



Оксана Смирнова

Лингвист, кандидат филологических наук,
советник по корпоративным коммуникациям

11 КОГНИТИВНЫХ СЕКРЕТОВ

**для ВАШИХ текстов
и бизнеса**

Оксана Михайловна Смирнова
11 когнитивных секретов
для ваших текстов и бизнеса
Серия «Вершина успеха (Феникс)»

Текст предоставлен издательством

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=66146036

11 когнитивных секретов для ваших текстов и бизнеса: Феникс;

Ростов н/Д; 2021

ISBN 978-5-222-33594-9

Аннотация

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 A4 сохранен издательский макет книги.

Содержание

Отзывы читателей	6
Введение	12
Как построена эта книга	19
Конец ознакомительного фрагмента.	24

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.

Машиа 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*

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 «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 про-

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

дукте 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.

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 инфостилля, 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 понятым 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 рус-

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

ского 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 знакомит 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 знакомит 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».

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 со-

циальными 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.