

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ РЕДАКТОРА В СФЕРЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Редактирование контента – важный этап подготовки текста перед публикацией. Его главной задачей выступает адаптация под целевую аудиторию. При этом важно обратить внимание на устранение всех ошибок и неточностей. Этот процесс предусматривает непосредственную проверку контента на предмет легкости и простоты восприятия, соответствия фактам и др.

Цель данной работы заключается в определении задач и обосновании важности работы редактора, специализирующегося на текстах в сети Интернет.

В целом редактирование текста преследует такие задачи, как исправление ошибок и неточностей, трансформацию контента под целевую аудиторию, проверку соответствия текста «tone of voice» компании, адаптацию под требования SEO.

На этапе редактирования текст может существенно измениться. Все потому, что редактирование подразумевает не только исправление ошибок и неточностей. Это также проверка:

- стиля и «tone of voice» – соответствует ли текст тону и характеру бренда заказчика;
- логики и структуры – насколько ясно и последовательно изложены в тексте мысли или аргументы;
- содержания и цели – насколько полезен и актуален текст для аудитории и достижения поставленной цели;
- визуальных составляющих – просмотр изображений, фото, рисунков, видео на предмет соответствия теме контента;
- ссылок – насколько полезны в тексте и работают ли они;
- поисковой оптимизации – чтобы контент попадал в топы поисковой выдачи, необходимо проверять такие показатели, как «уникальность», «заспамленность», «вода» и т. д.

Проверить текст на соответствие всем вышеуказанным критериям очень сложно. Большинство редакторов используют собственные правила, к которым пришли опытным путем, или применяют уже готовые практики известных экспертов [1].

Обратим внимание, что вопросы контент-редактирования и диверсификации работы редактора с развитием интернета имеет не толь-

ко практическое, маркетинговое рассмотрение, но и достаточно широкую научно-исследовательскую базу.

Фролова В. И. в статье «О меняющейся роли редактора в эпоху обновления интернет-коммуникации» [2] рассмотрела специфику деятельности редактора в интернет-, мультимедийной и конвергентной редакциях, в социальных сетях. Тему SMM с точки зрения редактирования, работы с текстом исследовал, например, Устинов В. В. в статье «SMM-копирайтинг в журналистской деятельности» [3]. В ней он говорит о том, какой SMM-стратегии придерживаются многие издания при написании текстов. В диссертации «Гендерно-ориентированные аккаунты в коммуникативном пространстве дискурса социальных сетей Facebook и Instagram» [4] Илмаз-Леденева Т. О. поднимает вопрос необходимости редактора для регулирования работы группы и отмечает функции и задачи человека на этой должности в социальных сетях.

Поскольку тема SMM и редактирования в социальных сетях рассматривается не только на уровне статей, но и уже на более высоком – в диссертациях, – можно утверждать, что это не абсолютно новое направление и, неоспоримо, актуальное.

Таким образом, отметим, что в задачи редактора в сфере интернет-маркетинга входит не только привычное исправление грамматических, орфографических и пунктуационных ошибок, анализ структуры текстов. Ему также необходимо знать о поисковой оптимизации, уметь адаптировать текст в соответствии с целями и брендом компании и готовить продающие тексты. В настоящее время эти вопросы получают обширную как практическую, так и теоретическую базу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Как правильно редактировать контент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://internationalwealth.info/copywriting/redaktirovanie-kontenta-kak-povysit-prodazhi-s-pomoshhju-teksta/>. – Дата доступа: 16.03.2023.

2. Фролова, В. И. О меняющейся роли редактора в эпоху обновления интернет-коммуникации / В. И. Фролова // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2015. – № 4. – С. 56–61.

3. Устинов, В. В. SMM-копирайтинг в журналистской деятельности / В. В. Устинов // Медиасреда. – 2017. – № 12. – С. 276–281.

4. Илмаз-Леденева, Т. О. Гендерно-ориентированные аккаунты в коммуникативном пространстве дискурса социальных сетей Facebook и Instagram: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т. О. Илмаз-Леденева; ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет». – Краснодар, 2021. – 29 с.