

Теория и практика работы SMM-редактора: анализ компетенций и реалий профессии (на примере собственного опыта)

Научный руководитель – Тимофеев Алексей Анатольевич

Винокурова Юлиана Ивановна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Теории и методики редактирования, Москва, Россия

E-mail: ulianavinokurova8306@gmail.com

В современном цифровом мире присутствие бренда в социальных сетях трансформировалось из необязательной активности в стратегическую необходимость. В условиях перенасыщенного информационного поля и жесткой конкуренции за внимание пользователя простое размещение контента перестало быть эффективным. Именно поэтому востребованной стала специальность SMM-редактора, который отвечает не только за наполнение, но и за смысловое ядро коммуникации бренда с аудиторией.

Профессия редактора, насчитывающая в России почти тысячелетнюю историю, традиционно ассоциировалась с работой над текстом. Главной целью редактора было приведение содержания и формы произведения в соответствие с социально-функциональным назначением и читательским адресом [1]. Однако цифровая эпоха изменила эту роль. С развитием интернета редактору пришлось выйти за рамки текста и освоить новые форматы деятельности. Сегодня редактор в цифровой среде - это универсальный специалист, который сочетает в себе навыки журналиста, менеджера и стратега.

Главные цели редактора социальных сетей интегрированы в общую маркетинговую стратегию бренда: формирование бренда, привлечение и удержание целевой аудитории, генерация спроса и увеличение продаж, управление репутацией. Для достижения поставленных целей редактор в социальных сетях выполняет широкий спектр задач: анализ целевой аудитории, составление контент-плана, создание контента, оформление сообщества, общение с подписчиками, аналитика эффективности и работа с блогерами [2].

Деятельность современного редактора в социальных сетях требует уникального сочетания профессиональных (hard skills) и личностных (soft skills) качеств [3]. Среди профессиональных навыков особое значение имеют стратегическое планирование и аналитика, экспертиза в социальных, создание и адаптация контента [4]. Личностные качества включают креативное и стратегическое мышление, коммуникабельность и эмпатию, высокую степень организованности и дисциплины, стрессоустойчивость и гибкость.

Однако теоретическая база, представленная в открытых источниках, не всегда полностью соответствует реальной практике. Опыт работы SMM-специалистом в косметологическом центре «Fluid» (г. Якутск) позволил выявить ряд особенностей, которые либо не освещаются в теории, либо приобретают иное значение.

На практике стратегические задачи упрощаются: разработка стратегии сводится к определению ключевых тем и частоты публикаций, однако даже такой план оказывается критически важным для системности. Создание контента становится наиболее трудоемким процессом, требующим не только написания текстов, но и съемки с монтажом, постоянного поиска идей и отслеживания трендов. Взаимодействие с аудиторией при этом выходит на первый план, превращая ответы на комментарии и опросы в ключевой инструмент формирования лояльного сообщества.

Теоретические компетенции находят отражение в практике с иной расстановкой акцентов. «Мягкие» навыки (стрессоустойчивость и гибкость) оказываются не абстрактными

понятиями, а ежедневной необходимостью при столкновении с негативными комментариями, огромным количеством правок и падением охватов. Дисциплина становится ключевым навыком для соблюдения контент-плана, особенно когда нет внешнего контролирующего лица. Что касается «жестких» навыков, то в теории от специалиста требуются навыки аналитики, а на практике это отслеживание встроенной статистики социальных сетей.

Личный опыт подтверждает комплексный характер профессии. Деятельность данного специалиста выходит далеко за рамки создания и публикации контента. Современный SMM-редактор - это мультидисциплинарный специалист, интегрирующий в своей работе функции журналиста, маркетолога, аналитика.

Источники и литература

- 1) Фролова В.И. О меняющейся роли редактора в эпоху обновления интернет-коммуникации. - 2015
- 2) Обязанности и задачи специалиста по SMM // Skypro. - <https://sky.pro/wiki/profession/obyazannosti-i-zadachi-specialista-po-smm/> (дата обращения: 01.03.2026)
- 3) SMM-менеджер: кто это такой, обязанности и требования | Unisender - <https://www.unisender.com/ru/glossary/kto-takoi-smm-menedzher-obyazannosti-i-kak-im-stat/?ysclid=mfwlhinkl242345225#anchor-1> (дата обращения: 01.03.2026)
- 4) SMM-менеджер: навыки, доходы и перспективы профессии в 2025 году - ВФокусе Mail-<https://vfokuse.mail.ru/article/smm-menedzher-65745554/?ysclid=mfwlhftwck940641266> (дата обращения: 01.03.2026)