

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе и  
образовательным инновациям

О.И. Чуприс

  
21 сентября 2018г  
Регистрационный № УД 6404 /уч.

**ЯЗЫК С МИ**

**Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальности высшего образования второй  
ступени (магистратура):**

**1-21 81 05 Инновации в обучении языкам как иностранным  
(французский язык)**

2018 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-21 81 05-2013 г. и учебного плана № D21-121/уч. – 2013 г.

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

О.В. Лапунова, доцент кафедры романского языкознания филологического факультета Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой романского языкознания  
(протокол № 1 от 30.08.2018);

Советом филологического факультета БГУ  
(протокол № 1 от 20.09.2018)



## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая программа дисциплины «Язык СМИ» относится к циклу дисциплин специальной подготовки (компонент учреждения высшего образования). Программа предназначена для магистрантов филологического факультета специальности 1-21 81 05 «Инновации в обучении языкам как иностранным (французский язык)». Программа предусматривает комплексную теоретико-лингвистическую и практическую информационно-аналитическую подготовку студентов с целью выполнения магистрантом практических функций лингвиста и исследователя по-иностранному языку- (французский). Данная учебная дисциплина тесно взаимосвязана с другими дисциплинами: «Функционально-коммуникативная грамматика», «Обучение языкам как иностранным в различных коммуникативных средах».

**Целью** освоения дисциплины является формирование у магистрантов знаний о современных средствах массовой информации, которые обладают мощной силой воздействия на общественное сознание, оказывая влияние не только на мировосприятие современного человека, но также на тип культуры сегодняшнего дня. В связи с этим особенно остро встает вопрос о формировании высокой информационно-языковой культуры в обществе, о сохранении национальных языковых традиций и культуры речи. Дисциплина предоставляет слушателям возможность овладеть необходимыми знаниями, умениями и навыками, направленными на адекватное восприятие и продуцирование текстов современных средств массовой информации и рекламы, которые во многом определяют социально-психологическую и языковую ситуации в обществе.

В **задачи** дисциплины входит изучение языка современных французских средств массовой информации и рекламы, которые следует рассматривать в широком контексте, дающем возможность понять и объяснить влияние социальных, политических и культурных факторов на функционирование языка в обществе.

Магистрант должен

**знать:**

- особенности языка современных французских СМИ и рекламы;
  - специфику текстов СМИ и рекламы;
  - систему жанров современных СМИ;
  - иметь представление об использовании приемов речевого воздействия в СМИ и рекламе.
- жанрово-стилистические особенности публицистических текстов различной тематики в родном и иностранном языках;
  - способы стилистической и прагматической адаптации при переводе текстов различных публицистических стилей и жанров;

-этапы работы с текстом СМИ при переводе.

**уметь:**

-определять языковые особенности разных жанров СМИ;

- составлять тексты СМИ и рекламы.

-понимать языковые характеристики и национально-культурную специфику лексического, семантического, грамматического, прагматического и дискурсивного аспектов франкоязычной устной/письменной речи СМИ, подготовленной/неподготовленной, официальной/неофициальной речи, представленной в текстах СМИ;

-понимать дискурсивные способы выражения фактуальной, концептуальной и подтекстовой информации в иноязычном медиа тексте;

-понимать дискурсивную структуру и языковую организацию функционально-стилевых разновидностей текстов СМИ;

**владеть:**

- понятийным аппаратом современных франкоязычных СМИ;

- дискурсивными способами выражения фактуальной, концептуальной и подтекстовой информации в иноязычном медиа тексте;

- стратегиями стилистической и прагматической адаптации при переводе текстов различных публицистических стилей и жанров.

В ходе изучения учебной дисциплины будущие специалисты должны приобрести следующие компетенции (СЛК-социально-личностные компетенции, ПК-профессиональные компетенции):

СЛК-3. Формировать и аргументировать собственные суждения и профессиональную позицию.

СЛК-8. Уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия

ПК-1. Применять различные технологии обучения языку как иностранному.

Программа учебной дисциплины «Язык французских СМИ» рассчитана на 182 часа, из них 62 – аудиторные (30 часов – лекционные занятия, 32 часа – семинарские занятия). Форма текущей аттестации – экзамен. Форма получения образования – очная.

## **СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЯЗЫКА СМИ**

#### **Тема 1.1. Риторический ренессанс XX века: основные направления в зарубежной и отечественной гуманитарной науке**

Специфика современного гуманитарного языкознания. Наука и искусство построения речевой информации в технологически новых видах словесной деятельности. Спичрайтинг в истории филологии и новой информационной реальности. Образ автора (оратора, ратора) как риторическая проблема. Принципы создания текста: тема – тезисы – доказательство и рассуждение. Создание текста СМИ как риторико-стилистическая проблема. Стиль речи СМИ. Радиотекст как вид СМИ и его специфика. Телевизионная речь как вид СМИ и его специфика. Понятие о спичрайтинге. Спичрайтеры глав государств. Ведение политической кампании и работа спичрайтера-консультанта.

#### **Тема 1.2. Базовые понятия анализа публицистического дискурса**

Медиакартина мира как интерпретационная система. Понятие «языковая стратегия», «языковая тактика». Синергетика функциональной, коммуникативной, когнитивной, текстоцентрической, прагматической, эмотиологической концепций. Риторический код. Коммуникативная стратегия культуры. Коммуникативно-прагматическая установка. Интенция. Аксиологическая доминанта. Медиакартина мира как картина квазиреальности. Медиариторический этос. Медиариторический логос. Аргументация.

#### **Тема 1.3. Новые тенденции развития языка СМИ на современном этапе**

Новые тенденции развития языка СМИ на современном этапе (актуализация информационности, диалогичность, индивидуализация, психологизация, театрализация, полемичность, изменение композиции газетного текста, глобальная авторизация, ироничность и др.). Мифологемы в текстах газетного публицистического дискурса. Роль газетного публицистического дискурса в создании образов и стереотипов.

### **РАЗДЕЛ 2. РИТОРИЧЕСКАЯ ПОЗИЦИЯ ЖУРНАЛИСТА И ЕЕ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ МЕДИАКАРТИНЫ МИРА**

#### **Тема 2.1. Аксиологический аспект языка СМИ**

Языковая игра как лингвистический феномен и как способ создания экспрессии. Языковая игра в современном пространстве современного медиадискурса. Функции языковой игры в жанровой палитре СМИ.

Коммуникативно-прагматический потенциал языковой игры. Типы игр. Метафоризация как средство выражения категории оценки в медиадискурсе. «Публицистические» метафоры, основные темы характерные для создания метафор.

### **Тема 2.2. Лексико-стилистические особенности дискурса СМИ**

Особенности разговорной речи в современной публицистике. Основные тенденции на интралингвистическом уровне: распространение норм разговорного стиля в базовом корпусе медиаречи; снижение речевой нормы; тиражирование ошибочного речеупотребления. Когнитивная база и прецедентные феномены. Особенности функционирования прецедентных феноменов в публицистическом дискурсе. Источники текстов, способы использования.

### **Тема 2.3. Риторическая позиция журналиста как категория медиадискурса**

Медиатекст (структура и содержание понятия) и медиадискурс. Стилистическая неоднородность языка СМИ. Жанрово-видовая классификация текстов массовой информации, основные типы текстов. Содержание понятия «риторическая позиция журналиста». Лингвостилистические особенности самопрезентации. Прием адресации и побуждения к действию. Современные обращения в медиадискурсе.

### **Тема 2.4. Особенности риторической позиции современного журналиста**

Функция цитирования в различных жанрах устной и письменной форм публицистического стиля. Типы цитирования. Газетные штампы. Анализ функций прямой и косвенной цитаты. Понятие прецедентности. Интертекстуальность. Типы интертекстуальности в современном медитексте. Косвенная речь и нарративный дискурс как разновидность косвенного цитирования.

### **Тема 2.5. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности**

Основные языковые механизмы вариативной интерпретации действительности. Эксплицитная и имплицитная информация в сообщении; различия в способах их воздействия на сознание. Основные виды имплицитной информации (пресуппозиция, исходное предположение (установка) вопроса, вводный компонент, импликатура дискурса) и их использование в целях языкового манипулирования.

## **РАЗДЕЛ 3. РИТОРИЧЕСКАЯ МОДАЛЬНОСТЬ МЕДИАТЕКСТА**

### **Тема 3.1. Специфика прагматических вариантов в жанровой палитре медиадискурса**

Языковые средства выражения риторической модальности в информативном дискурсе устных и печатных форм СМИ. Языковые средства выражения риторической модальности в аргументативном дискурсе устных и печатных форм СМИ. Языковые средства выражения риторической модальности в полемическом дискурсе устных и печатных форм СМИ. Языковые средства выражения риторической модальности в критическом дискурсе устных и печатных форм СМИ. Языковые средства выражения риторической модальности в рекламном дискурсе устных и печатных форм СМИ.

### **Тема 3.2. Стратегии языкового манипулирования в жанровых разновидностях медийного дискурса**

Стратегия гедонизма в дискурсивной деятельности современных СМИ и риторические приемы ее моделирования. Стратегия секуляризации в современном медиадискурсе: травестирование и десакрализация национальной топики. Антиномия стратегии культурного шока в формировании медиакартинки мира. Использование латинской графики в медиадискурсе как аргументационный прием.

### **Тема 3.3. Приемы лингвопрагматического воздействия в жанровых разновидностях медийного дискурса**

Прием опоры на ключевые слова как основной прием структурно-семантической организации медиатекста. Реализация приема диалогичности. Разновидности внутреннего и внешнего диалога. Прием полифонии. Моносубъектная и полисубъектная полифония. Механизмы моносубъектной полифонии: отождествление, посредничество и отрицание.

### **Тема 3.4. Оценочность и экспрессия в новостном теледискурсе**

Наиболее частотные синтаксические фигуры как средство оценочности и образной экспрессии. Способы выражения оценки и экспрессии в газетно-публицистическом подстиле. Языковая игра как способ создания экспрессии. Функции игры в СМИ. Типы игр. Метафоризация как средство выражения оценки. «Публицистические» метафоры, основные темы характерные для создания метафор.

## **РАЗДЕЛ 4. ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ И РЕКЛАМНЫЙ ДИСКУРС КАК ЯДРО МЕДИАДИСКУРСА**

### **Тема 4.1. Политический дискурс, коммуникативные стратегии и тактики в различных жанрах политического дискурса**

Особенности реализации функции воздействия в политическом медиадискурсе. Приемы речевого воздействия в политическом дискурсе (генерализация, псевдообъяснение, сравнение, наклеивания ярлыков). Коммуникативная стратегия обучения. Стратегия привлечения внимания аудитории. Коммуникативная стратегия информирования.

### **Тема 4.2. Коммуникативные стратегии и тактики в различных жанрах телевизионного новостного дискурса**

Тексты массовой информации в новостном теледискурсе и картина мира. Информационная и языковая картины мира. Культуроспецифичность информационной картины мира в дискурсе теленовостей. Способы передачи культурозначимой информации в телевизионном новостном дискурсе. Коммуникативная тактика дефиниции. Коммуникативная тактика перевода. Коммуникативная тактика описания. Контекстуальная тактика. Коммуникативная тактика обращения к авторитету. Уровни моделирования имиджа.

### **Тема 4.3. Языковые особенности рекламных текстов**

Особенности реализации функции воздействия в рекламных текстах. Приемы речевого воздействия в рекламе (генерализация, псевдообъяснение, сравнение, наклеивания ярлыков). Прагматические особенности рекламных текстов. Внутренняя структура вербальной части рекламного текста. Экспрессивность. Стилистические приемы, используемые в рекламных текстах. Особенности рекламных текстов на морфосинтаксическом уровне.

### **Тема 4.4. Взаимодействие медиатекстов**

Культуроспецифичность информационной картины мира. Менталитет и речевой этикет нации. Способы передачи культурозначимой информации в медиатекстах. Денотативный, коннотативный, ассоциативный и метафорический уровни культурологического контекста. Взаимодействие медиатекстов на уровне формата и содержания. Взаимодействие медиатекстов на уровне языка.

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов		Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	
1	2	3	4	5
<b>1.</b>	<b>РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЯЗЫКА СМИ</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	
1.1	Тема 1.1. Риторический ренессанс XX века: основные направления в зарубежной и отечественной гуманитарной науке	2	2	дискуссия, тест
1.2	Тема 1.2. Базовые понятия анализа публицистического дискурса	2	4	индивидуальные творческие задания, тест
1.3	Тема 1.3. Новые тенденции развития языка СМИ на современном этапе	2	2	Контрольная работа
<b>2.</b>	<b>РАЗДЕЛ 2. РИТОРИЧЕСКАЯ ПОЗИЦИЯ ЖУРНАЛИСТА И ЕЕ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ МЕДИАКАРТИНЫ МИРА</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	
2.1	Тема 2.1. Аксиологический аспект языка СМИ	2	2	групповые творческие задания, тест
2.2	Тема 2.2. Лексико-стилистические особенности дискурса СМИ	2	2	Индивидуальный опрос
2.3	Тема 2.3. Риторическая позиция журналиста как категория медиадискурса	2	2	защита индивидуальных заданий, тест
2.4	Тема 2.4. Особенности риторической позиции современного журналиста	2	2	Тест
2.5	Тема 2.5. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности	2	2	Индивидуальный опрос
<b>3</b>	<b>РАЗДЕЛ 3. РИТОРИЧЕСКАЯ МОДАЛЬНОСТЬ МЕДИАТЕКСТА</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	
3.1	Тема 3.1. Специфика прагматических вариантов в жанровой палитре	2	2	Тест

	медиадискурса			
3.2	Тема 3.2. Стратегии языкового манипулирования в жанровых разновидностях медийного дискурса	2	2	Контрольная работа
3.3	Тема 3.3. Приемы лингвопрагматического воздействия в жанровых разновидностях медийного дискурса	2	2	Контрольная работа
3.4	Тема 3.4. Оценочность и экспрессия в новостном теледискурсе	2	2	Эссе
	<b>РАЗДЕЛ 4. ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ И РЕКЛАМНЫЙ ДИСКУРС КАК ЯДРО МЕДИАДИСКУРСА</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	
4.1	Тема 4.1. Политический дискурс, коммуникативные стратегии и тактики в различных жанрах политического дискурса	2	2	Тест
4.2	Тема 4.2. Коммуникативные стратегии и тактики в различных жанрах телевизионного новостного дискурса	2	2	Тест
4.3	Тема 4.3. Языковые особенности рекламных текстов	2	2	Коллоквиум
4.4	Тема 4.4. Взаимодействие медиатекстов	2	2	Индивидуальный опрос
	<b>Итого:</b>	<b>30</b>	<b>32</b>	

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Основная литература

1. Алимов, В. В. Теория перевода. Перевод в сфере профессиональной коммуникации / В. В. Алимов. – 3-е изд. - М.: Едиториал УРСС, 2005. – 160 с.
2. Гак, В. Г. Теория и практика перевода. Французский язык / В. Г. Гак, Б. Б. Григорьев. - М.: Либроком, 2009. – 456 с.
3. Мархасев И.Р., Зайцева В.А. Учебное пособие - Мн.: БГУ, 2005.
4. Пирогова Ю.К. Имплицитная информация в рекламе // Рекламный текст. Семиотика и лингвистика. М., 2000.
5. Разинкина Н.М. Функциональная стилистика. - М.: Высшая школа, 1989.
6. Скребнев Ю.М. Основы стилистики. – М., 2002.
7. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. / Ответственный редактор: д.ф.н. проф. Володина М.Н. Учебное пособие – М.: Изд-во МГУ, 2003.

### Дополнительная литература

1. Власов А.И. Политические манипуляции: История и практика средств массовой информации США. - М., 1992.
2. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2002.
3. Крысин Л. П. Русский язык конца XX столетия (1985 - 1995). М., 1996.
4. Кудрявцев А. Ю., Куропаткин Г.Д. словарь-справочник табузированной лексики и эвфемизмов. М., 1993.
5. Липатов А. Т. Русский слэнг и его семантическая соотнесенность с жаргоном и арго // Семантика и уровни ее реализации. Краснодар, 1994.
6. Наер В.Л. К описанию функционально-стилевой системы // Лингвостилистические особенности научного текста: сб. научн. тр. / - М., 1981
7. Солганик Г.Я. Автор как стилеобразующая категория публицистического текста // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2001. № 3.
8. Солганик Г.Я. О закономерностях развития языка газеты в XX в. // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2002. № 2.

### СРЕДСТВА ДИАГНОСТИКИ

Дискуссия; индивидуальные и групповые творческие задания; индивидуальный и фронтальный опросы; проверка и защита индивидуальных заданий; написание сочинений, эссе; тесты; устный опрос во время занятий; коллоквиум.

## **МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ИТОГОВОЙ ОЦЕНКИ**

Итоговая оценка формируется на основе:

1. Правил проведения аттестации студентов (Постановление Министерства образования Республики Беларусь № 53 от 29 мая 2012 г.);
2. Положения о рейтинговой системе оценки знаний по дисциплине в БГУ (Приказ ректора БГУ от 18.08.2015 №382-ОД);
3. Критериев оценки знаний студентов (письмо Министерства образования от 22.12.2003 г.)

**Описание инновационных подходов и методов к преподаванию  
учебной дисциплины (эвристический, проективный,  
практико-ориентированный)**

При организации образовательного процесса используется *эвристический подход*, который предполагает:

- осуществление студентами лично-значимых открытий окружающего мира;
- демонстрацию многообразия решений большинства профессиональных задач и жизненных проблем;
- творческую самореализацию обучающихся в процессе создания образовательных продуктов;
- индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлексию собственной образовательной деятельности.

При организации образовательного процесса используется *практико-ориентированный подход*, который предполагает:

- освоение содержание образования через решения практических задач;
- приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности;
- ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры;
- использованию процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций.

При организации образовательного процесса используется *метод учебной дискуссии*, который предполагает участие студентов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме.

Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения.

При организации образовательного процесса *используются методы и приемы развития критического мышления*, которые представляют собой систему, формирующую навыки работы с информацией в процессе чтения и письма; понимания информации как отправного, а не конечного пункта критического мышления.

Формой текущего контроля в рамках промежуточной аттестации является творческое исследовательское задание. Творческое задание представляет собой осуществление экспериментального исследование с использованием определенной методики или комплекса методов, что включает: определение цели и задач, выбор объекта и предмета исследования, разработку

экспериментального материала, осуществление процедуры исследования, обработку экспериментальных данных, анализ результатов исследования, интерпретацию результатов, формулирование выводов, оформление результатов работы.

### **Примерный перечень творческих исследовательских заданий**

1. С помощью метода субъективного шкалирования проведите исследование субъективных особенностей сигнификативного и коннотативного компонентов значений лексем, номинирующих языковые средства выражения риторической модальности в аргументативном дискурсе устных и печатных форм СМИ.
2. Эксплицируйте стратегию гедонизма в дискурсивной деятельности современных СМИ, используя риторические приемы ее моделирования. Проанализируйте результаты исследования в аспекте межъязыкового сравнения (французский язык – русский язык – немецкий язык).
3. Выявите специфику стратегии секуляризации в современном медиадискурсе, используя методики травестирования и десакрализации национальной топики. Используется в качестве экспериментального материала дискурс французский теленовостей.
4. Проведите исследование специфики механизмов моносубъектной полифонии: отождествление, посредничество и отрицание на материале газетного дискурса, используя методику полифонического анализа.
5. Осуществите модификацию методики полифонического анализа, экстраполируя ее на различные виды полифонического газетного, телевизионного и т.д. дискурса.
6. Проведите исследование с использованием стратегии привлечения внимания аудитории по выявлению приемов речевого воздействия в политическом дискурсе (генерализация, псевдообъяснение, сравнение, наклеивания ярлыков).
7. Используя методику дополнения проведите исследование по выявлению особенностей прогностической активности искусственных билингвов при восприятии газетного текста на иностранном языке и аналогичного текста на русском языке (в переводе), которые в соответствии с требованиями методики дополнения подверглись намеренному нарушению связности на различных уровнях (уровне семантической связности, грамматической, текстовой).
8. Осуществите исследование по методике «Пиктограмма», используя в качестве стимульного материала на первом этапе исследования стандартизированный список выражений, на втором – аналогичные

выражения на французском языке. Результаты исследования проанализируйте в аспекте межъязыкового сравнения.

9. Выявите особенности культуроспецифичности информационной картины мира в дискурсе теленовосте, а также способы передачи культурозначимой информации в телевизионном новостном дискурсе. Проанализируйте коммуникативную тактику дефиниции, коммуникативную тактику перевода, коммуникативную тактику описания, контекстуальную тактику, коммуникативную тактику обращения к авторитету, уровни моделирования имиджа.
10. Выявите особенности восприятия искусственными билингвами аналогичных эпизодов комического на иностранном языке (в оригинале) и родном языке (в переводе) посредством использования приемов речевого воздействия в рекламе (генерализация, псевдообъяснение, сравнение, наклеивания ярлыков).

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО**

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Функционально-коммуникативная грамматика	Кафедра романского языкознания	Программа оставлена без изменений	Изменений и дополнений нет, протокол № 1 от 30.08.2018

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО  
НА \_\_\_\_ / \_\_\_\_ УЧЕБНЫЙ ГОД**

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры романского языкознания (протокол №\_\_ от \_\_\_\_\_ г.)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (И.О. Фамилия)

**УТВЕРЖДАЮ**  
Декан факультета

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (И.О. Фамилия)