

60.8  
К 65

# КОПИРАЙТИНГ: 7+

Как создавать тексты

- литература
- кино
- реклама
- СМИ
- деловые коммуникации
- PR
- SEO



# Копирайтинг: 7+

Как создавать тексты  
для литературы, кино, рекламы,  
СМИ, деловых коммуникаций, PR и SEO



УДК 659(075.8)  
ББК 60.842я73  
Н19



Н19 Копирайтинг: 7+. Как создавать тексты для литературы, кино, рекламы, СМИ, деловых коммуникаций, PR и SEO: Учебное пособие. / Назайкин А.Н. — М: «КДУ», «Университетская книга», 2017. — 314 с.

ISBN 978-5-91304-703-8

Сегодня, чтобы пробиться в число лучших копирайтеров, мало иметь талант и общие представления о правилах создания текста. Необходимы специфические знания о том, как сделать любой текст эффективнее и как сделать эффективнее конкретный текст. Эта книга предназначена для тех, кто уже достиг определенного профессионального уровня в копирайтинге, для тех, кто хочет стать одним из лучших.

Книга будет интересна и полезна как копирайтерам, так и 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-1730.  
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)

978-5-91304-703-8

© Назайкин А.Н., 2017  
© «КДУ», 2017

## Содержание

От автора	3
Часть 1. Текст и история	4
Глава 1. Сторителлинг	5
■ Как «работает» сторителлинг	7
■ Какие бывают истории?	9
■ Ценности и принципы	9
■ Удачно/неудачно	9
■ История про себя	10
■ История про коллегу	11
■ История про компанию, организацию	11
■ Соппротивление сторителлингу	11
■ Типы сторителлинга	12
■ Правила сторителлинга	13
■ ■ Правила для рассказчика	13
■ ■ Правила для историй	14
■ Архив историй	15
■ Практика сторителлинга	17
■ Всегда ли уместен сторителлинг?	17
■ Что почитать и посмотреть по теме «Сторителлинг»?	18
Глава 2. Создание истории для текста	19
■ История и текст	19
■ Логлайн	21
■ Жанр	22
■ Сеттинг	25
■ ■ Период	25
■ ■ Длительность	25
■ ■ Локация	26
■ ■ Уровень конфликта	26
■ ■ Обстоятельства или мир истории	26
■ ■ Точка зрения рассказчика истории	27
■ Тема и контртема	27
■ Управляющая идея	29
■ Конфликт	30
■ Персонажи	32
■ ■ Протагонист	34
■ ■ ■ Портрет главного героя	36
■ ■ ■ ■ Биография	36
■ ■ ■ ■ Внешние данные	37
■ ■ ■ ■ Внутренние качества	37
■ ■ ■ ■ Цель героя	39
■ ■ ■ ■ Аттитюд	40
■ ■ ■ Развитие характера в действии	40
■ ■ ■ Квест	41
■ ■ ■ Дуга героя	41
■ ■ ■ Путешествие героя	41
■ ■ Антагонист	42
■ ■ Каталист	43
■ Драматическая ситуация	43
■ Драматическая перипетия	44

■ Событие	45	■■■■■ Поворотный пункт	70
■ Бреши	46	■■■■■ Завязка и развязка	70
■ Барьеры	47	■■■■■ Динамика эмоций	71
■ Интерес аудитории	47	■■■■■ Выбор	71
■■ Любопытство	48	■■■■■ Подтекст сцены	71
■■ Сопереживание	48	■■■■■ Композиция сцен	72
■■ Саспенс	48	■■■■■ Единство и разнообразие	72
■■ Драматическая ирония	49	■■■■■ Скорость и ритмическое построение	72
■■ Логика	49	■■■■■ Ритм и темп	73
■■■ Казуальная логика	49	■■■■■ Социальная и личная прогрессия	73
■■■ Диалектическая логика	50	■■■■■ Символическое и ироническое усиление	73
■■■ Антилогика	50	■■■■■ Принцип перехода	73
■■ Честная игра с аудиторией	50	■■■■■ Важные сцены	73
■ Диалог	51	■■■■■ Открывающая сцена	73
■ Детали	54	■■■■■ Сцена формирования темы	73
■ Символ	54	■■■■■ Установочные сцены	73
■ Фабула и сюжет	55	■■■■■ Катализирующая сцена	73
■ Линия истории	56	■■■■■ Сцена размышления	74
■ Структура истории	57	■■■■■ Сцена выбора	74
■■ Один акт	58	■■■■■ Сцены прогрессии усложнения	74
■■ Три акта	58	■■■■■ Сцены подсюжетов	74
■■■ Акт I. Завязка	59	■■■■■ «Легкие» сцены	74
■■■■ Экспозиция	59	■■■■■ Сцена поворотной точки	74
■■■■■ Ретроспективная история	61	■■■■■ Сцена «Все потеряно»	74
■■■■■ Сон	61	■■■■■ Сцена «Душа во мраке»	74
■■■■■ Закадровый комментарий	61	■■■■■ Сцена «Решение найдено!»	74
■■■■■ Вспышка интереса	61	■■■■■ Обязательная сцена	74
■■■ Акт II. Прогрессия усложнений	63	■■■■■ Сцена кульминации	74
■■■■ Углубление драматизма ситуации	63	■■■■■ Закрывающая сцена («медленное закрытие занавеса»)	74
■■■■ Расширение и углубление конфликта	64	■■■ Бит	75
■■■■ Применение иронии	64	■ Изложение истории	75
■■■ Акт III. Развязка	65	■ Карта истории	75
■■ Четыре акта	66	■ Сториборд	76
■■ Пять актов	66	■ Методы создания истории	76
■■■ Акт I. Завязка	66	■ Правила и приемы создания истории	76
■■■ Акт II. Прогрессия усложнений	66	■ «Спасите котика!»	77
■■■ Акт III. Кризис	67	■ «Папа римский в бассейне»	77
■■■ Акт IV. Кульминация	68	■ «Фирменные штучки»	77
■■■ Акт V. Развязка	69	■ Макгаффин	78
■■ Структура акта	69	■ «Черный ветеринар» и «Абракадабра в квадрате»	78
■■■ Эпизод	70		
■■■ Сцена	70		
■■■■ Структура сцены	70		

■ ■ «Калифорнийские сцены»	78	■ ■ Штампы	82
■ ■ «Французские сцены»	79	■ ■ Предсказуемость	82
■ ■ «Духовное перерождение»	79	■ ■ «Осторожно, ледник!»	83
■ ■ «Шаг назад»	79	■ ■ «Укладка трубы» или «Верните мои деньги!»	83
■ ■ «Клиффхэнгер»	80	■ ■ «Вытирание пыли»	83
■ ■ «Не вмешивайте прессу!»	80	■ ■ «Бог из машины»	83
■ ■ «Дабл трабл или опять на те же грабли»	80	■ ■ «Красная селедка»	84
■ ■ «А это не мама»	80	■ ■ Создание истории: мастерство и время	84
■ ■ «Дуновение смерти»	81	■ ■ Что почитать и посмотреть по теме «Создание истории для текста»?	84
■ ■ «Показывай, а не рассказывай!»	81		
■ ■ «Догадайся!»	81		
■ ■ Ошибки при создании истории	82		
<b>Часть 2. Специфика различных типов копирайтинга</b>			85
<b>Глава 3. Рерайтинг</b>			86
■ Подготовка рерайтингового текста	87	■ Работа рерайтера	89
■ Примеры рерайтинга текста	88	■ Что почитать и посмотреть по теме «Рерайтинг»	90
■ ■ Оригинал, рерайт, копирайт	88		
<b>Глава 4. SEO-копирайтинг</b>			91
■ Тематическое ядро текста	91	■ Оформление SEO-текста	94
■ ■ Категории запросов и ключевых слов	91	■ Процесс подготовки SEO-текста	94
■ ■ Пассаж ключевых слов	92	■ Оценка качества текста	94
■ ■ Вхождение	93	■ Работа SEO-копирайтера	95
■ ■ Ключевые слова в тексте	93	■ Что почитать и посмотреть по теме «SEO-копирайтинг»	96
<b>Глава 5. Медиакопирайтинг</b>			97
■ Внутренняя структура СМИ	97	■ ■ ■ ■ Обзорная статья	109
■ Как работает редакция СМИ	99	■ ■ ■ ■ Проблемная статья	109
■ Специфика работы на СМИ	100	■ ■ ■ ■ Полемическая статья	109
■ Информационный повод	106	■ ■ ■ ■ Занимательная статья	110
■ Журналистские материалы	107	■ ■ ■ ■ Статья-мнение	110
■ ■ Информационные жанры	107	■ ■ ■ ■ Авторская статья	110
■ ■ ■ Заметка	107	■ ■ ■ Журналистское расследование	111
■ ■ ■ Корреспонденция	108	■ ■ ■ Версия	111
■ ■ ■ Интервью	108	■ ■ ■ Обозрение	111
■ ■ ■ Репортаж	108	■ ■ ■ Рекомендация	112
■ ■ ■ Отчет	108	■ ■ ■ Комментарий	112
■ ■ Аналитические жанры	109	■ ■ ■ Рецензия	113
■ ■ ■ Статья	109	■ ■ ■ Социологическое резюме	113

■■■ Мониторинг	113	■■■ Памфлет	116
■■■ Рейтинг	114	■ Жанры как свидетельство уровня мастерства	116
■■■ Письмо	114	■ Публикации в различных СМИ	116
■ Художественно-публицистические жанры	115	■ Работа медиакопирайтера	117
■■■ Очерк	115	■ Что почитать и посмотреть по теме «Медиакопирайтинг»?	119
■■■ Фельетон	116		
■■■ Пародия	116		

## Глава 6. PR-копирайтинг

■ PR-тексты для СМИ	122	■■■ Пресс-дайджест	137
■ PR-тексты для журналистов	122	■■■ Бэкграундер	137
■■■ Пресс-релиз	122	■■■ Биография	137
■■■■ Текст пресс-релиза	124	■■■ Заявление	138
■■■■■ Содержание текста пресс-релиза	124	■■■ Коммюнике	138
■■■■■ Структура	127	■■■ Меморандум	138
■■■■■ Шапка	127	■■■ Медиа-кит	138
■■■■■ Контактные лица	128	■ Готовые для публикации в СМИ тексты	139
■■■■■ Выходные данные	128	■ PR-тексты для различных СМИ	139
■■■■■ Заголовок	129	■ PR-тексты для спикеров	140
■■■■■ Введение	129	■ Спичрайтер	141
■■■■■ Основная часть	130	■ Текст выступления	143
■■■■■ Заключение	130	■ Самые удачные тексты речей	144
■■■■■ Длина	130	■■■ Библия	144
■■■■■ Литературное редактирование (редактура) и корректура	130	■■■ «Геттисбергское послание». Авраам Линкольн	144
■■■■■ Иллюстрации	131	■■■ «Никогда не сдавайтесь!» Уинстон Черчилль	145
■■■■■ Оформление	131	■■■ «Не спрашивайте, что может предложить вам Америка, – спросите, что вы можете сделать для своей страны». Джон Кеннеди	146
■■■■ Типы пресс-релизов	132	■■■ «У меня есть мечта». Мартин Лютер Кинг	146
■■■■ Пресс-релизы для различных СМИ	134	■ Работа по написанию PR-текстов	147
■■■■■ Радио	134	■ Что почитать и посмотреть по теме «PR-копирайтинг»	148
■■■■■ Телевидение	134		
■■■■■ Интернет	135		
■■■ Приглашение	136		
■■■ Подборка фактов	137		
■■■ Информационный сборник	137		

## Глава 7. Рекламный копирайтинг

■ Состав рекламного сообщения	154	■ Развернутый рекламный текст	159
■ Бренд-нейм	154	■ Задачи рекламного текста	159
■ Слоган	157	■ Продающий рекламный текст	159

■ Поощряющий рекламный текст	159	■ Традиционная модульная реклама	180
■ Имиджевый рекламный текст	160	■ Редакционная модульная реклама	181
■ Сравнительный рекламный текст	160	■ Купонная модульная реклама	182
■ Прививочный рекламный текст	161	■ Спонсорская реклама	182
■ Опроверяющий рекламный текст	161	■ Строчная реклама	183
■ Трансформирующий рекламный текст	162	■ Рекламный текст на радио	184
■ Стратегия рекламного текста	162	■ Рекламный аудиоролик	186
■ Рекламные стратегии рационального типа	163	■ Редакционная радиореклама	186
■ Рекламные стратегии эмоционального типа	165	■ Дикторское объявление	187
■ Рекламный текст и жизненный цикл продукта	168	■ Спонсорское сообщение	187
■ Рекламный текст для различного типа товаров и услуг	169	■ Рекламный текст на телевидении	187
■ Финансовая реклама	170	■ Телевизионный ролик	187
■ Страховая реклама	171	■ Телемагазины	190
■ Реклама недвижимости	172	■ Бегущая строка	190
■ Автомобильная реклама	173	■ Рекламный текст в Интернете	191
■ Реклама работы	174	■ Интернет-сайт	191
■ Реклама туризма и отдыха	175	■ Баннеры	192
■ Реклама здоровья	176	■ Видеоролики	194
■ Реклама розничных товаров	176	■ Текстовая реклама	194
■ Реклама «женских» товаров	176	■ Гиперссылки	194
■ Реклама продуктов питания	177	■ Постовой	194
■ Реклама распродажи	178	■ Контекстная реклама	195
■ Промышленная реклама	178	■ Рекламный текст для директ-мейл	198
■ Сообщения	178	■ Рекламный текст в наружной рекламе	200
■ Рекламный текст в различных носителях	179	■ Текст для различных носителей в рамках единой рекламной кампании	201
■ Рекламный текст в прессе	179	■ Процесс создания рекламного текста	203
■ Модульная реклама	180	■ Работа рекламного копирайтера	208
		■ Что почитать и посмотреть по теме «Рекламный копирайтинг»	210

## Глава 8. Деловой копирайтинг 211

■ Деловое письмо	214	■ Заключение	216
■ Тип делового письма	214	■ Формула вежливости	217
■ Содержание делового письма	215	■ Наименование должности	217
■ Структура делового письма	215	■ Постскриптум	217
■ Вступление	215	■ Реквизиты официального письма	217
■ Заголовок	216	■ Оформление делового письма	218
■ Обращение	216	■ Бланк	218
■ Изложение основных вопросов	216	■ Конверт	218
■ Основная часть	216	■ Электронное письмо	219



■ Деловое предложение	220	■■■ Подготовка заключения предложения	225
■ Видов деловых предложений	220	■ Питч	226
■ Содержание делового предложения	220	■ Основные требования к питчу	227
■ Подготовка текста делового предложения	220	■ Подготовка текста питча	227
■■■ Изучение потребностей партнера	221	■ Презентация	229
■■■ Установление цели предложения	222	■ Типы презентаций	229
■■■ Разработка вступления предложения	222	■ Содержание презентации	230
■■■■ Представление	223	■ Структура презентации	233
■■■■ Изложение потребности или проблемы	223	■ Длительность презентации	235
■■■■ Установление полномочий	223	■ Слайды	236
■■■■ Изложение решений	224	■ Программы для создания презентаций	238
■■■■ Изложение обязательства	224	■ Тестирование презентации	238
■ Разработка основной части предложения	224	■ Работа делового копирайтера	239
		■ Что почитать по теме «Деловой копирайтинг»?	241
<b>Глава 9. Литературный копирайтинг</b>			242
■ Эволюция литературы	243	■■■■ Трагикомедия	257
■ Специфика литературного творчества	246	■■■ Лирика	257
■ Формы, роды и жанры литературы	248	■■■■ Гимн	257
■ Поэтические и прозаические формы	248	■■■■ Ода	258
■ Роды и жанры литературы	249	■■■■ Послание	258
■■■ Эпос	251	■■■■ Эпитафия	258
■■■■ Эпопея	251	■■■■ Сонет	259
■■■■ Роман	252	■■■■ Лирическое стихотворение	259
■■■■ Повесть	252	■■■■ Элегия	259
■■■■ Рассказ	252	■■■■ Эпиграмма	259
■■■■ Новелла	252	■■■■ Песня	259
■■■■ Видение	253	■■■■ Романс	259
■■■■ Басня	253	■■■■ Мадригал	259
■■■■ Притча	253	■■■ Лирозепика	260
■■■■ Сказка	253	■■■■ Стансы	260
■■■■ Анекдот	254	■■■■ Баллада	260
■■■ Драма	254	■■■■ Поэма	260
■■■■ Драма как жанр	255	■■■ Межродовые и внеродовые формы	260
■■■■ Трагедия	256	■ Работа литературного копирайтера	261
■■■■ Комедия	256	■ Что почитать и посмотреть по теме «Литературный копирайтинг»?	268

## Глава 10. Общие вопросы работы современных копирайтеров 270

■ Когда работать? <span style="float: right;">270</span>	■ О критике <span style="float: right;">282</span>
■ Как быть с вдохновением? <span style="float: right;">270</span>	■ «Самиздат» <span style="float: right;">286</span>
■ О стимулировании творческой работоспособности <span style="float: right;">272</span>	■ Об авторском праве, плагиате и компиляции <span style="float: right;">287</span>
■ Об отдыхе копирайтера <span style="float: right;">273</span>	■ О критериях профессионального мастерства <span style="float: right;">289</span>
■ Сколько работать? <span style="float: right;">274</span>	■ О самопродвижении копирайтера <span style="float: right;">290</span>
■ В каком жанре работать <span style="float: right;">276</span>	■ О литературных агентах <span style="float: right;">292</span>
■ Рабочее место копирайтера <span style="float: right;">277</span>	■ Взаимоотношения копирайтеров <span style="float: right;">293</span>
■ Рабочие инструменты копирайтера <span style="float: right;">278</span>	■ Мистика в жизни и смерти копирайтеров <span style="float: right;">294</span>
■ Процесс работы копирайтера <span style="float: right;">278</span>	■ Где учиться копирайтингу <span style="float: right;">295</span>
■ Псевдоним <span style="float: right;">279</span>	■ Копирайтер: слава и известность <span style="float: right;">297</span>
■ О соавторстве <span style="float: right;">281</span>	
■ О «литературных неграх» <span style="float: right;">282</span>	

**Вместо заключения 299**

**Список литературы 300**