



Оксана Смирнова

Лингвист, кандидат филологических наук,
советник по корпоративным коммуникациям

11 КОГНИТИВНЫХ СЕКРЕТОВ

**для ваших текстов
и бизнеса**

Вершина успеха (Феникс)

Оксана Смирнова

**11 когнитивных секретов
для ваших текстов и бизнеса**

«Феникс»

2021

УДК 334
ББК 65.9

Смирнова О. М.

11 когнитивных секретов для ваших текстов и бизнеса /
О. М. Смирнова — «Феникс», 2021 — (Вершина успеха
(Феникс))

ISBN 978-5-222-33594-9

Перегруз информацией, тысячи похожих продуктов и услуг, созданные словно под копирку подходы и описания... В таком мире мы живем и работаем сегодня. Есть ли шанс привлечь и удержать внимание читателя или слушателя при таком раскладе? Есть. Эта книга о том, как последние открытия когнитивных и нейронаук помогают предпринимателям быть заметнее и убедительнее, вовлекая и увлекая за собой свою «стаю». Язык, сознание и бизнес соединены сегодня в мощную триаду. Вы узнаете, как устроены связи внутри этой триады, а одиннадцать когнитивных секретов откроют вам тайну слов, которые запомнятся надолго и приведут вас к цели. Книга будет полезна предпринимателям, маркетологам, копирайтерам и всем тем, кто создает тексты для бизнеса, каждый день вовлекая, убеждая и завоевывая аудиторию. В формате PDF А4 сохранен издательский макет книги.

УДК 334

ББК 65.9

ISBN 978-5-222-33594-9

© Смирнова О. М., 2021

© Феникс, 2021

Содержание

Отзывы читателей	6
Введение	9
Как построена эта книга	12
Конец ознакомительного фрагмента.	14

О. М. Смирнова
11 когнитивных секретов
для ваших текстов и бизнеса

© Смирнова О.М., 2021

© Оформление: ООО «Феникс», 2021

© В оформлении книги использованы иллюстрации по лицензии Shutterstock.com

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 подглядеть 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 Карaban,

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

Введение

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

Представьте: вы начали свой бизнес. Идея, модель, MVP¹, 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 «милion 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.



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.

¹ MVP (*minimum viable product*) – минимально жизнеспособный продукт, который первым запускается на рынок, чтобы протестировать гипотезы и собрать обратную связь от потребителей.

Уже тогда Билл предсказал, что доходы от рекламы в интернете скоро превысят доходы от теле- и радиорекламы, большая 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!

Как построена эта книга

Эта книга – не только о текстах. Прелесть когнитивного подхода в том, что он подсказывает нам, как вести себя в бизнесе и в повседневной жизни, чтобы быть понятным и услышанным. Подробно разбирая для вас 11 когнитивных секретов, я ссылаюсь на работы экономистов, психологов, художников, писателей, социологов, политологов, предпринимателей, нейробиологов.

В каждой главе вы найдете и теоретическую базу, и конкретные практические советы, что все это означает для ваших текстов и бизнеса. Я советую вам читать книгу с ручкой или карандашом: делайте пометки на полях и подчеркивайте то, что особенно применимо в вашей ситуации. Так вы активизируете моторные зоны коры головного мозга, и материал останется в памяти надолго.

Мы начнем разговор с того, почему наше время, несмотря на цифровую революцию и поколение *digital natives*², стало веком гуманитарного знания. Мы увидим, что здесь нет никакого противоречия, и познакомимся с когнитивными науками, которые связывают поведение человека с особенностями познания им окружающего мира. Посмотрим, чем отличается когнитивная лингвистика от школьных уроков русского языка (спойлер: всем) и по-новому взглянем на наш родной язык.

Перед тем как перейти непосредственно к секретам, мы коротко остановимся на нейронауках и искусственном интеллекте, которые также входят в состав когнитивного шестиугольника. Поговорим про нейрокопирайтинг и нейросети и подумаем, чего от них больше – пользы или вреда.

В первом когнитивном секрете мы откроем тайну особых клеток коры головного мозга – зеркальных нейронов. Узнаем, как они помогли нам превратиться в хомо сапиенсов сотни тысяч лет назад и какую роль играют в успешной коммуникации сегодня.

Второй когнитивный секрет познакомит нас с картиной мира – особенностями взгляда на окружающую действительность, которые зависят от национальности, эпохи, социальных факторов и личного опыта. Мы увидим, как различаются и в чем схожи картины мира разных людей, поговорим о когнитивных искажениях и попробуем взглянуть на реальность глазами другого человека.

Из третьего секрета мы узнаем о концептах – одной из базовых единиц когнитивной лингвистики и основе языковой картины мира. Одно и то же слово может наполняться в сознании разных людей разным смыслом и вызывать абсолютно противоположные ассоциации, и теория концептов отлично объясняет этот феномен. Поймем, как можно изучать концептосферу и главное – зачем, и посмотрим на структуру концепта «бизнес» в среде российских предпринимателей.

В четвертом секрете я расскажу вам о своем любимом приеме при работе над текстами – концептуальной метафоре. Потренируемся находить такие метафоры и органично встраивать их в сообщение так, чтобы активировать не только рациональный, но и эмоциональный мозг собеседника. Мы также познакомимся с моделью АВВС (актуальность – визуализация – вовлечение – связность), которая поможет сделать выступление успешнее.

Пятый секрет познакомит нас с категориями, по которым наш мозг структурирует знания. Вспомним Аристотеля, Лермонтова, Тютчева и немецких овчарок. Решим, что лучше – поместить наше бизнес-предложение в одну из уже существующих на рынке категорий или стать первопроходцем и создать свою собственную. Поговорим о позитивном метаязыке и «динамично развивающихся компаниях».

² *Digital natives* («цифровые аборигены») – поколение детей, родившихся после 2010 года.

В шестом секрете мы узнаем о прототипах – наилучших и самых типичных представителях категории, которые мы впитываем в себя с молоком матери. Посмотрим, как формируются прототипы и как отыскать их для своей категории товаров или услуг.

Седьмой когнитивный секрет расскажет нам о том, как работают идеализированные когнитивные модели в сознании. Поймем, почему некоторые из них воспроизводят реальность максимально точно, а некоторые вообще ее не отражают, и разберемся с прототипическими эффектами и социальными стереотипами.

В восьмом секрете откроем для себя ментальные пространства, а в девятом научимся интегрировать их друг с другом. Узнаем, как это работает в бизнесе и попробуем соединить наш мир и мир потенциального клиента в одном сообщении.

В десятом когнитивном секрете мы вспомним, что люди общаются не только словами, и поговорим о мультимодальности коммуникации. Интонация, темп и громкость речи, жесты и движения головы, мимика и направление взгляда – все эти параметры должны максимально соответствовать друг другу и произносимой речи, чтобы наше сообщение звучало убедительно.

Последний секрет этой книги позволит нам подвести своеобразный итог и вспомнить все, что мы узнали раньше. Здесь мы поговорим о когнитивной легкости как основном принципе успешного общения. Посмотрим на конкретные советы, которые позволяют снизить напряжение при восприятии информации, и на удачные примеры, а также сделаем небольшой экскурс в историю веб-дизайна и презентаций.

Чтобы новые знания перешли с уровня абстракции на уровень конкретных действий, я подготовила для вас домашнее задание к каждому секрету. Выполняйте его прямо в Приложении 1 к этой книге, чтобы все заметки оставались в одном месте. Постарайтесь не переходить к следующей главе, пока не сделаете упражнения к предыдущей.

В конце каждого секрета вы также найдете список книг и видео с дополнительной информацией по теме. Многие источники пока не переведены на русский язык – отличный повод подучить английский!

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.