

Література

1. Апресян В. Ю., Апресян Ю. Д. Метафора в семантическом представлении эмоций. *Вопросы языкознания*. 1993. № 3. С. 27–35.
2. Зайцева М. О. Актуалізація концепту здивування (на прикладі творів С. Моема). *Науковий Часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 9: Сучасні тенденції розвитку мов*. 2015. Вип. 12. С. 63–72.
3. Камалова А., Берестнев Г. Эмоции как предмет лингвистического изучения (на материале русского языка). *Przegląd Wschodnioeuropejski*. 2019. X/2. С. 349–360.
4. Красавский Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. Волгоград: Перемена, 2001. 412 с.
5. Краснобаева-Чорна Ж. Психофізіологічний патерн емоції відрази у фраземіці. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія*. Ужгород : ПП Данило С. І., 2020. Вип. 1 (43). С. 159–162.
6. Літінська О. Ю., Паленга В. І. Концепт «гнів» в лінгвістичних та психологічних дослідженнях. *Young Scientist*. 2018. №12 (64). С. 139–142.
7. Ристић С. Концепт емоције ‘стида’ у српском језику. *Когнитивно лингвистичка проучавања српског језика* / Предраг Пипер (уредник). Београд, 2006. С. 261–281.
8. Шамаева Ю. Ю. Методологічні засади дослідження вербалізованих концептів емоцій. *Вісник Житомирського державного університету*. Вип. 56. Філологічні науки. 2011. С. 187–191.
9. Шаховский В. И. Эмоциональная/эмотивная компетенция в межкультурной коммуникации (есть ли неэмоциональные концепты?). *Аксиологическая лингвистика: проблемы изучения культурных концептов и этносознания*. Волгоград, 2002. С. 3–10.

УДК 659.123:[378.011.3-057.175:81'33

КОПРАЙТИНГ ЯК ВИД ФАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИКЛАДНИХ ЛІНГВІСТІВ

В. П. Пилипак

У контексті вимог сучасного суспільства до майбутніх фахівців: мати хоча б мінімальний досвід роботи з фаху, практичні вміння, володіти сучасними знаннями – актуальним стає наповнення освітньо-професійних програм вищої школи курсами та дисциплінами, що мають практичний характер, впроваджують затребувані на сучасному ринку праці знання та навички.

Для прикладних лінгвістів такою дисципліною практичного характеру є курс «Прикладна лінгвістика (практикум з копірайтингу та рерайтингу)», специфіка та змістове наповнення якого відповідає як цілям навчання, зазначеним в освітньо-професійній програмі «Прикладна лінгвістика» ступеня вищої освіти «Бакалавр», так і запитам сучасного суспільства, прагненням самих студентів здобути навички та вміння, що на основі теоретичних та прикладних лінгвістичних знань, здобутих в університеті, забезпечать їхнє працевлаштування. До того ж, фах копірайтера чи рерайтера дає можливість знайти роботу не лише офлайн, але й дистанційно – віддалено, а також мати співпрацю з декількома роботодавцями (PR- чи рекламними агентствами, мережами торговельних підприємств, корпорацій тощо, діяльність чи продукція яких потребує просування в рекламних, комерційних текстах).

Відповідно до мети підготовки філологів-прикладників формувати компетентності у діяльності, «пов'язаній з аналізом, творенням, перетворенням і оцінюванням письмових та усних текстів різних жанрів і стилів (з прикладною, аналітичною та науково-дослідною метою), організацією успішної комунікації різними мовами, застосуванням комп'ютерних технологій для розв'язання лінгвістичних завдань, проектуванням лінгвістичних програмних продуктів» [3, с. 4] специфіка копірайтерської діяльності є практичним застосуванням знань і навичок, здобутих на заняттях з курсу «Прикладна лінгвістика (практикум з копірайтингу та рерайтингу)».

Особливістю підготовки прикладних лінгвістів також є міждисциплінарність, поєднання підготовки одночасно в галузі лінгвістики та інформаційних технологій. Ця специфіка, в свою чергу, зумовлює можливість реалізації майбутніх фахівців в різноманітних онлайн-професіях, пов'язаних із застосуванням інформаційних технологій.

Спеціалізації тих, хто працює зі словом у сучасному інтернет-просторі, – це неймери, рекламісти, копірайтери, рерайтери, PR- і SMM-фахівців, SEO-менеджери, блогери, навіть журналісти, UX-копірайтери та інші [1, с. 20]. Наприклад, UX-копірайтер – новий напрям в Україні, але вже знайомий європейцям і американцям. Зокрема, можна зустріти подібні вакансії від Uber, Bloomberg, Google та інших відомих компаній. Такий спеціаліст спільно з дизайнером працює над інтерфейсами, тобто відповідає за текстове оформлення спливаючих підказок, кнопок, електронних форм та іншого – усього, з чим клієнт стикається, потрапляючи на ресурс.

Серед знань і навичок, необхідних для роботи копірайтера виділяють такі:

1. Володіння мовою. Сюди входить не тільки грамотність, а й розуміння стилістики, законів синтаксису.

2. Уміння писати лаконічні, але захопливі тексти: «справжнє мистецтво копірайтингу – розповідати цілі історії в декількох реченнях».

3. Високий емоційний інтелект. Кожен працівник рекламної сфери повинен бути трохи психологом. Потрібно розуміти цільову аудиторію, знаходити її слабкі та сильні сторони, вміти правильно до неї звернутися.

4. Англійська та інші іноземні мови. SEO-копірайтерам вони стануть у нагоді, щоб шукати інформацію на зарубіжних ресурсах. А рекламникам і SMM-копірайтерам – щоб працювати з європейським і американським ринком.

5. Аналітичний склад розуму. Допоможе швидко розібратися в новій темі, виділити найголовніше у великих обсягах інформації, а після – створити логічний текст.

6. Креативність. Адже копірайтинг – це в першу чергу творча професія.

Говорячи про копірайтинг як фахову діяльність прикладних лінгвістів, не можна оминати кореляцію необхідних навичок і знань для цієї діяльності з іншими дисциплінами, що наповнюють освітньо-професійну програму їхньої підготовки.

Наприклад, сучасна українська мова, стилістика і культура мовлення, дискурсологія забезпечують фахове володіння мовою не тільки в аспекті грамотності, але й розуміння стилістики та синтаксису, важливих для специфіки роботи копірайтера з різножанровими текстами (рекламні слогани, пресрелізи, бренд-легенди, новинні сюжети, інтерв'ю, експертні та інформаційні статті тощо).

Перелік дисциплін, пов'язаних із вивченням основної і другої іноземної мови, корелює з вимогою до копірайтерів знати на належному рівні, створюючи різножанрові тексти, принаймні одну з іноземних мов.

Наявність психолінгвістики в освітньо-професійній програмі прикладних лінгвістів сприяє виробленню у студентів навичок розуміння аудиторії, на яку спрямовано створюваний текст, співвідношення словесних прийомів із психічними закономірностями людини.

Таким чином, копірайтинг та його різновиди, як-от: рерайтинг, блогінг, неймінг тощо – можуть стати фаховою діяльністю випускників спеціальності «Прикладна лінгвістика», що підтверджено змістом та наповненням відповідної освітньо-професійної програми, наявністю в ній дисциплін, які забезпечують набуття студентами знань і навичок цього фаху.

Література

1. Слободянюк Элина. Клад копирайтера : монографія. Харків : Фоліо, 2017. 224 с.
2. Трухімович С. В. Реклама. Конспект копірайтера : монографія. Львів : ЛА «Піраміда», 2009. 96 с.
URL: http://cresco.com.ua/wpcontent/uploads/Demoversia_konspekty_kopirajtera2012-new.pdf
3. ОП 035.10 Бакалавр Прикладна лінгвістика 2020 pdf. URL: https://drive.google.com/drive/folders/1Bk_UWu86XcK_Nt68Bh9hnLGclfwLXqJv