

## Отзывы на книгу

Уникальность книги Дамира в том, что он сумел адаптировать свои правила создания сильного текста к самым свежим и востребованным форматам в соцсетях, включая аудиочаты и мобильные мессенджеры.

Раздел про подкасты, как и главу о видеоформатах, я читала с карандашом в руке. По сути, вы получаете ключ к самому важному в работе над контентом: как увлечь аудиторию, погрузив ее в текст, в видео или сторис? Как удержать и подвести к целевому действию, следуя от первой фразы ко второй, от второй к третьей, когда остановиться и не читать дальше — невозможно.

Хотите победить рассредоточенность вашего подписчика? Берите книгу и пишите. Даже если никогда раньше не писали, у вас получится. В ней есть все — от определения Reels до способов удержания внимания.

И, конечно, нельзя не упомянуть фантастически легкий авторский стиль. А самое интересное то, что в книге еще и спрятаны советы по повышению конверсии через контент, по созданию сообществ и выстраиванию воронок продаж. Это уже не копирайтинг, а полноценный контент-маркетинг.

**Ольга Берек**, @olgaberek, бизнес-блогер,  
президент Национальной ассоциации блогеров

---

## Примечания

- <sup>1</sup> Шутерман Д. Как создать крутой рекламный текст: Принципы выдающегося американского копирайтера. — М.: Альпина Паблишер, 2020.
- <sup>2</sup> Подробнее см.: Макки Р. Истории на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только. — М.: Альпина нон-фикшн, 2008; Воглер К. Путешествие писателя: Мифологические структуры в литературе и кино. — М.: Альпина нон-фикшн, 2015; Снайдер Б. Спасите котика и другие секреты сценарного мастерства. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014; Филд С. Киносценарий: Основы написания. — М.: Эксмо, 2016; Пропп В. Морфология волшебной сказки. — М.: Колибри, 2020; Аристотель. Поэтика. — М.: Азбука, 2015.
- <sup>3</sup> Howard Luck Gossage. The Book of Gossage: A Compilation, which Includes “Is There Any Hope for Advertising?”. Copy Workshop, 1995.
- <sup>4</sup> Здесь и далее в примерах и текстах из социальных сетей сохранены оригинальные стиль, орфография и пунктуация. — *Прим. ред.*
- <sup>5</sup> Исследование Mediascope, март 2021 года.
- <sup>6</sup> Огилви Д. Огилви о рекламе. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020.
- <sup>7</sup> Лицо, принимающее решение. — *Прим. ред.*
- <sup>8</sup> <https://restorator.chef.ru/>.
- <sup>9</sup> Чуковский К. Живой как жизнь: О русском языке. — М.: Время, 2014.
- <sup>10</sup> Кстати, и в этой отрасли есть подвижки — например, все официальные документы в Тинькофф Банке пишутся нормальным человеческим языком (спасибо Максиму Ильяхову и Ко), «Сбер» тоже движется в этом направлении. Возможно, мы застанем

- время, когда даже из документации в ЖКХ-сфере исчезнут формулировки вроде «Мы, нижеподписавшиеся».
- <sup>11</sup> Галь Н. Слово живое и мертвое. — М.: АСТ, 2020.
- <sup>12</sup> Если интересно, как выглядит подобный текст, попробуйте прочитать роман «Соглядатай» ярчайшего представителя французской школы «нового романа» Алена Роб-Грийе.
- <sup>13</sup> Карри М. Режим гения. Распорядок дня великих людей. — М.: Альпина Паблишер, 2018.
- <sup>14</sup> Точнее, почти любая. За 15 лет работы я встретил лишь одну сферу, для которой работа с социальными сетями не подходит. Это ритуальный бизнес. Не буду вдаваться в подробности — это крайне чувствительная для всех тема. Однако скажу, что и здесь есть ряд исключений, например, аккаунт девушки-танатолога, аккаунты бюро судебно-медицинской экспертизы и даже клуб бальзамировщиков в Facebook.
- <sup>15</sup> Ключевые показатели эффективности. — *Прим. ред.*
- <sup>16</sup> Де Боно Э. Искусство думать. — М.: Альпина Паблишер, 2019.
- <sup>17</sup> Де Боно Э. Гениально! Инструменты решения креативных задач. — М.: Альпина Паблишер, 2018
- <sup>18</sup> Де Боно Э. Искусство думать: Латеральное мышление как способ решения сложных задач. — М.: Альпина Паблишер, 2019
- <sup>19</sup> Альтшуллер Г. Найти идею. Введение в ТРИЗ — теорию решения изобретательских задач. — М.: Альпина Паблишер, 2018.
- <sup>20</sup> Прикен М. Гейзер в голове. Креативные техники и мыслительные стратегии для рекламы, маркетинга и СМИ. — СПб.: Дитон, 2012.
- <sup>21</sup> Де Боно Э. Шесть шляп мышления. — Минск: Попурри, 2009
- <sup>22</sup> Каплунов Д. Нейрокопирайтинг. 100 приемов влияния с помощью текста. — М.: Бомбора, 2017.
- <sup>23</sup> Не забывайте, что перед «или» нужна запятая, а следующее после «или» слово в заголовке надо писать с большой буквы.
- <sup>24</sup> ROI — это показатель возврата инвестиций. *Прим. ред.*
- <sup>25</sup> Очень личная ремарка. Друзья, пожалуйста, помните, что «Компания» и «кАмпания» — два совершенно разных слова.
- <sup>26</sup> Ламотт Э. Птица за птицей: Заметки о писательстве и жизни в целом. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019.

- 27 Существует ряд бизнесов, в которых конфиденциальность почти 100%-ная, — медицина, психология, инвестиции и т. д. В этом случае делайте акцент на других пунктах.
- 28 И вновь сделаю оговорку: у нас нет задачи заставить человека купить что-то «втридорога», мы лишь актуализируем реальный ценовой уровень.
- 29 Безусловно, это очень тонкая грань, и каждый раз при работе над текстом Вы должны держать в голове, что не имеете права навязывать человеку свою волю (или волю заказчика). Для себя я сформулировал так: мои тексты и видео не должны создавать искусственного ажиотажа (часто это называют «цыганским гипнозом»), и потом читатель не должен испытывать покупательского похмелья — состояния, когда человек болезненно сожалеет о покупке, сделанной под влиянием эмоций.
- 30 Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. — М.: АСТ, 2020.
- 31 Чалдини Р. Психология влияния. Убеждай, воздействуй, защищайся. — СПб.: Питер, 2020.
- 32 Дилтс Р. Фокусы языка: Изменение убеждений с помощью НЛП. — СПб.: Питер, 2021.
- 33 Зимбардо Ф. Эффект Люцифера: Почему хорошие люди превращаются в злодеев. — М.: Альпина нон-фикшн, 2021.
- 34 Кови С. Р. Семь навыков высокоэффективных людей: Мощные инструменты развития личности. — М.: Альпина Паблишер, 2015.
- 35 Исследование Mediascore, март 2021 года.
- 36 Если Вы когда-либо увидите обратный процесс — непосредственно перед мероприятием заявляются скидки на билет, это будет однозначно свидетельствовать о некомпетентности организаторов и о полном провале продаж.
- 37 Этот же фактор лежит в основе популярности закрытых баров и ночных клубов, у которых нет вывески. Располагаться они могут в жилых домах или даже в промышленных зонах, и, чтобы попасть внутрь, необходима рекомендация от постоянного посетителя и прохождение строгого фейс-контроля.
- 38 Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.

- 39 Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.
- 40 Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.
- 41 Голдратт Э., Кокс Дж. Цель: процесс непрерывного улучшения. — М.: Попурри, 2021.
- 42 Каррейру Дж. Дурная кровь: Тайны и ложь одного стартапа Кремниевой долины. — М.: АСТ, 2020.
- 43 <https://secretmag.ru/opinions/spiridonov.htm>.
- 44 Кэмпбелл Д. Тысячеликий герой. — М.: Прогресс книга, 2019.
- 45 Кстати, примечательно, что знаменитый советский филолог Владимир Пропп пришел к аналогичным выводам, исследуя русский фольклор, и описал их в своей книге «Исторические корни волшебной сказки». СПб.: Питер, 2021.
- 46 Арабов Ю. Механика судеб: Опыт драматургии «действительной жизни». — М.: Парад, 1997.
- 47 <https://esquire.ru/rules/3879-jean-luc-godard/#part1>.
- 48 Кстати, у супергероев также всегда есть своя ахиллесова пята. Илья Муромец до 33 лет не мог ходить; у Бэтмена психологическая травма из детства; Халк — глуповат и вспыльчив.
- 49 Я так часто упоминаю Бузову в книге, потому что Ольга — отличный пример героя с проработанной цельной концепцией. Пусть не всегда однозначной, но крайне убедительной и вовлекающей аудиторию.
- 50 Макки Р. Истории на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только. — М.: Альпина нон-фикшн, 2008.
- 51 Цит. по: Правила жизни Джона Ле Карре / Esquire (<https://esquire.ru/rules/142-john-le-carre/>).
- 52 <https://youtu.be/S6U0Jx-zBM8>.
- 53 Автор книги «Дорожная карта шоураннера», консультировал сценарные группы таких сериалов, как «Во все тяжкие», «Скандал» и др.
- 54 Концепция Гранта Кардона, согласно которой, если приложить в десять раз больше усилий, чем все остальные, на выходе получишь результат в десять раз больший, чем у всех остальных. См.:

Кардон Г.: Правило в 10 раз больше: Единственное, что отличает успех от поражения. — М.: АСТ, 2017.

55 <https://www.instagram.com/stories/highlights/18078125395094114/>.

56 Аккаунт @damirkhalilov.

57 Привожу эти категории здесь, поскольку копирайтер должен понимать, кому будет показано объявление, которое он готовит.

58 Пример не оплачен рекламодателем. В этой книге вообще ничто и никем не оплачено.

59 <https://tiburon-research.ru/cases/issledovanie-podkasty-auditoriya-reytingi-podkastov-i-podkasterov>.

60 [https://mediascope.net/upload/iblock/77d/Online%20audio%20ad\\_Mediascope\\_141118.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/77d/Online%20audio%20ad_Mediascope_141118.pdf).

61 Кстати, в книге я почти не касаюсь вопроса SEO-оптимизации текста. Причина проста: основная часть контента социальных сетей либо вовсе не индексируется социальными сетями (как посты и Stories в Instagram), либо индексируется со слабым приоритетом (посты в «ВКонтакте»). Исключения — «Яндекс.Кью», «Яндекс.Дзен» и YouTube.

62 <https://youtu.be/pMBz-246m2U>.

63 <https://vm.tiktok.com/ZSoB2gYW/>.

64 Аккаунт @alex.tolkachev.

65 Настолько, что генеральный директор TikTok Кевин Майер называл Reels сервисом-подражателем и обвинил Facebook в нечестной конкуренции.

66 Шугерман Д. Как создать крутой рекламный текст: Принципы выдающегося американского копирайтера. — М.: Альпина Паблишер, 2020.

67 <https://synonymonline.ru/>.

68 Шаламов В. О правде в искусстве. Собр. соч. в 4 т. — М.: Вагриус, 1998.

69 Иванов Г. Петербургские ночи. — М.: Азбука, 2000.

70 Санников В. З. Каламбур как семантический феномен // Вопросы языкознания. 1995. №3.

71 Чуковский К. Живой как жизнь: О русском языке. — М.: Время, 2014.

72 <https://ru.wikipedia.org/wiki/Гонзо-журналистика>.

# МЕТОД СКОЛЬЗКОЙ ГОРКИ

- 73 Ионицкий А. Лети с приветом!: 200 писем рекламодателям от лучшего сейлза Большого Гнездниковского переулка. — М.: Альпина Паблишер, 2015; Ионицкий А. Сноб: Беспрецедентные письма. — М.: Альпина Паблишер, 2016.
- 74 Малый академический словарь. — М.: Институт русского языка АН СССР, 1957–1984.
- 75 Мьюзак — фоновая музыка разного качества, доносящаяся из колонок и громкоговорителей в общественных местах. Музыкант Брайан Ино ввел аналогичный по значению термин «музыка для аэропортов».
- 76 Grammar Nazi — выражение сетевого фольклора, характеризующее человека, который, «пренебрегая интересами коммуникации, обсуждает не заявленную тему, а ошибки в письменной речи собеседника. Для Grammar Nazi характерно прежде всего желание исправлять речь собеседника, а не разговаривать с ним» (определение Максима Кронгауза).
- 77 Чиксентмихайи М. Поток: Психология оптимального переживания. — М.: Альпина нон-фикшн, 2020.
- 78 Чирилло Ф. Метод Помидора: Управление временем, вдохновением и концентрацией. — М.: Бомбора, 2020.
- 79 Да Винчи Леонардо. Суждения о науке и искусстве. — М.: Азбука, 2014.
- 80 Исследование Mediascope, март 2021 года.
- 81 Цит. по: Наденьте творческие вериги (по примеру Довлатова) // Русский язык. №29 (365), 1-15.08.2004 (<https://rus.1sept.ru/article.php?ID=200402911>).
- 82 Аграновский В. Вторая древнейшая: Беседы о журналистике. [http://lib.ru/newproza/agranowskij\\_w/agran\\_01.txt](http://lib.ru/newproza/agranowskij_w/agran_01.txt).