

УДК 659

Т. В. Белоусова,

филологический факультет,

Омский государственный педагогический университет

Научный руководитель: д-р филол. наук, доц. Н. Д. Федяева

Методические основы подготовки рерайтера и копирайтера

В статье осмысляются результаты теоретического описания профессий копирайтера и рерайтера, предлагается алгоритм построения курса копирайтинга и рерайтинга для школьников.

Ключевые слова: копирайтинг, рерайтинг, фриланс, обучение, методика.

В XXI в. широкое распространение получают профессии, позволяющие работать удаленно. В связи с этим возникает необходимость глубокого осмысления, а также поиска эффективных путей обучения каждой из них. Сказанное актуально и для рерайтинга, и для копирайтинга — востребованных сегодня профессий, предполагающих работу по созданию текста.

Ключевые особенности копирайтинга, тенденции его развития и особенности его освоения получили освещение в трудах специалистов. Так, К. Иванова отмечает, что «копирайтинг устанавливает и поддерживает взаимовыгодные отношения между организацией и отдельными группами общественности» [3, с. 6]. Дж. Валладарес утверждает, что для успешной работы копирайтеру необходимо обладать хорошим воображением, любить письменное слово, много читать и хорошо владеть языком: «Чтобы стать хорошим копирайтером, нужно быть немного писателем и художником, актером и психологом, лингвистом и продавцом»; «Копирайтер должен обладать двумя качествами: хорошо владеть языком; обладать воображением» [2, с. 9]. Т. Асланов говорит о том, что копирайтеру нужно уметь в первую очередь ориентироваться на целевую аудиторию своего текста: делать главным героем текста ее, а не себя, и решать ее проблемы и боли вместо того, чтобы в тексте хвалить самого себя. «Не надо себя нахваливать, не надо хвастаться регалиями. Надо ответить на простой вопрос покупателя: почему он должен покупать именно у вас. И в ответе вы должны говорить не о себе, а о нем. Какие свои проблемы он решит, обратившись к вам? Почему ему будет классно и здорово, если он станет вашим клиентом?» [1, с. 91] М. Ильяхов перечисляет приемы работы с текстом и считает, что копирайтеру следует всегда быть честным с читателем, делать акцент на пользе для других [4, с. 5–10]. А. Колесников

упоминает особое направление копирайтинга — политический спичрайтинг. Он отмечает снижение роли современных спичрайтеров в настоящее время в сравнении с XX в. и сходство спичрайтинга с написанием редакторских статей: «Спичрайтеры уже не руководят страной», «...немного напоминает написание неподписанных редакционных статей в газетах...» [5] Н. Майорова раскрывает понятия нейро- и метакопирайтинга, а также утверждает, что хороший копирайтер может влиять на подсознание читательской аудитории и умеет воздействовать на мышление и поступки человека с помощью грамотно подобранных слов и особым образом сформулированных мыслей. «Нейрокопирайтинг — способ мышления копирайтера, основанный на психолингвистике. Особая организация написания текста позволяет повысить его читабельность, восприятие и запоминаемость» [6, с. 3]. Можно утверждать, что профессия копирайтинг осмыслена в достаточной степени для того, чтобы выделять частные разновидности копирайтинга в зависимости от сферы текста, представлять образ идеального копирайтера, выявлять механизмы влияния копирайтера на читателя.

Рерайтинг реже становится объектом внимания, однако мы также можем говорить о его видах (Е.-М. Якобс [8]) и значении (М. Дюзи [7]).

Теоретическое освещение деятельности копирайтера и рерайтера важно, однако для освоения соответствующих профессий недостаточно — возникает вопрос о методике преподавания. Наша цель — представить некоторый алгоритм, который может служить основой системы занятий, направленных на обучение основам копирайтинга и рерайтинга. Предлагаемый алгоритм разработан для школьников старших классов, находящихся в поиске своего профессионального пути.

Первое занятие по копирайтингу и рерайтингу необходимо начинать с мотивации школьников

и их психологической поддержки. Причиной этому служит то, что, несмотря на растущую востребованность удаленных способов заработка с помощью интернета в целом и написания текстов на заказ в частности, у людей до сих пор остаются сомнения по поводу того, можно ли доверять такой деятельности.

Следующим этапом в обучении станет тестирование учащихся с целью выявления их слабых и сильных сторон, которые могут проявляться при написании текстов. Преимущества впоследствии необходимо будет развивать — над слабостями же придется работать, укрепляя знаниевую основу и развивая умения и навыки, которые помогут школьникам преодолеть препятствия в освоении нового дела.

Когда основная теоретическая база сформирована, нужно выбрать темы, с которыми учащимся будет комфортно работать. Для этого преподаватель может предложить им ответить на вопросы, которые помогут детям определиться с выбором и занять свою тематическую «нишу». Необходимо научить детей определять целевую аудиторию, для которой они будут писать тексты, по таким характеристикам, как пол, возраст, место жительства, род занятий и т. д.

Ключевой метод обучения копирайтингу и рерайтингу — практика. Учащимся нужно писать как можно больше: сочинений, изложений, постов на заданные темы. Начать практику можно с пробного текста и определения писательских особенностей учеников.

Одними из главных упражнений по курсу будут сочинения и изложения. Писать их можно как по классическим методикам, так и используя технику «снежинка»: сначала придумать три клю-

чевых предложения (введение, основная часть, заключение), а затем дополнять и расширять текст до необходимого размера и смысловой наполненности.

При работе над продающими текстами будет полезно использовать технику замены устоявшихся рекламных лозунгов на авторские яркие формулировки либо на фразы, которыми описывают рекламируемые явления сами покупатели. Выработанный впоследствии этого навык поможет учащимся создавать тексты, более близкие по духу к целевой аудитории.

При редактировании написанного полезно применять технику чтения вслух: становятся заметнее фрагменты, требующие правки. Также можно отдавать текст на прочтение соседу по парте, после чего задавать ему ряд определенных вопросов, которые также помогут выявить шероховатости в написанном.

Последним этапом будут упражнения, на которых учащиеся отрабатывают навыки общения с разными типами заказчиков. Ученики разбиваются на пары, где один играет роль копирайтера либо рерайтера, а второй — заказчика с определенным характером. Учащийся должен простроить свою коммуникацию так, чтобы достичь компромисса и обеспечить обоим плодотворное сотрудничество. После этого учащиеся меняются ролями, «характер» заказчика меняется, и они начинают коммуникацию снова, отрабатывая наиболее эффективные приемы в общении.

Разработанный алгоритм может быть компонентом системы методических рекомендаций для преподавателей, в которые, помимо прочего, войдут и практические упражнения для учеников курса «Копирайтинг и рерайтинг для начинающих».

1. *Асланов Т.* Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов. — М. : Питер, 2016. — 176 с.

2. *Валладарес Дж. А.* Ремесло копирайтинга. — СПб. : Питер, 2005. — 270 с.

3. *Иванова К. А.* Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. — СПб. : Питер, 2006. — 157 с.

4. *Ильяхов М., Сарычева Л.* Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 440 с.

5. *Колесников А.* Спичрайтеры // Апология. — 2006. — № 9. — URL: http://www.intelros.ru/2007/04/16/andrejj_kolesnikov_spichrajtery.html (дата обращения: 20.03.2021).

6. *Майорова Н.* Нейрокопирайтинг. То, что вы не читали про тексты. — М. : Издательские решения, 2017. — 50 с.

7. *Deuze M.* Understanding journalism as newswork: how it changes, and how it remains the same // Westminster papers in communication and culture. — 2008. — Vol. 5 (2). — P. 4–23.

8. *Jakobs E.-M.* Reproductive writing — writing from sources // Journal of Pragmatics. — 2003. — Vol. 35 (6). — P. 893–906.