

Содержание

Отзывы читателей	6
Введение	10
Как построена эта книга	14
Вместо предисловия: как наш <i>high-tech</i> -век стал веком гуманитарного знания.	17
От свободной кассы к когнитивному шестиугольнику	18
Другая лингвистика	19
Удивительное рядом: что вы на самом деле знаете о языке?	20
Нейронауки и искусственный интеллект: красная или синяя таблетка для ваших текстов?	23
Нейромагия, нейромания, нейрокопирайтинг.	23
Искусственный интеллект и нейросеточки	31
Как нейросети работают с текстами?	32

11 когнитивных секретов

Секрет 1. Сила зеркальных нейронов	38
Нейроны, создавшие цивилизацию	40
Ганди и нейроны сочувствия	41
В любой сложной ситуации рассказывай историю	41
С волками жить – по-волчьи выть	43
Секрет 2. Разрешите залезть в вашу голову	46
Четыре матрешки	48
Королевство кривых зеркал: поговорим о когнитивных искажениях	57
Взгляните на мир из чужого «окна»	65
Секрет 3. Пятьдесят оттенков белого	71
Как далеко может откатиться яблоко от яблони	72
Концепты – кусочки мира у нас в голове	73
Больше, чем яблоко	75
Нет слова – нет концепта? Или все же есть?	77

Как понять чужую концептосферу?	
А главное – зачем?	78
Бизнес – это война. А еще спорт, игра, танец, роды, секс и медитация...	81
Секрет 4. Если я этого не вижу – я этого не понимаю	87
Когнитивная метафора – неведомый зверь или старый знакомый?	90
Как работают метафоры в бизнесе	91
Как приручить метафору	93
АВВС: секретный код успешного выступления	97
Метафорические определения	101
Осторожно: метафора!	103
Секрет 5. Все по полочкам	105
Женщины, огонь и опасные вещи	106
Увидел одного – увидел всех?	109
Великая сила контекста	110
Домой, на базу!	112
Звездная пыль в мировой экономике	113
Голубые и алые океаны	115
И снова об эффекте ореола	116
Эвфемизмы, штампы и позитивный метаязык	117
Секрет 6. Заверните мне самое лучшее	121
Почему ружье не может не выстрелить?	123
Прототип – реальность или фантазия?	126
Как формируется прототип в сознании	127
Не все четные числа четны одинаково.	128
Что такое хорошо и что такое плохо	128
Прототип, найдись!	129
Секрет 7. Идеализируй это	131
Один за всех и все за одного	133
Под одну гребенку: немного о прототипических эффектах	135
Стереотипы: принять нельзя бороться	136
Наши и ваши, или Великий Мастер Вовлечения	139
Стартап как кластерная модель	142
Секрет 8. Я художник, я так вижу	147
Слова – верхушка айсберга, смыслы формируются под водой	149
Парадоксы больше не парадоксы	151
Как это работает.	152

Секрет 9. Что было бы, если бы...157
Смешать, но не взбалтывать159
Кентавры, Алиса и Цирк дю Солей161
Встретятся ли два монаха?163
Эмпатируем, эмпатируем...	
Прекратили эмпатировать!164
Концептуальная интеграция в рекламе165
Секрет 10. Язык жестов, язык взглядов, язык телодвижений170
Чем на самом деле мы общаемся171
Нельзя ли поконгруэнтнее?174
Как распознать неконгруэнтность собеседника и что с этим делать177
Как повысить собственную конгруэнтность179
Печатать или нет? Вот в чем вопрос181
Конгруэнтные люди – конгруэнтные бренды182
Секрет 11. И напоследок – когнитивная легкость бытия186
Лекарство от доктора Канемана188
Ильяхов плохого не посоветует.190
Будьте легче, и люди к вам потянутся.192
В одном легком, легком мире...198
Заключение: Бизнес-лингвистика – <i>the new black</i> или утопия?201
Приложения203
Приложение 1. Блокнот для домашних заданий203
Приложение 2. Шпаргалка для ленивых: как оценить хороший текст216
Приложение 3. Учись, студент!218
Приложение 4. И на старуху бывает проруха, или Когда что-то пошло не так230
Приложение 5. Примеры успешных питчей по модели АВВС244
Приложение 6. Кому и у кого учиться писать тексты для бизнеса254
Благодарности257
Ссылки на источники260

Отзывы читателей

В книге «11 когнитивных секретов для ваших текстов и бизнеса» Оксана Смирнова рассматривает обычный человеческий язык как мощное орудие в руках предпринимателя. Как любое другое орудие, его следует использовать разумно и со знанием дела. Автор подробно и доходчиво разъясняет читателю такие понятия, как модель психического (theory of mind), картина мира, когнитивное искажение, концепт, когнитивная метафора, концептуальная интеграция, мультимодальность и многие другие.

Оксана Смирнова несет в бизнес идеи из разных дисциплин, включая нейронауку, когнитивную психологию, лингвистику, литературоведение – все эти сложные материи действительно могут пригодиться предпринимателям-практикам. Книга написана компетентно и увлекательно.

Андрей Кибрик,
*Директор Института языкознания РАН,
член Совета при Президенте РФ по русскому языку,
член Европейской Академии (Academia Europaea),
профессор филологического факультета МГУ
им. М. В. Ломоносова*

Вы не найдете в этой книге пошаговых советов о том, как написать универсальный продающий текст за 5 минут, потому что, будем честны, в реальной жизни подобных текстов просто не существует. Чтобы ваша аудитория вас услышала, недостаточно одного лишь рассказа о том, какие вы классные и какой замечательный у вас продукт или услуга. Важно говорить с вашими клиентами на одном языке. И это именно то, чему учит Оксана, раскрывая в своей книге когнитивные секреты для бизнеса. Как не оттолкнуть от себя потенциальных клиентов и инвесторов затертыми клише или, наоборот, слишком специфическими выражениями из профессионального сленга, стать ближе, понятнее, расположить к себе и сделать так, чтобы вам доверяли. Оксану выгодно отличает от многих авторов то, что она не просто теоретик, а самый настоящий практик и за свою карьеру помогла десяткам крупных компаний и стартапов выйти на рынок и выстроить выигрышную коммуникационную стратегию со своей целевой аудиторией.

Юлия Гармашова,
писатель, журналист, автор Cosmopolitan

Книга дает очень интересный взгляд на текст и на то, как он работает. С одной стороны – научно обоснованный, с другой – изложенный простым и понятным языком. Я бы сказала, что главное достоинство книги – это баланс. Баланс между экскурсом в науку и «приземлением» ее на практику: как этот принцип когнитивной лингвистики работает, как его использовать в тексте, что получим на выходе, разберем на примерах. Упражнения и домашние задания после каждой главы помогают ощутить каждый принцип на «кончике пера».

Мое любимое сочетание: когда автор тщательно отбирает только ту теорию, что нам нужна, не заставляет нас переваривать профессиональный жаргон и подбирает/придумывает упражнения, которые помогают эту информацию перевести в навык.

А еще эта книга скрывает в себе множество открытий, и их очень увлекательно совершать. Как мы воспринимаем других людей через прототипы, как от одного слова меняется смысл и посыл фразы, как в тексте взаимодействовать с читателем так, чтобы это было естественно (спойлер: можно подглядывать за автором). Остановлюсь на этом, не буду лишать вас ваших собственных открытий.

Искренне рекомендую!

Елена Асанова,

*Журналист, блогер, создатель агентства лонгридов Tellastory
и школы брендинга и сторителлинга BigTomorrow*

Необычная структура, забавные названия разделов, новые мысли и неожиданные примеры – вот чем заинтересовала меня эта книга. Она полифонична (от лингвистики и социологии до нейробиологии и искусства), информативна и очень практична для предпринимателей.

Игорь Шлёнский,

предприниматель, топ-менеджер

Книга, которая поженила мозг, социологию, лингвистику и бизнес. Автор на примерах рассказывает об ошибках, которые каждый из нас может совершить, управляя словом и делом. Прочитайте и проверьте себя. Особенно если ваша цель – творить на уровне текстов и скрытых смыслов. Спасибо автору за то, что объяснила сложное на пальцах и простое на примерах.

Маша Карабан,

*Создатель ExpandToday,
серийный предприниматель и космополит*

В книге автор выступает в первую очередь как ученый и популяризатор когнитивной науки, который невероятно кайфует от своего исследования, разбавляя его интересными заданиями и яркими примерами из практики. Это делает материал уникальным: контентом сегодня занимаются многие, но люди с академическим бэкграундом – большая редкость. После прочтения остается ощущение, как после хорошей лекции: уходишь, исписав блокнот заметками, и радуешься, что кто-то взял такую сложную тему и для тебя ее разложил. Желаю классного полета классной книге!

Елена Резанова,
карьерный стратег,
автор бестселлера «Никогда-нибудь»

Удивительное путешествие в мир слов и смыслов. Ощущение, что подслушала серию интереснейших лекций у приоткрытой двери филфака. Только с одним важным дополнением: это книга – изящное сплетение мощной академической базы с абсолютной практичностью. Да, да, я тоже не думала, что так бывает. Анализ речей, текстов, слоганов, писем – это маленькие шедевры. И, кстати, наконец-то я поняла, почему не люблю модное «я вас услышал». Всем, кто каждый день в профессиональной жизни использует великий и могучий, обязательно к прочтению. Я в полном восторге и ожидании печатной версии. Хочется еще раз медленно посмаковать, сделать пометки, закладки, а потом положить на видимый уголок письменного стола, чтобы применять, применять и применять!

Татьяна Никульшина,
независимый консультант по связям
с общественностью, медиатренер

В книге мне встретились концепты, до многих из которых я дошла сама эмпирическим путем. В процессе чтения я разложила их в своей голове по полочкам, снабдила цветными ярлычками и ссылками на авторитетные источники. Теперь, когда мы обсуждаем с клиентом формулировки и смысловую упаковку его продукта, мне достаточно сослаться на тот или иной когнитивный секрет и мои аргументы звучат уже намного более весомо.

Оксана Железнова,
маркетинговый стратег, автор блога
«Hanna Kash – маркетинг вниз головой»

Эта книга для людей думающих. Тех, кто по роду службы пишет тексты для бизнеса – своего или чужого – и хочет, чтобы тексты попадали в цель – впечатляли, влюбляли, продавали. Советы, которыми автор делится в книге, помогут вам говорить на языке клиента и тем самым достигать поставленной перед текстом задачи. К книге хочется возвращаться: перечитывать каждую главу, обдумывать и выполнять задания. По верхам не получится – только внимательно и вдумчиво.

Наталья Иоффе,
ментор по продвижению в Facebook

Вам нужны тексты, которые действительно работают? Начните с этой книги.

Любовь Дали,
*менеджер по работе с инфлюенсерами Pernod Ricard,
Руководитель пресс-службы Южного Тироля в России*

Эта книга отличается от других изданий тем, что выводит читателя за рамки технической задачи «как писать тексты». Автор предлагает шире посмотреть на процесс создания продающего поста или заметки для соцсети – с точки зрения когнитивной науки. Вначале кажется, что это сложно и не для всех. Но в процессе изучения книги делаешь тонну пометок на полях и понимаешь: и не сложно, и круто работает, и всем-всем коммерческим авторам обязательно к прочтению.

Анна Шуст,
*журналист и копирайтер,
автор трех книг-бестселлеров,
создатель онлайн-школы копирайтинга
и блога @sila.slova*

*Моим дочкам Кире и Мие,
моим племянникам Тимуру, Лизе и Алине
и всему подрастающему поколению,
которое сделает этот мир лучше*

Введение

Представьте: вы начали свой бизнес. Идея, модель, MVP*, команда, первые продажи или их отсутствие... Надо начинать рассказывать о себе и своем продукте — сам за себя он этого не сделает. Но как, если вы ничего не писали со времен школьных сочинений про луч света в темном царстве, образ Татьяны Лариной или «милльон терзаний» Чацкого?

Я работаю с текстами уже более 15 лет. Использую правильные слова, чтобы помогать российским и международным компаниям достигать бизнес-целей на локальном и зарубежных рынках.

В команде агентства *PBN Hill+Knowlton Strategies* я готовила материалы для коммуникационных кампаний ЕВРАЗ, ИКЕА, МегаФона, Яндекса, *TripAdvisor*, *Visa* и других корпораций. Последние пять лет я также консультирую стартапы и молодых предпринимателей, которые не всегда знают, с чего начать, когда нужно рассказать о себе или своем продукте друзьям, партнерам, инвесторам или клиентам. Они приходят ко мне, потому что слышат на каждом шагу: «Контент — король!», а значит — даешь больше текстов хороших и разных.

* *MVP (minimum viable product)* — минимально жизнеспособный продукт, который первым запускается на рынок, чтобы протестировать гипотезы и собрать обратную связь от потребителей.



Автор этой фразы — Билл Гейтс: в далеком 1996 году, когда некоторые из моих читателей еще не родились, он назвал так свой пост на сайте *Microsoft*. В те времена всего один процент населения земного шара пользовался интернетом, скорости подключения были до смешного низкими, сайтов с интересным контентом было мало, а читателей — много.

Уже тогда Билл предсказал, что доходы от рекламы в интернете скоро превысят доходы от теле- и радиорекламы, бóльшая часть контента будет создаваться самими пользователями, а возможности маленьких компаний и гигантов индустрии по привлечению людей через интересную и актуальную для них информацию сравниваются.



Конечно, за 20 с лишним лет многое изменилось. Появились технологии, о существовании которых Билл даже не подозревал. Мы живем в реальности, где искусственный интеллект и нейронные сети уже могут на равных с человеком создавать и распространять контент и анализировать его эффективность. Правда, нередко и потребляется такой контент тоже искусственными созданиями, например ботами.

Но интерес к качественному контенту с обеих сторон баррикад – и производителей, и потребителей информации – по-прежнему растет, несмотря на смену форматов. Мы все больше и больше уходим из принта в диджитал, от крупных федеральных изданий – к «театру одного актера»: персональным СМИ и блогам. Смотрите: аудитория одного номера старейшей деловой газеты «Ведомости» составляет чуть более 200 000 россиян, а на блог Ксении Собчак в *Instagram* подписано семь миллионов человек! Чувствуете разницу?

Все больше людей хотят «как у Ксюши», а особенно – владельцы малого и микробизнеса, представители помогающих профессий (коучи, психологи, консультанты) и фрилансеры. Ведь через собственное СМИ вроде бы проще всего продвигаться – не зависишь от редакторов, пишешь себе в соцсети все, что хочешь, а клиенты так и текут ручьем!

Но у такого массового выхода в онлайн есть и обратная сторона медали. Пару лет назад ко мне начали приходиться подкованные клиенты, которые, начитавшись постов в *Facebook* и *Instagram*, хотят получить мифического единорога – «вкусный продающий текст», составленный по всем правилам инфостилия, нейрокопирайтинга и сторителлинга, с учетом глобальных гайдлайнов на английском и отражением локальной специфики бизнеса. А главное – чтобы фаундеру тоже понравилось.

Рассказать, что дальше? Получив результат, клиент удивляется и идет «переписывать все сам». А потом я вижу на «новом» сайте или в брошюре хорошо забытое старое с «самыми передовыми технологиями», «опытной командой профессиональных экспертов», «лучшими традициями качества» и прочими штампами, которые все еще так милы нашему сердцу...

Почему так происходит? Из этой книги вы узнаете об основных принципах познания и ловушках мышления, в которые мы

попадаем, когда хотим как лучше, а получается как всегда. Разобравшись в матчасти, вы начнете замечать эти ловушки и научитесь их избегать, создавая в итоге – самостоятельно или вместе с копирайтером – тексты, которые работают на вашу задачу. Секрет прост – всего-навсего научиться говорить и слышать, опираясь на законы работы нашего мозга и зная, как устроены сознание и мышление человека.

Я расскажу вам о том, как язык каждый день создает нашу действительность, непосредственно влияя на восприятие окружающего мира. Примерно в 1970-х годах прошлого века этими вопросами серьезно заинтересовались ученые, так появилась одна из самых молодых отраслей языкознания – когнитивная лингвистика. В России методы и теории этой дисциплины до сих пор были предметом лишь научных статей и монографий, недоступных тем, кому они действительно могут пригодиться в повседневной практике. Вместе с нейронауками, которые сегодня гораздо больше на слуху благодаря «прямому доступу» к человеческому мозгу, они открывают широкие возможности перед теми, кто следит за последними трендами, готов учиться и применять новые знания на практике.

Я уверена, что многие открытия когнитивных и нейронаук сегодня будут полезны предпринимателям, маркетологам, копирайтерам и всем, кто так или иначе работает со словом. Поэтому эта книга и появилась на свет.

Готовы к увлекательному путешествию? Тогда вперед!