

**ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)
УНИВЕРСИТЕТ**

Составлен в соответствии с
государственными требованиями к
минимуму содержания и уровню
подготовки выпускников по
указанным направлениям и
Положением «Об УМКД РАУ».



Институт Медиа, Рекламы и Кино_____

Название факультета

Кафедра: Журналистики

Название кафедры

Автор(ы): к.флг.н., доц. Алесян Марина Васильевна

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

**Дисциплина: Б1.О.15 Проф.-творческие студии (Обработка,
редайт и перевод материалов в СМИ с учетом политической
конъюнктуры)**

Код и название дисциплины согласно учебному плану

для бакалавра

Направление: 42.03.02 журналистика

Название направления по ОККО

ЕРЕВАН

Аннотация.

В системе подготовки журналистских кадров и политологов, работающих в медиасфере, предмет «Обработка, рерайт и перевод материалов в СМИ с учетом политической конъюнктуры» 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.

Цели и задачи дисциплины.

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.

Цель дисциплины – в итоге 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.

Требования к исходным уровням знаний и умений студентов для прохождения дисциплины.

Студент должен знать:

– два и более языков, иметь достаточный информационно-культурный багаж, общие знания в сфере политической и общественно-культурной жизни.

– степень влияния идеологии, политики и экономики на организационные и творческие аспекты работы представителя СМИ.

Студент должен уметь: систематизировать и анализировать основные модели и технологии деятельности средств массовой информации, их взаимодействие с различными социальными институтами, государством, политико-идеологическими силами, законодательно-правовыми структурами и церковью, а также грамотно оперировать имеющимися знаниями и использовать их в освоении нового материала при прохождении курса и в практической работе.

Изучение дисциплины «Обработка, рерайт и перевод материалов в СМИ с учетом политической конъюнктуры», помимо лекций, предполагает написание контрольных работ, семинары, практические занятия, написание эссе и рефератов.

Объем дисциплины и виды учебной работы по рабочему учебному плану

Виды занятий	Всего часов	Количество часов по семестрам							
		— сем.	— сем.	— сем.	— сем.	— сем.	—6 сем.	—7 сем.	— сем.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:								72	
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:								36	
1.1.1. Лекции								36	
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.									

1.1.2.1. Обсуждение прикладных проектов									
1.1.2.2. Кейсы									
1.1.2.3. Деловые игры, тренинги									
1.1.3. Семинары									
1.1.4. Лабораторные работы									
1.1.5. Другие виды аудиторных занятий									
1.2. Самостоятельная работа								36	
2. Консультации (Контроль)									
3. Письменные домашние задания									
4. Контрольные работы									
5. Курсовые работы									
6. Эссе и рефераты									
7. Расчетно-графические работы									
8. Другие методы и формы занятий **									
9. Форма текущего контроля (указать)*									
10. Форма промежуточного контроля (Устный опрос)*									
11. Форма итогового контроля:									зачет

4. Содержание дисциплины:

4.1. Тематический план (Разделы дисциплины и виды занятий) по учебному плану:

Раздел дисциплины и темы	Всего, часов 36 (34+2 на итог. контр.)	Лекции, час.	Практические занятия, час.	Семинары, час.	Контрольные работы, час.
1	2	3	4	5	6
Раздел 1. Поиск, мониторинг и обработка.	8	8			
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.	8	8				
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.	6	6				
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.	6	6				
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.	8	8				
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	36	36				

4.2. Содержание разделов и тем дисциплины:

Введение

Обозначение целей и задач изучения дисциплины «Обработка, рерайт и перевод материалов в СМИ с учетом политической конъюнктуры», 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 медиапространства.

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 левых 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»), част «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 медиaproдуктов.

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 варибельности. 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.

Приложение 6.

Теоретический блок

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1. Рекомендуемая литература

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 Гэллапа 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.

Курс лекций

Одна лекция

Лекция на тему: Понятие и типы «рерайта», его роль для современных СМИ.

Термин «рерайт», произошедший от английского «rewrite», что в переводе означает «переписать», «переделать», «переработать», – понятие в целом не новое, получившее широкое распространение с развитием Интернета и электронных СМИ. Термин имеет т.н. «техническое» происхождение, так как заимствован из физико-технических наук. В математических науках (например, в математической логике) компьютерных технологиях термин охватывает широкий спектр методов замещения одних членов (элементов) формулы другими. Рерайтинговые системы, также известные как редукционные системы, в наиболее распространенных формах представляют собой компьютерные программы или языки программирования несколько декларативного характера.

Зачастую понятие «рерайтинга» используется не совсем точно, как синонимичное простому переписыванию. Но занимающийся рерайтингом профессионал не переписывает материала полностью. Чаще всего рерайт выполняет опытный репортер, умеющий быстро написать заметку или статью на основе материалов, получаемых им от репортеров с места события. Раньше такая методика применялась в целях ускорения подготовки материала, но

сейчас, благодаря современной технике (репортер может легко связаться непосредственно с редакцией и передать материал), эта технология значительно меняется, точно так же, как меняется ее содержание и цели.

Методом рерайта можно придать тексту иную идеологическую или стилистическую окраску, адаптировать узкоспециальное изложение проблемы для широкой читательской аудитории, скомпилировать отдельные разрозненные данные в цельный тематический обзор. Оперативность подачи материалов в интернет-журналистике измеряется не часами или сутками, а минутами, поэтому большинство текстов, публикуемых в новостных лентах информационных сайтов, является отчасти переводами, отчасти рерайтом.

Большую роль в развитии рерайта сыграли поисковые системы, учитывающие уникальность публикуемых на сайтах текстов при ранжировании результатов запроса. Многие сайты в своем контенте используют копирайтинг либо рерайт уже имеющихся в сети материалов. Для того, чтобы поисковик воспринимал текст как уникальный, достаточно заменить синонимами примерно каждое третье-четвертое слово. Такая переработка называется *техническим рерайтом*. Если же текст должен восприниматься в качестве уникального и людьми, к нему применяется *полный рерайт*, то есть кардинальная переработка имеющегося материала с сохранением ключевых идей. Ранее в науке о редактировании первое именовалось правкой-обработкой, а последнее – правкой-переделкой.

Практическая выгода рерайта прежде всего в том, что он является замечательным средством сэкономить время и средства (например, не надо платить за «эксклюзив»). Кроме того, чужие тексты нередко переделываются и в рамках оптимизации сайта, то есть насыщаются ключевыми словами и ключевыми фразами. Этот подвид технического рерайта называется *оптимизационным рерайтом*.

Рерайт – технология, позволяющая создать свой уникальный журналистский материал на основе чужого текста, который используется в качестве информационного повода.

Законы, которым подчиняется работа рерайтера, во многом схожи с работой редактора. Разница, в первую очередь в том, что рерайтер выступает в большей степени как автор, а не как редактор.

Первое, с чего следует начать при осуществлении рерайта, – это подбор исходного материала. Для этого существуют поисковые порталы и конкретные способы формулировки

запросов, а также грамотный мониторинг медаполя. Желательно, чтобы исходник находился в рамках заявленной темы, а по размеру примерно соответствовал объему требуемого текста либо был немного больше него. Есть другой вариант – компилирование текста из нескольких источников, но это требует большего профессионализма, а зачастую – и большего времени. Подобранный исходный текст нужно прочитать глазами не рерайтера, а редактора, особенно если тема, с которой работают, является малознакомой. При этом набрасывается композиция нового текста, определяется его стилистика, проверяется правильность употребления специальных терминов.

После этого, образно говоря, следует уничтожить структуру читаемого текста, попутно убрав первый и последний абзацы, а оставшиеся перетасовать в соответствии с той структурой, которую наметили для конечного результата.

Затем приступают собственно к рерайту. В идеале каждый абзац нужно пересказать своими словами. В школе уроки рерайта называются словом «изложение». Здесь хороши все средства. Длинные фразы разбиваются на короткие, короткие объединяются в длинные, употребляемые автором исходника слова заменяются синонимами... Главное, не выпадать из темы и логики. Единственное, чего не следует менять, это ключевые слова и словосочетания – тэги. Если рерайтер желает, чтобы его текст помогал его сайту появляться на первых местах поисковой выдачи по запросу (а это одна из основных целей вообще), то, например, словосочетание «организация свадеб» в новосозданном тексте и должно присутствовать: никакие изменения вроде «подготовки бракосочетаний» и т.п. здесь не допустимы.

Критически пробежав глазами получившийся материал, рерайтер самостоятельно дописывает к нему вступительный и заключительный абзацы, затем вычитывает текст на предмет стилистической грамотности и наличия грамматических ошибок. Заодно следует проверить еще одну важную вещь – в качественно исполненном рерайте не должно встречаться более трех подряд идущих слов, соответствующих оригиналу.

Кстати, рерайт применяется не только в работе с журналистским или оптимизаторским текстом. Люди наблюдательные без труда уловят признаки переделки во многих произведениях современного кинематографа и в целом ряде литературных произведений.

(Приведение примеров различных типов рерайта на актуальном материале СМИ, разбор и анализ для дальнейшего закрепления материала на практике).

Блок ОДС и КИМ

Перечень вопросов итогового контроля

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 дико или 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 разработок 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 разработок.
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 варибельности. 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.
88. Креативность перевода в СМИ и возможные казусы. Требования к переводчику, работающему в медиасфере.

Образец билета итогового контроля:

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).

