY

APPLICATION FORM

Academic Year 2019-2020

Attach
Photograph
Here

PERSONAL AND ACADEMIC DETAILS

Family Name _____ First Name _____
Date of Birth _____ Sex Male Female
Place of Birth _____ Nationality _____
Address _____ Student Number _____

Program of Studies _____
Cycle of Studies Bachelor
Master PhD
Telephone _____ Year of Studies
Mobile phone _____ 1st 2nd 3rd 4th
E-mail _____ ECTS Completed _____
CPA _____
Language of Instruction
Greek English

HOST INSTITUTION OF CHOICE

Please list the institutions with order of preference.

Institution name _____
Institution name _____
Institution name _____

MOBILITY DURATION

Fall Semester 2019 Academic Year 2019-2020 Spring Semester 2020

EXTRA INFORMATION

FOREIGN LANGUAGES

_____ Poor Good Fluently
_____ Poor Good Fluently
_____ Poor Good Fluently

Do you hold a scholarship at the University of Nicosia? If YES, please provide details. Yes No

Do you have any examinations or proof of your language proficiency? If so, please attach.

Most of the Host Institutions also require proof of the language proficiency. Yes
No

Are you involved in any Extracurricular Activities?

(Athletic Competence/Participation, Clubs/Societies, etc.) Yes No

Have you participated in the Erasmus+ Program before either for Studies or Traineeship?

If yes, please write the dates of the mobility. Yes No _____

INFORMATION FOR EMERGENCIES

This information is confidential and will be used only in case of emergency

Do you suffer from any health problems? If yes, please provide the name of illness, use of medications, etc. _____

Disabilities Requiring Support

Have you been diagnosed with a learning difficulty or attention problems?

If yes, please attach the medical report. Yes No

Do you have a physical disability that might affect your academic performance?

Mobility problems, impaired hearing, impaired vision, history of disease, etc.

If yes, please attach the medical report. Yes No

Do you have any other difficulties that may affect your academic performance? Please give details.

Death in the family or other traumatic loss, emotional problems, eating disorder, etc.

WHOM TO CONTACT IN CASE OF EMERGENCY

Name_____

Relationship to you_____

Address_____

Telephone_____

Mobile phone _____

E-mail_____

Required Application Documents

- Application Form (Only typed application forms will be accepted)**
- Recommendation Letter by a Faculty Member**
- Copy of ID Card or Passport**
- Passport-Size Photo**
- Copy of Transcript of Records (Office A8)**
- Proof of Language Proficiency**
- Personal Statement - A typed text about your ambition to participate in the Erasmus+ Program, including the following points:**
 - **Which are your personal and professional goals for your Study Abroad?**
 - **What kind of extra value would you get from your Study Abroad?**
 - **What kind of characteristics do you think are important for a student to have who is going on Erasmus+?**
 - **How would you promote Cyprus and the University of Nicosia during your exchange abroad?**

Submission Guidelines

Application Deadline: **11/02/2019**. All hard copy applications should be submitted to the Erasmus Office (M102) during students' consultation hours. The application will not be accepted unless it is fully completed.

For more information please contact us via email at stylianou.st@unic.ac.cy or at erasmus.outgoing@unic.ac.cy or by phone at 22841726/752

Signature_____

Date_____

The University of Nicosia values all the students equally and UNIC is committed to ensuring that disabled students are treated on an equal basis.

*Навчально-методичне видання
(українською мовою)*

Сіріньок-Долгарьова Катерина Григорівна

ПРОФЕСІЙНО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПРАКТИКУМ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ

Навчально-методичний посібник
для здобувачів ступеня вищої освіти магістра
спеціальності «Журналістика»
освітньо-професійних програм «Журналістика», «Реклама», «Зв'язки
з громадськістю», «Медіакомунікації»
денної та заочної форм навчання

Рецензенти: *М. В. Чабаненко, С. Г. Вавіліна*
Відповідальна за випуск: *Ю. В. Любченко*
Коректор: *І. М. Канцибка*

Запорізький національний університет
69600, м. Запоріжжя, МСП-41
вул. Жуковського, 66