

# Вступление

Язык торговых марок стал  
эсперанто наших дней.

*Бернар Гали. Brand. Рождение имени*

Здравствуйте, коллега!

(Если вы взяли в руки книгу с таким названием, значит, вы мой нынешний или потенциальный коллега.)

Давайте знакомиться ближе.

Я начинала работать копирайтером приблизительно в одно время с Владленом Татарским\*. Ни я, ни любой из моих тогдашних «собратьев по перу», писавших, продававших тексты и сценарии рекламных роликов, понятия не имели, что такое «копирайтер». И уже тем более нигде не учились этому ремеслу.

За два постсоветских десятилетия ситуация изменилась не слишком ощутимо. То есть изменения есть: уже тысячи людей на нашей одной шестой части суши называют себя «копирайтерами». Но в любой профессиональной аудитории (даже в самой маститой) на мои слова «Поднимите руку те, кто имеет образование “копирайтер”» реакция всегда оказывается одинаковой. Ни одной руки. Ни единой. Люди начинают оглядываться и, увидев, что все присутствующие в зале, как и они, самоучки, — успокаиваются. И зря. То, что

---

\* Герой романа Виктора Пелевина «Generation “П”».

этой профессии системно мало где учат, еще не повод не учиться.

Эту книгу я написала для тех, кто хочет стать более квалифицированным в создании сильных текстов.

С момента выхода моей первой книги — «Настольной книги копирайтера»\* — прошло пять лет. За это время издано несколько добротных переводных и русскоязычных профессиональных учебных пособий, но их все равно мало. Да и ответы на многие практические вопросы дают далеко не все издания.

Всю свою профессиональную жизнь, а последние пять лет особенно старательно я выискивала, разузнавала, открывала и нарабатывала приемы мастерства.

Есть три близкие профессии, связанные со словом: писатели, журналисты и копирайтеры. Представители всех трех стали для меня источниками полезной информации.

Литературные приемы, изложенные в этой главе, все мы когда-то проходили в школе. Точнее, проходили мимо них. А теперь я хочу освежить их в памяти для того, чтобы вы осознали: они необходимы в работе копирайтера, как инженеру необходимо знание физики.

Все определения литературных тропов я для удобства по заимствовала из Википедии. Просто потому, чтобы не отсылать вас к Google или учебникам по русскому языку.

Википедия — одно из величайших достижений XXI века, сравнимое по важности разве что с «Энциклопедией», созданной Дидро, Вольтером и другими просветителями. Так что спасибо ее основателю Джимми Уэйлсу и энтузиастам за возможность быстро получить необходимую информацию. В нашем контексте это означает: если вам нужно освежить знания по литературным приемам немного глубже, обратитесь именно к ней.

---

\* Слободянюк Э. Настольная книга копирайтера. М.: Вершина, 2008.

Собранные по крупицам драгоценные сведения я вложила в свой «Клад для копирайтера» — и делюсь своими находками честно, без утайки. Многое из того, что вы встретите на этих страницах, вы не прочтете ни у одного западного гуру, да и в моей первой книге тоже кое-чего не было (тогда я еще не до всего додумалась).

Нет, я не стремлюсь ниспровергнуть ставшие легендарными авторитеты. Более того, я их донышно изучаю, следую их наставлениям и всем советую делать то же (вы заметите это по изобилию полезных цитат). Вместе с тем я предлагаю иной подход, другую технологию работы с текстом, начинающуюся от осознания каждого слова.

Впрочем, хватит прелюдий, давайте перейдем к делу!

*Ваша Элина*