

**Департамент образования и науки города Москвы
Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«Московский городской педагогический университет»**

Программа вступительного испытания для поступающих в магистратуру

Направление подготовки 45.04.01 «Филология»

Программа обучения

**«Язык, культура, коммуникация в современной цивилизации
постмодерна (Language, Culture, and Human Communication in Postmodern
Civilization)»**

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Вступительное испытание представляет собой профильный междисциплинарный экзамен и предполагает проверку уровня владения абитуриентом иностранным и родным языком, а также знаний в области лингвистики и филологии.

Экзамен проходит в **дистанционной** форме, **смешанном** формате: состоит из письменного и устного задания.

Экзаменационный билет включает:

- 1) чтение и понимание текста на иностранном языке (английский язык),
- 2) собеседование на русском языке по эссе.

Темы представлены в программе.

Перед вступительным испытанием абитуриент предоставляет в электронном виде готовое к проверке эссе: за неделю (7 календарных дней) до проводимого экзамена. E-mail для предоставления эссе: kazachenkoov@mgpu.ru , в теме письма необходимо указать полностью ФИО абитуриента и номер заявления (пример: Иванов Иван Иванович, 0003ИГН_ПОМ_ФИЗ_2_24)

Во время устного ответа на усмотрение комиссии могут быть заданы дополнительные и уточняющие вопросы.

Продолжительность экзамена составляет **1 час 5 минут (65 минут)** – до 45 минут на подготовку и до 20 минут на ответ.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

При оценке выполнения заданий экзаменационного билета учитываются степень сформированности следующих компетенций:

- понимание содержательно-смысловой структуры текста на родном (русском) и иностранном языке;
- владение терминологией на родном (русском) и иностранном языке и знание русских эквивалентов иноязычных терминов;
- умение логично, адекватно и грамотно изложить содержание текста на родном (русском) и иностранном языке.

Оценка устной и письменной речевой деятельности абитуриента осуществляется с учетом ее соответствия следующим требованиям:

- соответствие высказывания коммуникативной задаче, ситуации общения;
- связность, полнота, спонтанность;
- лексическая и грамматическая разнообразность и правильность речи;
- использование оценочных фраз, средств речевого этикета и выражения собственного мнения;
- фонетическая корректность речи.

При оценивании ответа учитывается его соответствие следующим требованиям:

- степень развернутости и аргументированности ответа;
- осмысленность и адекватность использования терминологии;
- владение нормой литературной (научной) речи;
- спонтанность и адекватность реакции на дополнительные вопросы экзаменаторов.

| | |
|--|--------------|
| 1.Критерии и показатели, используемые при оценивании устного задания: | |
| 1.1.Критерии и показатели, используемые при оценивании устного монологического задания: | |
| Критерии оценивания | Баллы |

| | |
|---|--------------|
| Корректность произношения | 0-12 |
| Качество и корректность использования лексико-грамматического материала | 0-12 |
| Полнота раскрытия темы | 0-14 |
| Беглость и естественность речи | 0-12 |
| Итого за монологическое задание | 0-50 |
| 1.2. Критерии и показатели, используемые при оценивании устного диалогического задания: | |
| Критерии оценивания | Баллы |
| Корректность произношения | 0-12 |
| Качество и корректность использования лексико-грамматического материала | 0-12 |
| Умение вести диалог; адекватность ответных реплик | 0-26 |
| Итого за диалогическое задание | 0-50 |
| ВСЕГО ЗА УСТНОЕ ЗАДАНИЕ | 0-100 |
| 2.Критерии и показатели, используемые при оценивании эссе: | |
| Критерии оценивания | Баллы |
| Чёткость постановки проблемы в рамках заявленной темы. Развернутое высказывание с достаточной аргументацией в пользу своего видения решения вопроса, логическое изложение фактического материала. Аргументация с привлечением знаний в области филологических наук. | 100 |
| Средний объем написанного с несколькими приведенными (1-2) аргументами. Нарушение логики в изложении материала, отсутствие самостоятельного мышления, отсутствие ссылок на филологические исследования. | 70 |
| Малый объем написанного с неубедительной аргументацией и неглубоким проникновением в суть вопроса. Отсутствие аргументации с привлечением знаний в области филологических | 50 |

| | |
|--|----------------------------|
| наук. Неумение формулировать выводы и приводить конструктивные аргументы в их поддержку | |
| Малый объем написанного, общие суждения, мало или нет аргументации, нарушение логики. Отсутствие навыков владения литературным языком. | ≤ 20 баллов |
| Итого за эссе | ≤ 20 - 100 |
| ВСЕГО ЗА ЭКЗАМЕН | 0-200 |

Максимальное количество баллов на вступительном испытании – 200.

Абитуриент, набравший по итогам экзамена, ниже установленного Университетом минимального балла (50 баллов), считается не сдавшим вступительное испытание и выбывает из участия в конкурсе.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Абитуриент должен продемонстрировать знания, умения и навыки по владению родным (русским) и иностранным (английским) языками в рамках требований к основным компетенциям выпускника бакалавриата по гуманитарным направлениям, продемонстрировать знание фонетики, грамматики, лексики и синтаксиса родного и иностранного языка, обладать коммуникативными навыками и умением вести диалог на заданную экзаменатором тему. Кроме того, абитуриент должен продемонстрировать:

- владение разными стратегиями чтения на родном (русском) и иностранном языках;
- умение извлекать, оценивать, отбирать и обобщать информацию из источников на родном (русском) и иностранном языках;
- владение понятийным аппаратом освоенных в рамках бакалавриата теоретических лингвистических дисциплин.

Подготовка эссе на русском языке

на заданную экзаменационной комиссией тему

Эссе – это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Некоторые признаки эссе: наличие конкретной темы или вопроса; выражение индивидуальных впечатлений и соображений по конкретному поводу или вопросу; может иметь философский, историко-биографический, публицистический, литературно-критический, научно-популярный или чисто беллетристический характер; в содержании эссе оцениваются в первую очередь творческие способности, индивидуальный подход к теме, кругозор, культура и грамотность письменной речи автора.

Структура и план эссе. Структура определяется предъявляемыми требованиями: мысли автора по проблеме излагаются в форме кратких тезисов

(Т); мысль должна быть подкреплена доказательствами, аргументами (А). Аргументы – это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Целесообразнее приводить два аргумента в пользу каждого тезиса.

При подготовке эссе важно также учитывать следующие моменты: вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме; необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев; стиль изложения (эмоциональность, экспрессивность, художественность) отражает особенности личности автора.

Требования к формату эссе:

- *Сроки* предоставления готового к проверке эссе: за неделю (7 календарных дней) до проводимого экзамена.

- *Формат файла* (в случае дистанционной сдачи экзамена) – MS Word.

- *Объем текста* – 2 страницы печатного текста (А4), шрифт Times New Roman, кегль 14, интервал 1,5 (в случае дистанционной сдачи). В случае сдачи в аудитории – объем, достаточный для завершеного высказывания по заданной теме, укладывающийся во временные рамки 20 минут.

- Некорректный формат эссе снимает 10 баллов.

ПРИМЕРНЫЕ ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ / ЗАДАНИЯ

Пример титульного листа эссе:

ФИО сдающего экзамен

Номер заявления

Эссе на тему: «.....»

Дата написания эссе (день, месяц, год)

Чтение, перевод/анализ предложенного абитуриенту текста на иностранном (английском) языке

Текст на языке оригинала. Содержание текста определяется экзаменационной комиссией и связано с профессиональной и общекультурной проблематикой.

Абитуриент должен уметь прочитать текст, перевести заданный отрывок и/или пересказать его основное содержание, проанализировать его особенности и характеристики.

*Все вопросы и задания, представленные в данном разделе, являются **ПРИМЕРНЫМИ!***

Мы публикуем их для формирования у Вас общего понимания, что будет на вступительном испытании. На самом экзамене у Вас уже будут реальные билеты и задания. Они могут отличаться от того, что представлено в данном разделе.

СПИСОК ТЕМ ДЛЯ ЭССЕ:

1. Мы находимся в пространстве, в котором информации все больше и больше, а смысла все меньше и меньше (Жан Бодрийяр).
2. Человек стал объектом науки о человеке только начиная с того момента, как автомобили стало труднее продавать, чем создавать (Жан Бодрийяр).
3. По правде говоря, спорить о словах бесполезно (Жан Бодрийяр).
4. Массы – это те, кто ослеплён игрой символов и порабощён стереотипами, это те, кто воспримет всё, что угодно, лишь бы это оказалось зрелищным (Жан Бодрийяр).
5. Все идеи и концепты обратимы (Жан Бодрийяр).
6. В нашей цивилизации все больше и больше вещей и все меньше и меньше терминов для их обозначения (Жан Бодрийяр).
7. Единственно подлинны мысли – мысли утопающего. Всё прочее – риторика, поза, внутреннее фиглярство (Хосе Ортега-и-Гассет).
8. Массовое мышление – это мышление тех, у кого на любой вопрос заранее готов ответ, что не составляет труда и вполне устраивает (Хосе Ортега-и-Гассет).
9. Мышление – это общественная функция или функция мозга? (Станислав Ежи Лец)
10. Чтение – это не прогулка за городом, во время которой случайно, то там, то сям, собирались лютики-цветочки поэзии, выросшей из навоза разложившейся структуры. Чтение – это подход к тексту как к единому живому и многоуровневому организму (Умберто Эко).
11. Наступает предел, когда авангарду (модернизму) дальше идти некуда, поскольку он пришёл к созданию метаязыка, описывающего невозможные тексты (что есть концептуальное искусство). Постмодернизм – это ответ модернизму: раз уж прошлое невозможно уничтожить, ибо его уничтожение ведёт к немоте, его нужно переосмыслить, иронично, без наивности (Умберто Эко).
12. Если Вы хотите изменить свою реальность, то Вы должны изменить своё мышление (Роберт Кийосаки).

13. Мы изменили своё окружение так радикально, что теперь должны изменить себя, чтобы жить в этом новом окружении (Норберт Винер).
14. Но если мысль портит язык, язык также может испортить мысль (Джорж Оруэлл).
15. Неискренность – главный враг ясной речи (Джорж Оруэлл).
16. Машинам поклоняются, потому что они красивы; машины ценятся, потому что в них заложена мощь. Машины ненавидят, потому что они отвратительны, машины презирают, потому что они делают из людей рабов (Бертран Рассел).
17. Необходимо писать то, о чём нельзя говорить, особенно то, о чём не надо умалчивать (Жак Деррида).
18. Изъясняться на своём языке значит требовать перевода (Жак Деррида).
19. Нас окружают необыкновенные, фантастические вещи, а писатели упорно рассказывают нам о маловажных, повседневных событиях (Габриэль Гарсия Маркес).
20. Все пути мысли более или менее осязаемым образом загадочно ведут через язык (Мартин Хайдеггер).
21. Человека делает человеком в большей степени то, о чем он умалчивает, нежели то, что говорит (Альбер Камю).
22. Есть ценности, которые уже рождаются устаревшими (Жиль Делёз).
23. Фондовый рынок полон людей, которые знают цену, но понятия не имеют о ценности (Филипп Фишер).
24. Наша культура скорейшего удовлетворения всех потребностей и желаний не слишком-то способствует развитию упорства и твердости (Ноам Хомский).
25. Свобода мысли может состоять только в способности разума перейти от фрагментарного состояния к целостному (Сэмюэл Беккет).

Вариант иностранного текста
How Social Media Is Ruining Politics

by Nicholas Carr

Our political discourse is shrinking to fit our smartphone screens. The latest evidence came on Monday night, when Barack Obama turned himself into the country's Instagrammer-in-Chief. While en route to Alaska to promote his climate agenda, the president took a photograph of a mountain range from a window on Air Force One and posted the shot on the popular picture-sharing network. "Hey everyone, it's Barack," the caption read. "I'll be spending the next few days touring this beautiful state and meeting with Alaskans about what's going on in their lives. Looking forward to sharing it with you." The photo quickly racked up thousands of likes.

Ever since the so-called Facebook election of 2008, Obama has been a pacesetter in using social media to connect with the public. But he has nothing on this year's field of candidates. Ted Cruz live-streams his appearances on Periscope. Marco Rubio broadcasts "Snapchat Stories" at stops along the trail. Hillary Clinton and Jeb Bush spar over student debt on Twitter. Rand Paul and Lindsey Graham produce goofy YouTube videos. Even grumpy old Bernie Sanders has attracted nearly two million likers on Facebook, leading the New York Times to dub him "a king of social media."

And then there's Donald Trump. If Sanders is a king, Trump is a god. A natural-born troll, adept at issuing inflammatory bulletins at opportune moments, he's the first candidate optimized for the Google News algorithm. In a typical tweet, sent out first thing Monday morning, he described Clinton aide Huma Abedin as "a major security risk" and "the wife of perv sleazebag Anthony Wiener." Exuberantly impolitic, such messages attract Trump a vast web audience—four million followers on Twitter alone—while giving reporters and pundits fresh bait to feed on. What Trump understands is that the best way to dominate the online discussion is not to inform but to provoke.

Trump's glow may fade—online celebrity has a fast-burning wick — but his ability to control the agenda this summer says a lot about the changing dynamics of political races. If traditional print and broadcast media required candidates to be nouns—stable, coherent figures—social media pushes them to be verbs, engines of activity. Authority and respect don't accumulate on social media; they have to be earned anew at each moment. You're only as relevant as your last tweet.

The more established among this year's candidates have been slow to learn this lesson. That's particularly true of Clinton and Bush, the erstwhile shoo-ins. Their Twitter tiff was an exception to their generally anodyne presence on social media. They've played it safe, burnishing their images as reliable public servants while trying to avoid any misstep that might blow up into a TV controversy. Bush's various social-media feeds come off as afterthoughts. They promote his appearances, offer kudos to his endorsers and provide links to his merchandise store. What they don't do—at least until he launched a Twitter attack on Trump yesterday—is make news. Clinton's postings have been equally bland. Her Facebook feed is a mirror image of her Twitter feed, and both aim to give followers a warm-and-fuzzy feeling about the candidate.

Clinton's predicament is a particularly painful one. She's spent years filing the burrs off her personality, only to find that rough edges are in. Back in June, her campaign issued an Official Hillary 2016 Playlist on Spotify. It was packed with upbeat, on-message tunes ("Brave," "Fighters," "Stronger," "Believer"), but it sounded like an anachronism in a campaign that's more punk than pop.

Twice before in the last hundred years a new medium has transformed elections. In the 1920s, radio disembodied candidates, reducing them to voices. It also made national campaigns far more intimate. Politicians, used to bellowing at fairgrounds and train depots, found themselves talking to families in their homes. The blustery rhetoric that stirred big, partisan crowds came off as shrill and off-putting when piped into a living room or a kitchen. Gathered around their wireless sets, the public wanted an avuncular statesman, not a firebrand. With Franklin Roosevelt, master of the soothing fireside chat, the new medium found its ideal messenger.

In the 1960s, television gave candidates their bodies back, at least in two dimensions. With its jumpy cuts and pitiless close-ups, TV placed a stress on sound bites, good teeth and an easy manner. Image became everything, as the line between politician and celebrity blurred. John Kennedy was the first successful candidate of the TV era, but it was Ronald Reagan and Bill Clinton who perfected the form. Born actors, they could project a down-home demeanor while also seeming bigger than life.

Today, with the public looking to smartphones for news and entertainment, we seem to be at the start of the third big technological makeover of modern electioneering. The presidential campaign is becoming just another social-media stream, its swift and shallow current intertwining with all the other streams that flow through people's devices. This shift is changing the way politicians communicate with voters, altering the tone and content of political speech. But it's doing more than that. It's changing what the country wants and expects from its would-be leaders.

What's important now is not so much image as personality. But, as the Trump phenomenon reveals, it's only a particular kind of personality that works—one that's big enough to grab the attention of the perpetually distracted but small enough to fit neatly into a thousand tiny media containers. It might best be described as a Snapchat personality. It bursts into focus at regular intervals without ever demanding steady concentration.

Social media favors the bitty over the meaty, the cutting over the considered. It also prizes emotionalism over reason. The more visceral the message, the more quickly it circulates and the longer it holds the darting public eye. In something of a return to the pre-radio days, the fiery populist now seems more desirable, more worthy of attention, than the cool wonk. It's the crusty Bernie and the caustic Donald that get hearted and hash-tagged, friended and followed. Is it any wonder that "Feel the Bern" has become the rallying cry of the Sanders campaign?

Emotional appeals can be good for politics. They can spur civic involvement, even among the disenfranchised and disenchanting. And they can galvanize public attention, focusing it on injustices and abuses of power. An immediate emotional connection can, at best, deepen into a sustained engagement with the political process. But there's a dark side to social media's emotionalism. Trump's popularity took off only after he demonized Mexican immigrants, playing to the public's frustrations and fears. That's the demagogue's oldest tactic, and it worked. The Trump campaign may have qualities of farce, but it also suggests that a Snapchat candidate, passionate yet hollow, could be a perfect vessel for a cult of personality.

The fact that experienced candidates like Clinton and Bush are having trouble fitting themselves into the new mold isn't unusual. Whenever a new medium upends the game, veteran politicians flounder. They go on playing by the old medium's rules. The people who listened to the 1960 Nixon-Kennedy debate on their radios were convinced Nixon had won. But the far larger television audience saw Kennedy as the clear victor. Nixon's mistake was to assume that he was still in the radio age. He believed that the audience would concentrate on what he said and wouldn't care much about how he looked. Oblivious to the camera's gaze, he had no idea that the sweat on his upper lip would drown out his words.

A similar inertia is hobbling the establishment candidates today. They continue to follow the conventions of broadcast TV. They assume that television will establish the campaign's talking points, package the race as a series of tidy stories and shape the way voters see the contestants. They may have teams of digital functionaries tending to their online messaging, but they still view social media as a complement to TV coverage, a means of reinforcing their messages and images, rather than as the campaign's driving force. News organizations, too, tend to be slow to adapt to the arrival of a new medium. Television, with its diurnal "news cycle," gave a theatrical rhythm to campaigns. Each day was an act in a broader drama that arced from conflict to crisis to resolution. Campaigns were "narratives." They had "story lines." Social media is different. Its fragmented messages and conversations offer little in the way of plot. Its literary style is stream-of-consciousness, more William Burroughs than Jane Austen. But reporters and pundits, stuck in the TV era, keep trying to fit the bits and pieces on Twitter and Facebook into a linear tale. As a result, today's campaign reports often seem out of sync with the public's reaction to events.

Think of what happened in July when Trump kicked dirt on John McCain's reputation. "He's not a war hero," Trump said in an Iowa speech. "I like people who weren't captured." In any prior campaign, such a criticism of an American veteran who had been tortured as a prisoner of war would have constituted a major "gaffe." It would have immediately triggered a narrative of trial, penance and redemption. In this familiar plot, a trope of modern campaigns, the candidate is first pilloried, then required to make

a heartfelt apology, and finally, after the sincerity of the apology is carefully weighed, granted absolution. At which point a new narrative begins.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ

а) основная литература

1. Alexander, L.G. Longman English Grammar Practice: For intermediate students / L.G. Alexander. 6 impression. Harlow: Longman, 1995.
2. Baker, Ann. Ship or Sheep?: An intermediate pronunciation course / A. Baker. Third. ed., 4th printing. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
3. Cambridge English Pronouncing Dictionary / D. Jones; ed. by P. Roach, J. Hartmann and J. Setter. neu 17th ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2006.
4. Carr, Jane Comyns. New Cutting Edge Intermediate: Workbook: [with key] / J. C. Carr, Fr. Eales. Harlow: Pearson Education, 2010.
5. Cunningham, Sarah. New Cutting-Edge Intermediate: Students` Book: [with Mini-Dictionary] / S. Cunningham, P. Moor. Tenth Impr. Harlow: Pearson Education: Longman, 2010.
6. Vince Michael Macmillan English Grammar in Context. Intermediate: with key / M. Vince. Oxford: Macmillan Education, 2008.
7. Болотюк В. Г. Развитие навыков устной речи и аудирования: Учеб.-метод. пособие / В. Г. Болотюк, В. М. Романова; М-во общ. и проф. образования РФ. Омск. гос. пед. ун-т. Омск: Изд-во Омск. пед. ун-та, 1997.
8. Качалова К. Н . Практическая грамматика английского языка / К. Н. Качалова, Е. Е. Израилевич. 8-е изд., перераб. и доп.К. Н. Качаловой. М.: ДЕЛЮ Лтд-СТРИКС, 1994.
9. Практикум по стилистике английского языка: учебно-метод. пособие / авт.-сост. В. В. Алпатов; Департамент образования. Москвы, Гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования г. Москвы "Моск. гор. пед. ун-т" (ГБОУ ВПО МГПУ), Ин-т иностр. яз. М.: МГПУ, 2013.
10. Слепович В. С. Деловой английский. Business communication [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В. С. Слепович. Минск: ТетраСистемс, 2002.

б) дополнительная литература

1. Аверинцев С.С. Филология // Краткая литературная энциклопедия. М., 1972. Т. 7. или: Литературный энциклопедический словарь. М., 1987; Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990.
2. Арнольд И.В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста // Арнольд И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. Изд. 2-е. М.: Книжный дом «ЛИБРИКОМ», 2010.
3. Ахманова О.С., Падучева Е.В., Фрумкина Р.М. О точных методах исследования языка (о математической лингвистике). М., 1961.
4. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику. М., 2007.
5. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // М.М. Бахтин, Эстетика словесного творчества. М., 1979.
6. Богин Г.И. Филологическая герменевтика. Калинин, 1981.
7. Валгина Н.С. Теория текста. М., 2003.
8. Виноградов В.В. О теории художественной речи. М., 1971.
9. Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. М., 1963.
10. Винокур Г.О. Введение в изучение филологических наук. М., 2000.
11. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М., 1993.
12. Гайдамакин Н.А. Автоматизированные информационные системы, базы и банки данных. М., 2002.
13. Гальперин И.Р. Избранные труды. М.: Высшая школа, 2005.
14. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 2009.
15. Гаспаров Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М., 1999.
16. Гипотеза в современной лингвистике. / Ю.С. Степанов [и др.]; под общ. ред. Ю.С. Степанова. М.: Наука, 1980.
17. Горелов И.Н., Седов К.Ф. Основы психолингвистики. М.: Лабиринт, 2004.
18. Горелов И. Н. Невербальные компоненты коммуникации / И. Н. Горелов; отв. ред. В.Н. Ярцев; авт. предисл. В. И. Карасик. 4-е изд. М.: Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2009.

19. Григорьев Б. В. Межкультурные коммуникации = Intercultural communication / Б. В. Григорьев, В. И. Чумакова. СПб.: Петрополис, 2008.
20. Гришаева Л. И. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учеб. пособие / Л. И. Гришаева, Л. В. Цурикова. 4-е изд., стер. М.: Академия, 2007.
21. Гумбольдт В. Об изучении языков, или план систематической энциклопедии всех языков // Гумбольдт В. Язык и философия культуры. М., 1985.
22. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
23. Дейт К.Д. Введение в базы данных. М., 2000.
24. Диброва Е.И. Художественный текст. Структура. Содержание. Смысл: избранные труды. Т.1. М.: ТВТ Дивизион, 2008.
25. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. М., 2009.
26. Зелинский Ф.Ф. Филология // Энциклопедический словарь. СПб.: Изд. Ф.Брокгауз, И.Эфрон. 1902. Т.ХХХУа. Полутом 70.
27. Зинченко В. Г. Межкультурная коммуникация: от системного подхода к синергетической парадигме: учеб. пособие / В. Г. Зинченко, В. Г. Зусман, З. И. Кирнозе. 2-е изд. М.: Флинта; Наука, 2008.
28. Иванов В.В. Филологическое образование // Русский язык. Энциклопедия. М., 1992.
29. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Москва, Гнозис, 2004.
30. Кашкин И.Б. Основы теории коммуникации (любое издание).
31. Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. М., 1999.
32. Кравцов Н.Н. Филология // Словарь литературоведческих терминов. М., 1974.
33. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации. М.: Гнозис, 2001.
34. Кухаренко В.А. Интерпретация текста. Одесса: ЛАТСТАР, 2002.
35. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. М.: Смысл, 2003.
36. Литературный энциклопедический словарь. М., 1987.
37. Лихачев Д.С. О филологии. М., 1989.
38. Лихачев Д.С. Текстология. М.-Л., 1964.

39. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М., 1996.
40. Лотман Ю.М. Текст как смыслопорождающее устройство // Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб., 2000. С. 155-249.
41. Марчук Ю.Н. Основы компьютерной лингвистики. М., 2000.
42. Основы межкультурной коммуникации: практикум / под ред. Л. Г. Викуловой. – М.: АСТ: АСТ Москва: Восток-Запад, 2008.
43. Основы общей риторики. Барнаул, 2000.
44. Основы теории коммуникации: учебник для вузов / под ред. М. А. Василика. М.: Гардарики, 2005.
45. Потапова Р.К. Новые информационные технологии и лингвистика. М., 2005.
46. Рождественский Ю.В. Введение в общую филологию. М., 1996.
47. Рождественский Ю.В. Общая филология. М., 1996.
48. Розеншток-Хюсс О. Говорят все // О. Розеншток-Хюсси. Речь и действительность. М., 1994.
49. Розеншток-Хюсси О. Язык рода человеческого. М.- СПб., 2000.
50. Рот Ю., Коптельцева Г. Межкультурная коммуникация. Теория и тренинг: учебно-методическое пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.
51. Русская словесность: От теории словесности к структуре текста. Антология. М., 1997.
52. Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация. М., 2009.
53. Рязанцева Т.И. Теория и практика работы с гипертекстом. М., 2008.
54. Степанов Ю.С. Филология // Русский язык. Энциклопедия. М., 1997.
55. Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур: вопросы теории и практики межъязыковой и межкультурной коммуникации / С.Г. Тер-Минасова. М.: АСТ: Астрель: Хранитель, 2007.
56. Тураева З.Я. Лингвистика текста. Текст: Структура и семантика: Учебное пособие. Изд. 2-е, доп. М.: М.: Книжный дом «ЛИБРИКОМ», 2009.
57. Уфимцева Н.В. Языковое сознание: динамика и вариативность. М., Калуга: ИЯ РАН, 2001.

58. Фатеева Н.А. Контрапункт интертекстуальности, или Интернет в мире текстов. М., 2007.
59. Филология: проблемы, методы, задачи // Литературное обозрение. 1979. № 1, 3, 4, 7, 10. 23
60. Чувакин А.А. Основы филологии: учебное пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011.
61. Щерба Л.В. К вопросу о распространении в СССР знания иностранных языков и состоянии филологического образования // Л.В.Щерба. Избр. Работы по языкознанию и фонетике. Л., 1958. Т.1.
62. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. М., 2008.
63. Эко У. Как написать дипломную работу. М., 2001.
64. Якубайтис Э.А. Информационные сети и системы. Справочная книга. М., 1996.

в) словари и справочные издания

1. Справочник по английскому языку. Омофоны. АСТ, Астрель, 2003.
2. Справочник по английскому языку. Предлоги. АСТ, Астрель, 2004.
3. Справочник по английскому языку. Связующие слова. АСТ, Астрель, 2004.
4. Справочник по английскому языку. Словообразование. АСТ, Астрель, 2003.
5. Cambridge International Dictionary of Phrasal Verbs. Cambridge University Press, 1997.
6. Longman Dictionary of Contemporary English. Longman, Person Education Limited, 2005.
7. Longman Active Study Dictionary. Longman, 2007.
8. Longman Pronunciation Dictionary. Longman, 2000.

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Информационно-ресурсный сайт учебника New Cutting Edge URL:
<http://www.pearsonlongman.com/newcuttingedge/intermediate/index.html>
2. Информационно-ресурсный сайт учебника Outcomes URL:
http://elt.heinle.com/cgielt/course_products_wp.pl?fid=M2b&product_isbn_issn=1424027969&discipline_number=301

3. Общеввропейская Система Уровней Владения Иностранными Языками. URL:

<http://lingualand.by/cef/shkala-cef.htm>

д) электронные ресурсы

www.longman.com

www.cambridge.org

www.wikipedia.org

www.merriam-webster.com

www.lingvo.ru

е) онлайн словари

<http://dictionary.cambridge.org/>

www.merriam-webster.com www.multitran.ru

www.lingvo.ru