

ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский) университет

Утверждено
Директор Института __Маркарян К.В.__



«_19_» июня_2024_, протокол № 13

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины: **Профессионально-творческие студии**

Автор (ы) **к.флг.н., доц. Алекян Марина Васильевна**

Направление подготовки: **42.03.02 «Журналистика»**

1. АННОТАЦИЯ

1.1. Краткое описание содержания данной дисциплины;

В системе подготовки журналистских кадров и политологов, работающих в медиасфере, предмет «Профессионально-творческие студии» занимает особое место как одна из специальных дисциплин, дающая представление об основных тенденциях и опасностях, с которыми сталкиваются на современном этапе создатели и потребители информационно-аналитических материалов, а также дающая непосредственные практические навыки работы с текстом с учетом существующей политической конъюнктуры, возможных и продолжающихся информационных войн, в контексте государственно-национальной и региональной безопасности.

1.2. Трудоемкость в академических кредитах и часах, формы итогового контроля (экзамен/зачет);

Трудоемкость: 12 ECTS, 196 академических часа

Форма итогового контроля: *экзамен*

1.3. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)

Курс «Профессионально-творческие студии» является важной составной частью профессиональной подготовки журналистов. Дисциплина преподается на четвертом курсе и тесно связана с рядом предшествующих и параллельно читаемых дисциплин.

1.4. Результаты освоения программы дисциплины:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижений компетенций(
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп. Умеет недискриминационно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов,	ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3	Владеть знаниями в области культуры, обладать кругозором в сфере отечественного и мирового

	и (или) коммуникационных продуктов		культурного процесса Уметь применять средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах Владеть навыками создания медиапродукта как гармоничного элемента мировой культуры
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3	Знать потребности общества и отдельных аудиторных групп Уметь использовать основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов Владеть навыками создания медиапродукта, используя запросы и потребности общества
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3	Знать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

			<p>Уметь осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p>Владеть навыками создания медиапродукта, используя новейшие технологии медиакоммуникационных систем</p>
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p><i>ОПК-7.1</i></p> <p><i>ОПК-7.2</i></p> <p><i>ОПК-7.3</i></p>	<p>Знать принципы и нормы социальной и гражданской ответственности</p> <p>Уметь предвидеть типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p> <p>Владеть навыками поиска корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста</p>
ПК-2	Способен готовить информационно-аналитические материалы по потребительскому спросу	<p><i>ПК-2.1</i></p> <p><i>ПК-2.2</i></p> <p><i>ПК-2.3</i></p>	<p>Знать принципы разработки, анализа и коррекции материалов СМИ</p> <p>Уметь применять методы</p>

			<p>анализа</p> <p>Владеть навыками систематизации информации, составления аналитического медиатекста</p>
ПК-3	Способен анализировать ситуацию на рынке по реализации печатных СМИ	<p><i>ПК-3.1</i></p> <p><i>ПК-3.2</i></p> <p><i>ПК-3.3</i></p>	<p>Знать запросы на медийном рынке, возможности Интернет-среды для решения задач распространения массовой информации</p> <p>Уметь оценивать эффективность деятельности СМИ с точки зрения степени влияния на общественное мнение и удовлетворения запросов медиарынка</p> <p>Владеть навыками анализа ситуации на медиарынке</p>
ПК-8	Способен готовить авторские материалы: аналитические, обобщающие, обзорные по актуальной проблематике с широким привлечением документов, с выражением собственного мнения и мнения редакции/канала по рассматриваемому вопросу	<p><i>ПК-8.1</i></p> <p><i>ПК-8.2</i></p> <p><i>ПК-8.3</i></p>	<p>Знать основы разработки локального авторского медиапроекта;</p> <p>Уметь выражать собственное мнение по рассматриваемому вопросу без нарушения норм и принципов журналистской этики</p> <p>Владеть навыками анализа актуальной проблематики для создания медиапродукта</p>

2. УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

2.1. Цели и задачи дисциплины

Цель – сформировать у студентов четкое представление о специфике функционирования масс-медиа в условиях нестабильной политико-экономической среды, дать основательные знания и представления о типологии, моделях и функциях СМИ, их методах и приемах при подаче актуальных политических, экономических и историко-культурных материалов в условиях реалий сформировавшейся на данный момент геополитической ситуации. Особое внимание уделяется современным технологиям сбора, хранения и распространения информации; работе с политической, экономической, юридической и другой специальной лексикой при обработке и переводе информационно-аналитических материалов.

Задача курса – исследовать особенности развития медиапространства под влиянием политических, экономических, технических, культурных и ментальных факторов; познать закономерности отражения конкретной политико-экономической, агитационно-пропагандистской задачи на содержание и стилистику текста в СМИ; проследить воздействие самой журналистики на ход важнейших политико-исторических событий. В рамках данного курса предполагается непосредственное освоение практических навыков работы с текстами СМИ (на двух-трех языках), в частности, верное потребление передаваемой информации, с избеганием возможных встроенных в текст «мессиджей-удочек», грамотная обработка материала, умение извлекать «информационный повод», освоение технологий рерайта и обучение специальным способам перевода различных текстов, помогающим не отражать «чужеродного» подтекста, добиваться максимальной точности и политкорректности или, наоборот, заключать, «встраивать», зашифровывать в текст необходимое послание, способное нейтрализовать политическое воздействие извне.

2.2. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и зачетных единицах)

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах		
		VII сем	VIII сем
1	2	3	4
1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:	432	216	216
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:	196	106	90
1.1.1. Лекции			
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.	196	106	90
1.1.3. Другие виды (указать)			
1.2. Самостоятельная работа, в т. ч.:	182	110	72
1.2.1. Подготовка к экзаменам			
1.2.1.1. Другое (указать) Контроль	54		54
Итоговый контроль	Зачет Экзамен	Зачет	Экзамен

2.3. Содержание дисциплины

2.3.1. Тематический план и трудоемкость аудиторных занятий (модули, разделы дисциплины и виды занятий) по рабочему учебному плану

3.

Раздел дисциплины и темы	Всего, часов 36 (34+2 на итог. контр.)	Лекции, час.	Практически е занятия, час.	Семинар ы, час.	Контрол ьные работы, час.
1	2	3	4	5	6
Раздел 1. Поиск, мониторинг и обработка.	30		30		
Тема 1.1. Поиск информации.					
Тема 1.2. Мониторинг СМИ (Media monitoring service).					
Тема 1.3. Отбор материалов.					

Раздел 2. Участие СМИ в информационных войнах и влияние этого процесса на геополитику.	40		40			
Тема 2.1. Информационные войны, основные понятия в контексте медиaprостранства.						
Тема 2.2. СМИ как участники информационных войн и военно-политических конфликтов.						
Тема 2.3. Ключевое значение понятия информационной безопасности.						
Раздел 3. Рерайт.	40		40			
Тема 3.1. Понятие «рерайта» и его роль для современных СМИ.						
Тема 3.2. Технологии рерайта.						
Раздел 4. Влияние геополитических факторов на СМИ и направленность медиапродуктов.	40		40			
Тема 4.1. Геополитика, основные понятия, содержание объекта и предмета геополитики.						
Тема 4.2. Геополитика и СМИ.						
Тема 4.3. Правовая система государства и его влияние на масс-медиа.						
Раздел 5. Переводы в СМИ как основное средство коммуникации и фактор воздействия на межгосударственную политику и международные отношения. Перевод с применением технологий рерайта.	46		46			
Тема 5.1. Перевод и масс-медиа. Основные проблемы.						

Тема 5.2. Основные понятия теории перевода для работника сферы масс-медиа. Использование технологий рерайта при переводе.						
Тема 5.3. Перевод в СМИ текстов на общественно-политическую тематику.						
Тема 5.4. Перевод в СМИ текстов на юридическую тематику, международных договоров и соглашений.						
Тема 5.5. Перевод в СМИ текстов на экономическую тематику.						
Тема 5.6. Перевод в СМИ официальных документов.						
Тема 5.7. Креативность перевода в СМИ и возможные казусы. Требования к переводчику, работающему в медиасфере.						
Итоговый контроль (зачет)						
ИТОГО	196		196			

2.3.2. Краткое содержание разделов дисциплины в виде тематического плана

Введение

Обозначение целей и задач изучения дисциплины «Профессионально-творческие студии», краткая характеристика предмета и структуры курса. Определение основных коммуникационных и геополитических реалий. Ключевые особенности развития журналистики в текущий момент; ее связь с политическими, экономическими, правовыми и культурными развитиями, с достижениями и проблемами в сфере науки и техники. Национальная специфика СМИ региона, их подчинение сложившейся политико-экономической ситуации, влияние информационных войн.

Раздел 1. Поиск, мониторинг и обработка.

Тема 1.1. Поиск информации.

Поиск информации как основная часть деятельности работника СМИ, как фундаментальная задача и творческий процесс. Способы поиска информации с использованием современных технологий. Опасности при поиске информации. Пространственно-временные, обстоятельственные факторы в определении характера информационно-аналитического материала и медиа-ресурса. Источник информации, технологии по определению степени достоверности передаваемых сведений («желтизна»), ангажированности и независимости СМИ.

Тема 1.2. Мониторинг СМИ (Media monitoring service).

Основные фазы мониторинга. Предмет мониторинга (сайты, телеканалы, радиостанции, периодические печатные издания, блоги, видеоблоги, социальные сети, клиппинги, транскрипты и др., а также их отдельные продукты или их фрагменты). Сохранение найденного материала, необходимость принтскринов. Фильтрация и систематизация данных. Обработка и дальнейший анализ собранных данных. Инструменты мониторинга (роль интернет-поисковиков и специализированных баз СМИ).

Мониторинг как процесс наблюдения и регистрации данных, их состояния и изменений. Мониторинг как процесс систематического или непрерывного сбора информации, дающий представление о деятельности медиа и способствующий определению тенденций изменения. Мониторинг как способ и средство обработки информации, позволяющий использовать полученный результат при анализе качества обрабатываемых сведений и для улучшения процесса принятия решения при разработке собственного информационного продукта. Мониторинг как средство изучения степени рекламных и PR-компонентов (в том числе агитационно-пропагандистского характера) в продукте СМИ. Мониторинг – возможность верного составления «портрета» СМИ и оценки общественного резонанса.

Мониторинг как источник информации и как процесс отслеживания продуктов СМИ по заданной тематике. Написание материалов на базе данных, полученных в ходе мониторинга (результат как собственно информационный повод).

Мониторинг как инструмент обратной связи, дающий возможность осуществлять информационно-коммуникационные проекты, оценивать реализуемые медиа и связанные со

СМИ общественно-политические программы. Мониторинг как средство выработки политики информационного продукта и ресурса в целом, выработки курса действий на будущее.

Тема 1.3. Отбор материалов.

Поиск, мониторинг и отбор информационных материалов как взаимосвязанный процесс. Выработка навыков и умения отыскать в информационном потоке исключительно нужные сведения, факты, данные и идеи. Различение первичной («чистой») и вторичной (результат аналитико-синтетической и логической переработки первичной) информации.

Технологии быстрого, с минимальной затратой сил, ресурсов и энергии отслеживания потока новой информации; рационального отбора из информационного потока разыскиваемых сообщений и необходимых материалов; оперативного и полноценного извлечения из отобранного материала нужной информации.

Раздел 2. Участие СМИ в информационных войнах и влияние этого процесса на геополитику.

Тема 2.1. Информационные войны, основные понятия в контексте медиaprостранства.

Информационные войны как открытые и скрытые целенаправленные информационные воздействия с целью получения определенного выигрыша в материальной сфере. Информационное воздействие и его реализация с применением информационного оружия (средств, позволяющих осуществлять с передаваемой, обрабатываемой, создаваемой и другими видами информации задуманные действия).

Информационные войны как действия, направленные на получение материально-психологического преимущества путем нанесения противоположной стороне ущерба – с помощью соответствующего информационного воздействия. Время, средства и усилия по устранению нанесенного ущерба как преимущество противоположной стороны во внешнем мире и в геополитическом раскладе в целом. Информационная война как комплексное воздействие (совокупность информационных операций) на систему государственного и военного управления противостоящей стороны, на ее военно-политическое руководство, с целью чтобы уже в мирное время это привело к принятию благоприятных для стороны-инициатора информационного воздействия решений, а в ходе конфликта полностью парализовало бы активность противника.

Тема 2.2. СМИ как участники информационных войн и военно-политических конфликтов.

СМИ как активные, а порой и агрессивные участники информационных войн. СМИ – непосредственные участники вооруженных конфликтов. Понятия «информационная война», «медиа-агрессия», «информационная безопасность» как свидетельства тесной связи масс-медиа с конфликтными ситуациями и с вооруженными конфликтами. Влияние войны на информационную сферу и журналистику и появившаяся в последнее время обратная связь на макро- и микроуровне. Роль СМИ в решении вооруженных конфликтов и в их ходе.

Теория Г. Почепцова: «Сегодня в развитых государствах любое действие невозможно без соответствующей информационной подготовки. Войны должны выглядеть справедливыми, враг – жесточайшим, собственные воины – настоящими героями». СМИ как третья сторона политических и вооруженных конфликтов, результат которых зачастую связан от позиции масс-медиа.

Концепция А. Дугина о влиянии информационных процессов на ход современных вооруженных конфликтов: «Политические, идеологические и геополитические взгляды формируются у значительной части общества исключительно на основе телекоммуникаций. Медиа-образ фактически является атомарным синтезом, в котором сосредоточено сразу несколько подходов – этнический, культурный, идеологический, политический. Информационный репортаж из какой-нибудь горячей точки, о которой ничего не известно, например, жителю Капитолия, должен за кратчайшее время представить географический, исторический, религиозный, экономический, культурный, этнический профиль региона, а также расставить акценты согласно узко заданной политической цели. Таким образом, профессия журналиста сближается с профессией геополитика. Масс-медиа в современном обществе играют уже не чисто вспомогательную роль, как раньше, но становятся мощным самостоятельным фактором, способным совершать сильное влияние на исторические судьбы народов».

Глобализация информационной сферы, приводящая к доминированию транснациональных медиа-империй, диктующих региональную и мировую политику.

Масс-медиа – перспективная мишень для «революционеров XXI века». Высокотехнологический терроризм новой эпохи, опирающийся на масс-медиа и соцсети, как

феномен, способный спровоцировать кризис государства с развитой инфраструктурой информационного общества). Теория Г. Маркузе, вдохновившая членов европейских левацких террористических группировок: «Отключение телевидения и других электронных СМИ могло бы дать толчок к началу того, к чему не смогли привести коренные противоречия капитализма – к полному разрушению системы. Поэтому в повестке дня сегодня стоят не вопросы психологии или эстетики, а информационная база господства». Образ современного «революционера-террориста», его связь с коммуникационно-информационной сферой.

Тема 2.3. Ключевое значение понятия информационной безопасности.

Вопрос информационной безопасности, причины его актуализации и приобретения в последнее время ключевого значения. Связь информационной безопасности с национальной, государственной, региональной безопасностью и т.д. Популярное мнение экспертов: «Если государство не сможет войти в мировую информационно-телекоммуникационную систему как самостоятельный игрок, то независимость и суверенитет такого государства окажется под вопросом».

Опасность информационной войны в контексте государственно-национальной, региональной безопасности. Информационно-пропагандистские «наживки» в материалах СМИ. Невидимое воздействие или воздействие, облеченное в доброжелательную форму. Опасность замаскированного в медиапродукте агрессивно-разрушающего посыла. Теория информационного оружия Р. Шафрански: «Информационные технологии позволяют обеспечить разрешение геополитических кризисов, не производя ни одного выстрела».

Раздел 3. Рерайт.

Тема 3.1. Понятие «рерайта» и его роль для современных СМИ.

Требование оперативности в подаче материалов в современной журналистике, приведшее к доминированию нового вида информационного продукта (большинство текстов, публикуемых в новостных лентах информационных сайтов и других СМИ является отчасти переводами, отчасти рерайтом).

Термин «рерайт» (англ. «rewrite», чает «переписать», «переделать», «переработать», «перерабатывать», «редактировать»), получивший широкое распространение с развитием сети Интернет, поисковых систем, учитывающих оригинальность и уникальность публикуемых на сайтах текстов при ранжировании в результатах выдачи данных, и с

развитием электронных СМИ. Отличия рерайта и копирайтинга. Рерайт как поле деятельности опытного журналиста и редактора.

Рерайт как методика ускорения подготовки материалов. Рерайт как методика компиляции разрозненных данных в цельный тематический обзор. Рерайт как метод придания тексту новой либо иной идеологической или стилистической окраски. Рерайт как метод адаптации специальной информации для широкой читательской аудитории.

Практическая выгода рерайта. Рерайт как средство экономии ресурсов (людских и материальных) и времени. Оптимизационный рерайт как способ повышения рейтинга СМИ. Рерайт как способ получения и передачи информации без пропагандисткой «наживки», как ключевой метод обеспечения информационной безопасности.

Тема 3.2. Технологии рерайта.

Технологии рерайта. Основные методы переработки «чужого» текста в собственный информационный и уникальный продукт. Рерайтер как автор и как редактор. Отличие технического и полного рерайта.

Рерайт из одного источника и рерайт-компилирование из нескольких источников. Использование интернет-поисковиков и агрегаторов новостей. Роль и значение грамотно подобранных и сохраненных тэгов и ключей. Методика проверки качества грамотно сделанного рерайта.

Раздел 4. Влияние геополитических факторов на СМИ и направленность медианпродуктов.

Тема 4.1. Геополитика, основные понятия, содержание объекта и предмета геополитики.

Основное содержание термина «геополитика» на современном этапе развития науки. Объект и предмет геополитики, их содержание и суть. Общий обзор существующих концепций и школ. Основные проблемы геополитики и геоэкономики для стран Южного Кавказа, международные отношения и региональная проблематика. Глобализация информации.

Тема 4.2. Геополитика и СМИ.

Информационная геополитика. СМИ как мощное средство информационного воздействия на политическую элиту и общественность. Роль СМИ в реализации геополитических задач. Стратегическая важность знания геополитических процессов для работника в сфере массовой информации. Осведомленность журналиста в области геополитических развитий как гарант информационной и государственной безопасности. Геополитика как доминантный фактор определения направленности и контента масс-медиа. Зависимость СМИ от общественно-географических, военно-политических и экономических развитий. Возможности и опасность использования СМИ в региональных геополитических конфликтах.

Тема 4.3. Правовая система государства и его влияние на масс-медиа.

СМИ в государствах с различными правовыми системами, влияние данного фактора на содержание и стиль подачи материалов. Учет особенностей политико-правовой системы государства при работе с информационным продуктом (собственным и заимствованным), сохранение политкорректности.

Раздел 5. Переводы в СМИ как основное средство коммуникации и фактор воздействия на межгосударственную политику и международные отношения. Перевод с применением технологий рерайта.

Тема 5.1. Перевод и масс-медиа. Основные проблемы.

Роль, значение и распространенность переводов в современных СМИ. Информационная «подкованность» и фоновые знания работника медиасферы при переводе материалов. Роль политико-исторического, геополитического контекста и его влияние на перевод. Прочтение оригинала, его интерпретация с использованием данных мониторинга, с учетом текущей социально-экономической и политической конъюнктуры. Применение аналитического подхода при переводе материалов СМИ как гарант полноценного воспроизведения текста, соблюдения правил информационной безопасности и политкорректности .

Тема 5.2. Основные понятия теории перевода для работника сферы масс-медиа. Использование технологий рерайта при переводе.

Семантическая несоизмеримость слов в разных языках и способы преодоления несоответствий. Выбор подходящего синонима с учетом стилистической окраски слова. Понятие инварианта и вариабельности. Эквивалентная, частично эквивалентная и безэквивалентная лексика. Перевод пословиц и поговорок, фразеологизмов, важность их точной передачи в цитатах политиков, лидеров и важных персон. Перевод собственных имен и топонимов (политкорректность в передаче географических наименований). Различные способы воспроизведения национальной специфики. Конкретное применение технологий рерайта при переводе.

Тема 5.3. Перевод в СМИ текстов на общественно-политическую тематику.

Опасность ошибок в политическом переводе как повод к международным конфликтам (примеры в политике и экономике). Необходимость досконального владения политической терминологией. Основные политические термины и примеры их неточного перевода. Политические тексты и требование максимальной корректности как на лексическом, так и на стилистическом уровне. Предельная важность корректной работы с оригинальной стилистической окраской текста при общественно-политическом переводе, необходимость ее сохранения в ряде случаев и замена на нейтральную лексику с учетом политической конъюнктуры, то есть учет политической направленности оригинала, его стилистической окраски и необходимость в зависимости от источника и прочих факторов его стилистической адаптации. Расчет влияния общественно-политических переводов не только на ответственных лиц и структуры, но и их воздействия на читателя. Максимальная осторожность при работе с текстами общественно-политической тематики в условиях оперативности их подачи.

Тема 5.4. Перевод в СМИ текстов на юридическую тематику, международных договоров и соглашений.

Перевод текстов на юридическую тематику как один из сложнейших видов перевода ввиду специфичности терминологического инструментария и формулировок, сложности синтаксических конструкций, «удаленности» смысла. Важность адекватного и

стилистически грамотного изложения текста на языке перевода, подбор нужных терминов. Повышенная ответственность при переводе текстов на юридическую тему, недопустимость вольного перевода и пропусков фрагментов текста, соблюдение принципа презумпции невиновности. Важность точного перевода юридической документации, международных контрактов и соглашений, законов других стран, судебных документов и постановлений ответственных органов.

Тема 5.5. Перевод в СМИ текстов на экономическую тематику.

Перевод текстов на экономическую тематику как один из сложнейших видов переводческой деятельности, необходимость подробного ознакомления с экономической ситуацией в стране, регионе и мире. Употребление специфических устойчивых выражений, избегание буквальности их перевода. Использование и перевод экономической аббревиатуры, недопустимость появления неологизмов и искусственных, собственных сокращений переводчика. Ответственность и последствия некорректного экономического перевода. Ведь порой события, произошедшие в одном из государств, дают жизнь новому термину, принятому в международном сообществе.

Тема 5.6. Перевод в СМИ официальных документов.

Перевод официальных релизов и документов, поздравлений, телеграмм соболезнования и пр. Перевод стенограмм важных международных, судебных заседаний, протоколов имеющих международное значение совместных пресс-конференций лидеров, политиков и других ответственных персон.

Тема 5.7. Креативность перевода в СМИ и возможные казусы. Требования к переводчику, работающему в медиасфере.

«Чувство языка», креативность и профессиональность переводчика, работающего в СМИ. Возможные казусы и ляпы, способы их избегания. Основные требования к переводчику, работающему в медиасфере, знание журналистских канонов построения текста, соблюдение оперативности и специфической медиалексики, работа в онлайн-режиме.

2.3.3. Краткое содержание семинарских/практических занятий/лабораторного практикума

Практические занятия по дисциплине «Профессионально-творческие студии» предполагают проведение следующих видов работ:

1. *Проверка результатов еженедельного мониторинга* ведущих СМИ и медиаплатформ Армении, России и зарубежья, определение ключевых тем повестки дня средств массовой информации.
2. *Определение ключевых медиакейсов* и разбор основных тенденций.
3. *Устный опрос* по актуальным темам повестки дня СМИ и изученному теоретическому материалу с целью закрепить полученные в ходе лекций знания, выработать способность критически оценивать медиаповестку, проводить четкое различие рекламного, пиар-, пропагандистского и журналистского контента.
4. *Подготовка журналистских материалов разных жанров и форматов* исходя из актуальной повестки дня СМИ с целью подготовить студентов к экзамену по данной дисциплине и практической деятельности на разных медиаплатформах.
5. *Проверка домашних заданий* – обзоров, аналитических докладов, журналистских материалов с целью обеспечить освоение теоретического материала и выработку практических навыков исследовательской и медийной деятельности.

2.3.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Соответствующая количеству студентов аудитория, ноутбук, проектор.

2.4. Модульная структура дисциплины с распределением весов по формам контролей

Формы контролей	Вес формы (форм) текущего контроля в результирующей оценке текущего контроля (по модулям)		Вес формы промежуточного контроля в итоговой оценке промежуточного контроля		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей		Вес итоговой оценки промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей (семестровой оценке)		Веса результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля
	M1 ₁	M2	M1	M2	M1	M2			
Вид учебной работы/контроля	M1 ₁	M2	M1	M2	M1	M2			
Контрольная работа <i>(при наличии)</i>									
Устный опрос <i>(при наличии)</i>	0.5		0.5						
Письменные домашние задания <i>(при наличии)</i>	0.5		0.5						
Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля									0.5
Вес итогового контроля (Экзамен/зачет) в результирующей оценке итогового контроля									0.5
	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$	$\sum = 1$		$\sum = 1$

3. Теоретический блок *(указываются материалы, необходимые для освоения учебной программы дисциплины)*

3.3. Материалы по теоретической части курса

¹ Учебный Модуль

а) Основная

1. Жанры международной журналистики. МГУМО. 1987 г.
2. Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика: Правила и парадоксы. Спб, Изд-во Михайлова В.А., 2002г.
3. Панарин И.Н. Информационная война и геополитика. М, 1999. С. 39.
4. Почепцов Г.Г. Информационные войны.
5. Вороной А.А., Манько П.М. [Сравнительный анализ информационно-аналитических систем для обработки открытых источников информации](#) // Маркетинг и маркетинговые исследования. № 3 (69). 2007.
6. [Дергачев В. А. Геополитика, 2004.](#)
7. [К. Хаусхофер. О геополитике: Работы разных лет](#)
8. Колосов В.А., Мироненко Н.С. Геополитика и политическая география: учебник для студентов вузов. М.: Аспект-Пресс, 2001.
9. [Геополитика и политическая география. Учебник для вузов \(он-лайн в «Мир книг»\).](#)
10. Дугин А. Г. [Основы геополитики](#). М.: Арктогея, 1997.
11. А. Федоров. Основы общей теории перевода. М., 1983.
12. Л. Бархударов. Язык и перевод. М., 1975.
13. [Бархударов Л. С. Язык и перевод](#) // Вопросы общей и частной теории перевода. М., «Междунар. Отношения», 1975
14. И. Левый. Искусство перевода. М., 1974.
15. С. Влахов, С. Флорин. Непереводимое в переводе. М., 1986.
16. К. Чуковский. Высокое искусство (любое издание).
17. Н. Любимов. Перевод – искусство. М., 1972.
18. Перевод – средство взаимного сближения народов. М., 1987.
19. [В. Комиссаров. Эквивалентность перевода при передаче семантики языковых единиц](#) (belpaese2000.narod.ru).

б) Дополнительная

1. <http://fenixsmo.ru/monitoring-SMI.html> – мониторинг СМИ.
2. <http://cios.org/www/comweb.htm> – ресурс, посвященный вопросам коммуникации и журналистики.
3. <http://www.gallup.com> – Институт Гэллага по исследованию общественного мнения.
4. <http://evartist.narod.ru/text3/93.htm> – СМИ и геополитика
5. <http://psyfactor.org/smi.htm> – Роль СМИ в военно-политических конфликтах современности.
6. Джордж Оруэлл. Политика и английский язык
7. Л. Мкртчян. Если бы в Вавилоне были переводчики. Ереван, 1987.
8. П. Топер. Перевод в системе сравнительного литературоведения. М., 2001.

4. Фонды оценочных средств (указываются материалы, необходимые для проверки уровня знаний в соответствии с содержанием учебной программы дисциплины).

4.3. Планы практических и семинарских занятий

Планы практических занятий. Практические занятия по дисциплине делятся на два основных типа, каждый из которых нацелен на освоение теоретического блока и совершенствование журналистских навыков по анализу материалов СМИ и подготовке собственного контента.

План практического занятия Тип 1:

- А. Опрос и проверка рабочих блогов студентов с результатами еженедельного мониторинга.
- Б. Определение ключевых тенденций повестки дня СМИ, разбор и анализ медиакейсов.
- В. Опрос теоретического материала.

План практического занятия Тип 2:

- А. Опрос теоретического материала и анализ материалов СМИ.
- Б. Разбор собственного контента, редактирование и публикация материалов в рабочих блогах или на иных медиаплатформах.
- В. Продвижение собственного медиаконтента в соцсетях.

4.4. Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов

Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов определяются исходя из актуальной повестки дня СМИ и пройденного теоретического материала.

4.5. Перечень экзаменационных вопросов

1. Определение основных коммуникационных и геополитических реалий в мире и регионе на текущий момент.
2. Ключевые темы медиапространства в текущий момент.
3. Связь журналистики с политическими, экономическими, правовыми и культурными развитиями, с достижениями и проблемами в сфере науки и техники.
4. Национальная специфика СМИ региона, их подчинение сложившейся политико-экономической ситуации.
5. Поиск информации как основная часть деятельности работника СМИ, как фундаментальная задача и творческий процесс.
6. Способы поиска информации с использованием современных технологий.

7. Опасности при поиске информации.
8. Пространственно-временные, обстоятельственные факторы в определении характера информационно-аналитического материала и медиа-ресурса.
9. Источник информации, технологии по определению степени достоверности передаваемых сведений («желтизна»), ангажированности и независимости СМИ.
10. Основные фазы мониторинга.
11. Предмет мониторинга.
12. Сохранение найденного материала, необходимость принтскринов.
13. Фильтрация и систематизация данных.
14. Обработка и дальнейший анализ собранных данных.
15. Инструменты мониторинга (роль интернет-поисковиков и специализированных баз СМИ).
16. Мониторинг как процесс наблюдения и регистрации данных, их состояния и изменений.
17. Мониторинг как процесс систематического или непрерывного сбора информации, его цель с точки зрения изучения характера и эволюции медиа.
18. Мониторинг как способ и средство обработки информации, практические и материальные плюсы.
19. Мониторинг как средство изучения степени рекламных и PR-компонентов (в том числе агитационно-пропагандистского характера) в продукте СМИ.
20. Мониторинг – возможность верного составления «портрета» СМИ и оценки общественного резонанса.
21. Мониторинг как источник информации и как процесс отслеживания продуктов СМИ по заданной тематике.
22. Написание материалов на базе данных, полученных в ходе мониторинга.
23. Мониторинг как инструмент обратной связи, преимущества и практическая выгода.
24. Мониторинг как средство выработки политики информационного продукта и ресурса, выработки курса действий на будущее.
25. Поиск, мониторинг и отбор информационных материалов как взаимосвязанный процесс.
26. Выработка навыков и умения отыскать в информационном потоке исключительно нужные сведения, фактов, данных и идей.
27. Различение первичной («чистой») и вторичной информации.
28. Технологии быстрого отслеживания потока информации и рационального отбора необходимых материалов.
29. Технологии оперативного и полноценного извлечения из отобранного материала нужной информации.
30. Информационные войны, их цели и задачи. Применение информационного оружия (Теория Р. Шафрански). СМИ как активные участники информационных войн и вооруженных конфликтов.
31. Понятия «информационная война», «медиа-агрессия», «информационная безопасность».
32. Связь масс-медиа с конфликтными ситуациями и с вооруженными конфликтами. Влияние войны на информационную сферу и журналистику, обратная связь на макро- и микроуровне.
33. Масс-медиа – перспективная мишень для «революционеров XXI века» (Теория Г. Маркузе). Высокотехнологический терроризм новой эпохи, роль масс-медиа и соцсетей.

34. Вопрос информационной безопасности, причины его актуализации и приобретения в последнее время ключевого значения. Связь информационной безопасности с национальной, государственной, региональной безопасностью и т.д. Мнения экспертов.
35. Опасность информационной войны в контексте государственно-национальной, региональной безопасности. Информационно-пропагандистские «наживки» в материалах СМИ.
36. Невидимое воздействие или воздействие, облеченное в доброжелательную форму.
37. Опасности замаскированного в медиапродукте агрессивно-разрушающего посыла.
38. Понятие «рерайта» и его роль для современных СМИ.
39. Причины и факторы популяризации технологий рерайта в современных медиа.
40. Отличия рерайта и копирайтинга. Рерайт как поле деятельности опытного журналиста и редактора.
41. Рерайт как методика ускорения подготовки материалов.
42. Рерайт как методика компиляции разрозненных данных в цельный тематический обзор.
43. Рерайт как метод придания тексту новой либо иной идеологической или стилистической окраски.
44. Рерайт как метод адаптации специальной информации для широкой читательской аудитории.
45. Практическая выгода и преимущества рерайта.
46. Оптимизационный рерайт как способ повышения рейтинга СМИ.
47. Рерайт как способ получения и передачи информации без пропагандистской «наживки».
48. Рерайт как ключевой метод обеспечения информационной безопасности.
49. Технологии рерайта.
50. Рерайтер как автор и как редактор.
51. Отличие технического и полного рерайта.
52. Рерайт из одного источника и рерайт-компилирование из нескольких источников.
53. Использование интернет-поисковиков и агрегаторов новостей.
54. Роль и значение грамотно подобранных и сохраненных тэгов и ключей.
55. Методика проверки качества грамотно сделанного рерайта.
56. Основное содержание термина «геополитика» на современном этапе развития науки. Объект и предмет геополитики, их содержание и суть. Общий обзор существующих концепций и школ.
57. Основные проблемы геополитики и геоэкономики для стран Южного Кавказа, международные отношения и региональная проблематика. Глобализация информации.
58. Информационная геополитика. СМИ как мощное средство информационного воздействия на политическую элиту и общественность.
59. Роль СМИ в реализации геополитических задач.
60. Стратегическая важность знания геополитических процессов для работника в сфере массовой информации.
61. Осведомленность журналиста в области геополитических развитий как гарант информационной и государственной безопасности.
62. Геополитика как доминантный фактор определения направленности и контента масс-медиа.
63. Зависимость СМИ от общественно-географических, военно-политических и экономических развитий.

64. Возможности и опасность использования СМИ в региональных геополитических конфликтах.
65. СМИ в государствах с различными правовыми системами, влияние данного фактора на содержание и стиль подачи материалов.
66. Учет особенностей политико-правовой системы государства при работе с информационным продуктом, сохранение политкорректности.
67. Роль, значение и распространенность переводов в современных СМИ.
68. Информационная «подкованность» и фоновые знания работника медиасферы при переводе материалов.
69. Роль политико-исторического, геополитического контекста и его влияние на перевод.
70. Прочтение оригинала, его интерпретация с использованием данных мониторинга, с учетом текущей социально-экономической и политической конъюнктуры.
71. Применение аналитического подхода при переводе материалов СМИ как гарант полноценного воспроизведения текста, соблюдения правил информационной безопасности и политкорректности.
72. Применение технологий рерайта при переводе материалов СМИ.
73. Семантическая несоизмеримость слов в разных языках и способы преодоления несоответствий. Выбор подходящего синонима с учетом стилистической окраски слова.
74. Понятие инварианта и вариабельности. Эквивалентная, частично эквивалентная и безэквивалентная лексика.
75. Перевод пословиц и поговорок, фразеологизмов, важность их точной передачи в цитатах политиков, лидеров и важных персон.
76. Перевод собственных имен и топонимов (политкорректность в передаче географических наименований).
77. Способы воспроизведения национальной специфики.
78. Опасность ошибок в политическом переводе как повод к международным конфликтам (примеры в политике и экономике).
79. Необходимость досконального владения политической терминологией. Основные политические термины и примеры их неточного перевода.
80. Политические тексты и требование максимальной корректности как на лексическом, так и на стилистическом уровне.
81. Способы корректной работы с оригинальной стилистической окраской текста при общественно-политическом переводе, необходимость ее сохранения в ряде случаев и случаи замены на нейтральную лексику.
82. Учет политической конъюнктуры и направленности оригинала, его стилистической окраски. Условия, диктующие необходимость стилистической адаптации.
83. Расчет влияния общественно-политических переводов не только на ответственных лиц и структуры, но и их воздействия на читателя.
84. Максимальная осторожность при работе с текстами общественно-политической тематики в условиях оперативности их подачи.
85. Перевод текстов на юридическую тематику как один из сложнейших видов перевода, подбор нужных терминов и повышенная ответственность.
86. Перевод текстов на экономическую тематику и последствия некорректного экономического перевода.
87. Перевод официальных документов и стенограмм важных международных заседаний, совместных пресс-конференций ответственных лиц.

4.6. Образец экзаменационных билетов

ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ
Институт: Медиа, Рекламы и Кино

Кафедра Журналистики

Дисциплина: Профессионально-творческие студии войн

Билет № 1

1. Инструменты мониторинга (роль интернет-поисковиков и специализированных баз СМИ).
2. Стратегическая важность знания геополитических процессов для работника в сфере массовой информации.
3. Опасность ошибок в политическом переводе как повод к международным конфликтам (примеры в политике и экономике).

Зав.кафедрой журналистики

5. Методический блок

5.3. Методика преподавания

5.3.3. Методические рекомендации для студентов по подготовке к семинарским, практическим или лабораторным занятиям, по организации самостоятельной работы студентов при изучении конкретной дисциплины.

Учебный процесс по данному курсу осуществляется в форме практических занятий, лабораторных работ не предусмотрено. Для студентов с целью максимально эффективного освоения дисциплины предлагаются следующие методики:

- использование рекомендованной учебной и учебно-методической литературы;
- освоение технологий проведения медиамониторинга (определение хронометража, тэгов, поискового инструментария и др.);
- использование возможностей медиаагрегаторов, поисковых агрегаторов, искусственного интеллекта, баз данных и пр.;
- использование риторических приемов, навыков операторского искусства и монтажа, фото- и видеосъемок;
- применение методов опросов, анкетирования и интервьюирования;
- использование SMM-инструментария.

