

Копирайтинг и редактирование: точки пересечения

Научный руководитель – Иншакова Наталия Григорьевна

Иванникова Ирина Дмитриевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: iri.r.03@mail.ru

Редактирование как вид деятельности, предполагающий оценку рукописей, их совершенствование в литературном и научном отношении, с учетом общественно значимых характеристик возникло еще в XV веке одновременно с появлением книгопечатания. Очевидно, что сам термин неоднократно обсуждался и именно в таком значении зафиксирован и академической наукой, и в нормативных источниках. Содержание понятия за несколько веков не изменилось, но редакторская практика претерпела серьезные изменения.

Феномен синтеза и конвергенции социально-профессиональных компетенций, а также появление сетевых медиа привели к востребованности полипрофессиональных специалистов, в связи с чем о редактировании стали говорить как о деятельности, которая включает в себя создание и оптимизацию текста с учетом читательских потребностей, подготовку «захватывающих» текстов, представляет собой некое писательско-редакторское ремесло. При этом по отношению к создателю текста применяют термины «автор», «исполнитель», «копирайтер», «редактор», нередко комбинируя эти названия в самых разных вариантах.

При этом сам термин «копирайтер» для обозначения деятельности по созданию рекламных и других маркетинговых текстов появился в российской медиасистеме гораздо позже, в период перестройки, когда в России стала активно развиваться реклама. Однако если при внедрении термина в отечественную профессиональную лексику он был жестко привязан исключительно к маркетинговой сфере, то уже в XXI веке копирайтерами стали называть всех, кто создает тексты. Постепенно понятие стало синонимом традиционных обозначений разных категорий авторов. А поскольку в новых условиях производства контента в медиа редактору стало необходимо выполнять и авторские функции, копирайтинг естественным образом перешел в должностные обязанности редактора. Доказательством такого положения вещей служат запросы на эйчаровских сайтах, на которых работодатели объявляют вакансии «редактор-копирайтер».

Функциональное пересечение профессий, а также отсутствие полного и четкого осмысления сходства и различий в понятиях «копирайтер» и «редактор» мешают, на наш взгляд, практике. А эти различия существенны и заключаются в первую очередь в цели и методах работы с текстом: если в компетенции редактора входит совершенствование содержания и формы уже написанного произведения, то копирайтер создает этот текст, он выступает в роли автора. При этом оба вида деятельности направлены на создание качественного текста, соответствующего потребностям целевой аудитории.

Источники и литература

- 1) Текст в современном копирайтинге. Сб. статей. URL: <https://www.journ.msu.ru/upload/iblock/665/66588092395f11308825e45974f50e8f.pdf> (дата обращения: 25.02.2025)
- 2) Назайкин А. Н. Эффективный рекламный текст в СМИ. URL: <https://www.rulit.me/books/effektivnyj-reklamnyj-tekst-v-smi-read-260366-1.html> (дата обращения: 25.02.2025)

- 3) 3. Репьев А. Копирайтинг: исторический очерк.: URL: <http://www.repiev.ru/articles/Copywriting-History.htm> (дата обращения: 25.02.2025)
- 4) 4. Мильчин А. Э. Методика редактирования текста: учебник. М.: Логос, 2005. URL: <http://genling.ru/books/item/f00/s00/z00000026/index.shtml> (дата обращения: 25.02.2025)