

60.8  
к 55

# **КОПИРАЙТИНГ: XXI век**

Как создавать  
современные тексты



УДК 629(075.8)  
ББК 60.842.73  
Н19

## Предисловие

# Копирайтинг: XXI век

## Как создавать современные тексты



УДК 629(075.8)  
ББК 60.842.73

© «КДУ», 2017  
© Н.А. Вяльцева, 2017



978-5-91304-702-1

УДК 659(075.8)  
ББК 60.842я73  
Н19



Н19 Копирайтинг: XXI век. Как создавать современные тексты: Учебное пособие. / Назайкин А.Н. — М: «КДУ», «Университетская книга», 2017. — 316 с.

ISBN 978-5-91304-702-1

Настоящая книга посвящена рассмотрению процесса создания текстов разного типа. В ней анализируются как общие, так и специфичные требования к копирайтерам. Теоретическое осмысление основных вопросов копирайтинга сопровождается обилием конкретных советов и примеров из опыта известных копирайтеров, что превращает ее в практическое пособие – настольную книгу-справочник современного копирайтера.

Книга будет интересна и полезна как начинающим, так и опытным копирайтерам, а также студентам и преподавателям вузов, в которых изучается создание текста различных типов.

УДК 659(075.8)  
ББК 60.842я73

Оригинал-макет подготовлен в Издательстве «КДУ».  
Формат 70×100 /16. Бумага офсетная. Заказ № Т-1729.  
Печать цифровая. Тираж 1000 экз. (печать по требованию).  
Издательство «КДУ»: тел. +7 (495) 638-57-34

Интернет-магазин издательства: [www.kdu.ru](http://www.kdu.ru)

978-5-91304-702-1

© Назайкин А.Н., 2017  
© «КДУ», 2017

## Содержание

• РК в российском контексте: <a href="http://www.pr-info.ru/">http://www.pr-info.ru/</a>	
• SEO-копирайтинг: <a href="http://www.seo-copy-writing.ru/">http://www.seo-copy-writing.ru/</a>	
• Communic: <a href="http://www.communications.com/">http://www.communications.com/</a>	
• Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР) // URL: <a href="http://www.akar.ru/">http://www.akar.ru/</a>	
• Биржа контента: Advego.ru	
• Биржа копирайтинга и репутации: <a href="http://rxc.ru/">http://rxc.ru/</a>	
• Журнал «PR»: <a href="http://prjournal.ru/">http://prjournal.ru/</a>	
<b>Предисловие</b> .....	<b>3</b>
<b>От автора</b> .....	<b>4</b>
<b>ЧАСТЬ I. КОПИРАЙТИНГ И КОММУНИКАЦИЯ</b> .....	<b>7</b>
<b>Глава 1. Современный копирайтинг</b> .....	<b>8</b>
■ История копирайтинга.....	8
■ ■ Письменность.....	9
■ ■ ■ Предметное письмо.....	9
■ ■ ■ Пиктографическое письмо.....	9
■ ■ ■ Иероглифическое письмо.....	10
■ ■ ■ Слоговое письмо.....	11
■ ■ ■ Алфавитное письмо.....	11
■ ■ Делопроизводство.....	12
■ ■ Литература.....	12
■ ■ Средства массовой информации.....	13
■ ■ Реклама.....	13
■ ■ Технический прогресс.....	14
■ ■ Интернет.....	15
■ ■ Словесные науки.....	16
■ Типы копирайтинга.....	17
■ Цели и аудитория копирайтинга.....	17
■ Матрица копирайтинга.....	19
<b>Глава 2. Коммуникативные модели</b> .....	<b>21</b>
■ Общие коммуникативные модели.....	21
■ Коммуникативные модели рекламы.....	23
■ Основные элементы коммуникативных моделей.....	24
■ Что почитать по теме «Коммуникативные модели»?.....	24
<b>Глава 3. Копирайтер вчера, сегодня, завтра</b> .....	<b>25</b>
■ Типы копирайтеров.....	26
■ Качества копирайтеров.....	26
■ ■ Общие качества.....	29
■ ■ ■ Интеллект.....	29
■ ■ ■ Образование.....	30
■ ■ ■ Жизненный опыт.....	32
■ ■ ■ Грамотность.....	33
■ ■ ■ Литературные способности.....	34
■ ■ ■ Призвание.....	36
■ ■ ■ Креативность.....	37
■ ■ ■ Чувство юмора, остроумность.....	37
■ ■ ■ Стиль.....	37

■■■ Коммуникабельность	38	■■■ Вера в себя	45
■■■ Любознательность	39	■■■ Мужество	47
■■■ Любовь к чтению	39	■■■ Работоспособность	48
■■■ Профессионализм	41	■■■ Специфические качества	49
■■■ Терпение	42	■■■ Никто не идеален	50
■■■ Опыт	43	■ Что почитать и посмотреть по теме «Копирайтер вчера, сегодня, завтра»?	52
■■■ Собственный стиль	43		

#### Глава 4. Креативность в копирайтинге 53

■ Типы креатива	53	■■■ Мастер (ISTP) – интроверт, сенсорик, логик, иррационал	67
■ Креативность	53	■■■ Придумщик (ISFP) – интроверт, сенсорик, этик, иррационал	68
■ Стили креативности	57	■■■ Аналитик (INTP) – интроверт, интуит, логик, иррационал	69
■ Характеристики различных типов креативности	57	■■■ Созерцатель (INFP) – интроверт, интуит, этик, иррационал	69
■ Типы предпочтений, темперамента и креативности	58	■■■ Реалист (ESTJ) – экстраверт, сенсорик, логик, рационал	70
■ Творческое проявление людей с различными типами предпочтений	60	■■■ Учитель (ESFJ) – экстраверт, сенсорик, этик, рационал	71
■ Творческое проявление представителей основных четырех типов темперамента	62	■■■ Командир (ENTJ) – экстраверт, интуит, логик, рационал	72
■■■ Специфические писательские умения SP и NF	62	■■■ Увещеватель (ENFJ) – экстраверт, интуит, этик, рационал	72
■■■ Темперамент в писательском деле	62	■■■ Непоседа (ESTP) – экстраверт, сенсорик, логик, иррационал	73
■ Творческое проявление представителей дополнительных четырнадцати типов темперамента	63	■■■ Аниматор (ESFP) – экстраверт, сенсорик, этик, иррационал	74
■ Творческое проявление представителей шестнадцати типов креативности	64	■■■ Изобретатель (ENTP) – экстраверт, интуит, логик, иррационал	74
■■■ Организатор (ISTJ) — интроверт, сенсорик, логик, рационал	65	■■■ Медиатор (ENFP) – экстраверт, интуит, этик, иррационал	75
■■■ Помощник (ISFJ) – интроверт, сенсорик, этик, рационал	65	■ Инкубация идей	76
■■■ Провидец (INTJ) – интроверт, интуит, логик, рационал	66	■ Преодоление творческого бессилия	76
■■■ Вдохновитель (INFJ) – интроверт, интуит, этик, рационал	66	■ Что почитать и посмотреть по теме «Креативность в копирайтинге»?	77

<b>Глава 5. Аудитория копирайтера</b> .....	78
■ Общечеловеческие потребности.....	78
■ Аудитория как соавтор текста.....	84
■ Характеристики аудитории.....	85
■ ■ Демографические характеристики.....	86
■ ■ ■ Возраст.....	86
■ ■ ■ Пол.....	87
■ ■ ■ Местожительство.....	88
■ ■ ■ Национальность и раса.....	88
■ ■ ■ Религия.....	88
■ ■ ■ Состав и жизненный цикл семьи.....	88
■ ■ Социальное положение.....	89
■ ■ ■ Социальное окружение.....	89
■ ■ ■ Образование.....	90
■ ■ ■ Род занятий.....	90
■ ■ ■ Уровень доходов.....	91
■ ■ Психографические особенности.....	91
■ ■ ■ Жизненный уклад.....	92
■ ■ ■ Характер.....	92
■ ■ ■ Информационные предпочтения.....	92
■ ■ Покупательское поведение.....	93
■ ■ ■ Активность потребителей.....	93
■ ■ ■ Приверженность торговой марке.....	93
■ ■ ■ Степень использования товара.....	94
■ ■ ■ Опыт потребления.....	94
■ ■ Восприятие действительности.....	95
■ Портрет аудитории.....	96
■ Примеры описания целевой аудитории:.....	96
■ ■ ■ Литературный копирайтинг.....	96
■ ■ ■ Медиакопирайтинг.....	96
■ ■ ■ Рекламный копирайтинг.....	96
■ ■ ■ PR-копирайтинг.....	96
■ ■ ■ Деловой копирайтинг.....	97
■ ■ ■ SEO-копирайтинг.....	97
■ ■ ■ Рерайтинг.....	97
■ Что почитать по теме «Аудитория копирайтера»?.....	97
<b>Глава 6. Текст: вербальный, иконический, креолизованный</b> .....	98
■ Понятие текста.....	98
■ Текст и «нетекст».....	99
■ Креолизованный текст.....	101
■ Вербальная часть текста – самая важная.....	103
■ Признаки текста.....	104
■ Что почитать и посмотреть по теме «Текст: вербальный, иконический, креолизованный»?.....	104
<b>Часть 2. Общие подходы к созданию текста</b> .....	105
<b>Глава 7. Создание текста</b> .....	106
■ Неконтролируемые факторы.....	107
■ ■ Маркетинговые факторы.....	107
■ ■ ■ Целевая аудитория.....	107
■ ■ ■ Объект текста.....	108
■ ■ ■ Рынок.....	108
■ ■ ■ Правовое регулирование.....	108
■ ■ Специфические требования к тексту.....	109

■ Контролируемые факторы	110	■ Цифры	144
■ Подготовка к созданию текста	110	■ Цитаты	146
■ Замысел	110	■ Последовательность аргументов	146
■ Сбор информации	113	■ Логика	147
■ Методы исследования	115	■ Законы логики	147
■ Эмпирические методы	116	■ Закон тождества	147
■ Теоретические методы	119	■ Закон противоречия	147
■ Художественный метод	120	■ Закон исключенного третьего	148
■ Концептуализация текста	120	■ Закон достаточного основания	148
■ Генерирование основной идеи	122	■ Связи	148
■ Ассоциации	124	■ Явная связь	148
■ Контраст	125	■ Полуявная связь	148
■ Видение	126	■ Неявная связь	148
■ План текста	127	■ Сознательное нарушение логики	149
■ Вербальные факторы	128	■ Методы изложения	150
■ Тип речи	128	■ Нелогичная логичность	151
■ Описание	128	■ Интерес и доверие к тексту	151
■ Повествование	128	■ Интерес	151
■ Рассуждение	129	■ Темы	151
■ Стиль речи	131	■ Новости	152
■ Научный стиль	131	■ Актуальность	152
■ Деловой (официально-деловой) стиль	132	■ Оригинальность	153
■ Публицистический стиль	133	■ Ясность и простота	153
■ Разговорный стиль	133	■ Соответствие текста аудитории	153
■ Художественный стиль	134	■ Динамизм	154
■ Стилизация	134	■ Лаконичность	154
■ Формы речи	136	■ Драматизм	154
■ Эмоциональный фон	137	■ Доверие	154
■ Положительные эмоции	138	■ Структура текста	157
■ Юмор	139	■ Заголовок (заглавие)	158
■ Секс	140	■ Эпиграф	162
■ Другое	140	■ Пролог	163
■ Отрицательные эмоции	141	■ Основной текст	163
■ Аргументация	142	■ Введение	164
■ Результаты тестирования	144	■ Основная часть текста	167
■ Рекомендации	144	■ Заключение (кода, концовка)	167

■ ■ ■ ■ Эпилог.....	169	■ ■ ■ ■ ■ Утвердительные и отрицательные предложения.....	191
■ ■ ■ ■ Благодарности автора.....	169	■ ■ ■ ■ ■ Повествовательные и вопросительные предложения.....	191
■ ■ ■ ■ Длина текста.....	170	■ ■ ■ ■ ■ Побудительные и восклицательные предложения.....	192
■ ■ ■ ■ Звук.....	173	■ ■ ■ ■ ■ Простые и сложные предложения.....	192
■ ■ ■ ■ Слово.....	174	■ ■ ■ ■ ■ Полные и неполные предложения.....	193
■ ■ ■ ■ ■ Лексикон.....	174	■ ■ ■ ■ ■ Длина предложения.....	194
■ ■ ■ ■ ■ Лексика.....	176	■ ■ ■ ■ ■ Пунктуация.....	198
■ ■ ■ ■ ■ Синонимы и антонимы.....	176	■ ■ ■ ■ ■ Абзац.....	198
■ ■ ■ ■ ■ Абстрактные и конкретные слова.....	176	■ ■ ■ ■ ■ Строфа, фрагмент, параграф, глава.....	199
■ ■ ■ ■ ■ Общеупотребительные и специализированные слова.....	177	■ ■ ■ ■ ■ Ритм.....	199
■ ■ ■ ■ ■ Иностранные (заимствованные) слова.....	177	■ ■ ■ ■ ■ Темп текста.....	202
■ ■ ■ ■ ■ Термины и профессионализмы.....	178	■ ■ ■ ■ ■ Художественные приемы.....	202
■ ■ ■ ■ ■ Просторечия, диалектизмы и жаргонизмы.....	179	■ ■ ■ ■ ■ Арсенал художественных приемов.....	203
■ ■ ■ ■ ■ Канцеляризмы.....	180	■ ■ ■ ■ ■ Рифма.....	209
■ ■ ■ ■ ■ Штампы.....	180	■ ■ ■ ■ ■ «Лицо» текста.....	211
■ ■ ■ ■ ■ Сокращения и аббревиатуры.....	181	■ ■ ■ ■ ■ Правила и нормы литературной работы над текстом.....	213
■ ■ ■ ■ ■ Слова, требующие особого внимания.....	181	■ ■ ■ ■ ■ Визуальные факторы.....	214
■ ■ ■ ■ ■ Точность употребления слов.....	182	■ ■ ■ ■ ■ Место иллюстрации.....	215
■ ■ ■ ■ ■ Длина слов.....	183	■ ■ ■ ■ ■ Размер иллюстрации.....	217
■ ■ ■ ■ ■ Правильное написание слов.....	184	■ ■ ■ ■ ■ Форма иллюстрации.....	218
■ ■ ■ ■ ■ Предложение.....	184	■ ■ ■ ■ ■ Цвет.....	221
■ ■ ■ ■ ■ Слова как части речи.....	184	■ ■ ■ ■ ■ Содержание иллюстрации.....	225
■ ■ ■ ■ ■ Существительное.....	185	■ ■ ■ ■ ■ Персонажи.....	230
■ ■ ■ ■ ■ Глагол.....	185	■ ■ ■ ■ ■ Виды иллюстраций.....	235
■ ■ ■ ■ ■ Прилагательные.....	186	■ ■ ■ ■ ■ Фотография.....	235
■ ■ ■ ■ ■ Другие части речи.....	187	■ ■ ■ ■ ■ Рисунок.....	237
■ ■ ■ ■ ■ Соотношение частей речи.....	188	■ ■ ■ ■ ■ Коллаж.....	240
■ ■ ■ ■ ■ Сочетаемость слов.....	189	■ ■ ■ ■ ■ Композиция.....	240
■ ■ ■ ■ ■ Последовательность слов в предложении.....	190	■ ■ ■ ■ ■ Принципы композиции.....	241
■ ■ ■ ■ ■ Виды предложений.....	191	■ ■ ■ ■ ■ Сбалансированность.....	241

■■■■■ Направленность взгляда	243	■■■■■ Гармоничность	257
■■■■■ Целостность	244	■■■■■ Акцентированность	257
■■■■■ Средства гармонизации	245	■■■ Обработка готового текста	260
■■■■■ Симметрия и асимметрия	245	■■■ Создание вариантов	261
■■■■■ Пропорция	246	■■■ Редактирование	263
■■■■■ Ритм	246	■■■■■ Саморедактирование	263
■■■■■ Динамика и статика	247	■■■■■ Внешняя редактура	268
■■■■■ Контраст и нюанс	247	■■■■■ Авторская редакция	272
■■■ Шрифт	249	■■■ Корректорская правка	273
■■■■■ Читаемость	249	■ Процесс создания текста	275
■■■■■ Уместность	256	■ Что почитать по теме «Создание текста»?	277

## Глава 8.

<b>Вербальный текст для различных носителей</b>	278
■ Вербальный текст в прессе	278
■ Вербальный текст на радио	280
■ Вербальный текст на телевидении	283
■ Вербальный текст в интернете	287
■ Что почитать по теме «Вербальный текст для различных носителей»?	288

## Глава 9.

<b>Тестирование эффективности текста</b>	289
■ Универсальные тесты	289
■ Тесты для рекламных текстов	293
■ Что почитать по теме «Тестирование эффективности текста»?	299
<b>Вместо заключения</b>	300
<b>Список литературы</b>	301