

Ірина Костюченко

# КОПІРАЙТИНГ В АЛГОРИТМАХ

Київ  
2021

УДК 659.1  
К 71

**Костюченко, Ірина**

К 71 Копірайтинг в алгоритмах / Костюченко І. — К. : «Агенція «ІРІО», 2021. — 128 с.

ISBN 978-617-7754-32-8

Це чесна книжка про копірайтинг, в якій акумульований досвід і методики автора, що пише тексти впродовж двадцяти років. З цієї книжки ви дізнаєтеся про: методи створення текстів із покроковими схемами; редагування текстів — своїх і чужих; універсальні кроки для написання тексту; маркери якісного тексту; питання для взаємодії з клієнтом; а також 20 дрібниць, які бісять читача. Це книжка без шаблонів; огульних тверджень; понтів; «води» і «чарівних пігулок».

Для широкого кола читачів.

**УДК 659.1**

Усі права застережено.

Жодної частини цієї книжки не можна відтворювати в будь-якій формі без письмового дозволу власника авторських прав.

ISBN 978-617-7754-32-8

© Видавництво «Агенція «ІРІО», 2021  
© Костюченко І. Текст, 2021

*«Дозвольте вам просто сказати:  
Не продається натхнення,  
Та можна рукопис продати».*

О. Пушкін  
(Переклад І. Костюченко)

## ВІДГУКИ НА КНИЖКУ ІРИНИ КОСТЮЧЕНКО «КОПІРАЙТИНГ В АЛГОРИТМАХ»

Гачок, на якому висить черв'ячок — збільшує ефективність риболовлі. Кожен текст має продавати — вчить нас Ірина. І ця книжка — приклад успішного застосування даної тези, адже рясніє черв'ячками-принадами. Особисто для мене першим із них став тест-завдання на 17 сторінці. Я набрав у ньому 45 балів, мене це потішило — ото я молодець!

Далі — більше (читайте та шукайте самі).

Та найголовніша принада цієї книжки, на мій погляд, — сам факт її існування. А ще — прохання Ірини написати на неї рецензію. По-перше, мені лестить, коли до мене звертаються по рецензію, адже це означає, що твоя думка має цінність. По-друге, як певно кожен, кого назвали експертом, я вважаю, що я би написав би цю книжку краще... Але ж я не написав, та й навряд чи колись напишу. Оскільки переконаний, що не всі професійні секрети варто публікувати. Ірина ж вирішила по-своєму і подарувала вам (саме подарувала, адже ціна цієї книжки значно менша за її реальну вартість) купу професійних секретів. Та ще й зробила все це легкою і красивою мовою.

Тож мені як запрошеному експерту залишається лише додати ще один алгоритм:

1. Придбайте цю книжку. Цим ви висловіте свою вдячність усьому колективу, який працював над її створенням, та реально підтримаєте українську мову і професіоналів, які володіють нею.

2. Прочитайте цю книжку. Навіть якщо вважаєте себе експертом — ви зможете знайти в ній або щось нове, або предмет для дискусії з іншими експертами. А якщо у вас вистачає здорового глузду не вважати себе експертом — вам буде приємно порадіти за автора і корисно покращити свої навички.

3. Поділіться власними враженнями про цю книжку, чим підкреслите свою експертність. А ще ви допоможете іншим дізнатися щось нове і корисне.

4. Покладіть цю книжку на стіл (в жодному разі не ставте її на полицю чи у шафу). По-перше, книжка буде у вас під рукою. По-друге — всі бачитимуть, які розумні видання ви читаєте.

5. Напишіть Ірині відгук на її книжку. А краще одразу замовте у неї текст / книжку для себе. Адже авторка довела, що вона Майстриня Копірайтингу, а вам потрібен ефективний текст «тут і зараз», а не «колись, якийсь, але мій».

6. Опануйте цю книжку і додайте свій пункт до запропонованого алгоритму. І тоді він стане вашим, як і видання, що його ви придбали. (див. п.1).

І нехай ваш день буде сонячним!

*Андрій Каптур, PhD (marketing),  
future & reputation developer, автор книжки «Репутація»*

«Книжки — це дзеркала! І якщо в них дивиться мавпа, то звідти не може визирнути лик апостола». Ці слова приписують публіцисту Георгу Крістофу Ліхтенбергу, що жив у XVIII сторіччі. Його фраза, яка вже стала крилатою, запала мені в пам'ять, адже вона стосується всіх текстів, а не лишень книжок. Це я напевне знаю як колишній чиновник, який за свою кар'єру написав і прочитав тисячі документів. Навіть якщо написати геніальну інструкцію з досягнення успіху, багато що залежатиме від того, хто саме її прочитає. І навпаки... Прикро, коли у таке «дзеркало» з обох боків дивляться мавпи, що тільки-но злізли з дерева. Слово — то таки «твердая криця», як і пророкувала колись Леся Українка. Але зброя тільки тоді є зброєю, якщо вмієш нею користуватися. Ця книжка про копірайтинг — не для всіх, про що свідчать звороти і метафори, що ними послуговується авторка. Якщо у вас немає за плечима середньої і вищої освіти, які сформуvalи загальну ерудицію, то навіть прості покрокові інструкції, розміщені у цьому виданні, нелегко буде зрозуміти і виконати. Що ж стосується тих, хто входить до певного «елітного» клубу читачів, які розуміють усі відсилки до старих жартів, класичних творів тощо, то вони запросто зроблять перші серйозні і системні кроки в копірайтингу. Людство навчилося створювати неймовірні симфонії, використовуючи всього лишень сім нот. Тільки уявіть собі, що можна створити, жонглюючи 33-ма літерами і десятками тисяч слів?! Хочете навчитися? Тоді читайте цю книжку...

*Дмитро Золотухін, заступник міністра  
інформаційної політики 2017–2019 рр.*

Уміння складати і розбирати, точно розуміти, що саме, після чого і коли називається інструкцією. Світ більше не є небезпечним і диким. Спершу він став функціональним, потім красивим, а зараз набуває функціональної краси. Архітектура народилася з куренів і землянок, переросла мазанку, затрималася на світлицях і палатах, вистрілила бароко, модерном і ампіром, організувалася в конструктивізм, відкинувши вульгарність рококо. А як із текстом? Букви і слова розвивалися не менш динамічно. З бувальщин і легенд, крізь чисту ліру та закутки білого вірша, дійшовши до інструкцій і каталогів, поняття з сотень речень зібралися у десятки слів, зрозумілих і чітких. Люди заговорили сотнями мов, оперуючи мільйонами термінів. Майстри слова увійшли в конфлікт з архітекторами мов, залучили на свій бік літературну інженерію, пізнавши технології компіляцій — і мистецтво стало ремеслом. Про технологію слів і силу смислів від технолога текстів Ірини: інструкція прямої дії з методів виробництва текстів.

*Дмитро Касьянов, консультант*

«Копірайтинг в алгоритмах» — професійна сповідь на задану тему. Авторка почувається впевнено у професії і не боїться відкривати внутрішню кухню ремесла копірайтера. Текст книжки не лише добре структурований, а й має гачки для утримання уваги читача. Визначення про копірайтинг як роботу зі свідомістю інших варто взяти на озброєння, як і «Велику сімку запитань». У книжці помітне власне «я», проте авторка розкриває секрети ремесла, і це мають оцінити і майстри, і підмайстри роботи зі словом.

*Євген Магда, кандидат політичних наук,  
доцент Видавничо-поліграфічного інституту  
НТУУ КПІ імені Ігоря Сікорського,  
директор Інституту світової політики*

Я пишу ці рядки, прочитавши анонс чергового додатку, що генерує тексти за допомогою штучного інтелекту. Кількість AI-сервісів зі створення контенту більшає, вони дедалі вдосконалюються. Дуже на часі книга Ірини Костюченко про ті алгоритми, що визначають унікальність і цінність копірайтера — людини, яка фахово створює тексти для інших людей.

Копірайтерам і представникам професій, дотичних до комунікацій, книжка допоможе уникнути потрапляння до «червоного океану» конкуренції зі штучним інтелектом, допоможе визначити фокус у розвитку своїх сильних сторін — як людини та фахівця.

Також ця книжка буде корисною власникам бізнесів. В Україні розповсюджена практика, коли бізнес сфокусований винятково на розвитку виробничих переваг (якості сировини, технології створення продукту), а цінність копірайтингу вимірює не результативністю впливу тексту, а кількістю знаків.

У книжці покроково описуються всі етапи перетворення «сировини» думок на якісний текст, який викликає емоцію, змінює поведінку — і стає вирішальним аргументом у боротьбі за увагу та прихильність споживача. Штучному інтелекту з цим завданням не впоратися.

Питання лише в тому, чи наважитесь застосувати алгоритми копірайтингу саме ви?

*Тетяна Єщенко, Head of communications,  
комунікаційне агентство GOLUBi GROUP.*

У книзі викладено сухе резюме досвіду, який автори зазвичай акумулюють роками, збираючи крихти, вишукуючи закономірності, роблячи власні висновки з мільйонів прочитаних сторінок. Отримати такий посібник на самому початку професійного шляху — величезний подарунок. Він економить час і дає можливість йти ще далі, шукаючи нових додаткових знань і набуваючи більш глибокого досвіду. Дуже рекомендую всім, хто збирається писати тексти, і не лише копірайтерам. Зрештою, розумна людина завжди зможе відібрати з розсипу самоцвітів саме той, що їй наразі стане у пригоді.

*Марія Босакевич, PR-ник,  
співзасновник «Центру прикладної політології»*

Писати про копірайтинг — як танцювати про архітектуру. Але якщо можна створити найкращий текст про те, як створити найкращий текст — то він перед вами.

Що більше інфоспаму, то помітніша справжність. Світ настільки перервантажений буквами і реченнями, що ми забуваємо головне: «текст-який-працює» народжується тоді, коли автор розуміє, хто його читач

і куди його слід привести. Тільки в цьому випадку слова здатні змінити світ.

З одного боку, ця книжка — абсолютна демістифікація копірайтингу і копірайтера. З іншого — чітка технологія великої і складної роботи, без якої не народжується Автор.

Книзі властивий і тонкий психологізм, й іронія, і вміння «в усьому дійти самої суті». А як надати тій суті форми, то для цього в книзі є спеціальні розділи і вправи, які дозволять опанувати мистецтво написання текстів навіть людям без яскраво вираженого таланту.

Я б хотіла працювати з тими, хто навчався за цією книжкою, або в Ірини Костюченко. Тому що той, хто сьогодні навчиться так писати, стане людиною з факелом у непрохідній темряві інфобізнесу.

*Дар'я Манжарова, Head of Alumni Office  
бізнес-школи МІМ*

**Б**ачу цю книжку як інструмент для набагато ширшої аудиторії, ніж професійні копірайтери чи автори текстів. Як ментор і засновник Школи Масштабуючого Коучингу я фіксую потужний запит експертів різних галузей на вміння письмово спілкуватися зі своїми аудиторіями. Спілкуватися грамотно, але простими словами, створювати власну риторичку, але обирати той горизонт і ту частоту звучання, яка відгукується саме їхнім читачам. Щоб аудиторія чула і розуміла, що каже експерт, і водночас усвідомлювала його експертність. Тільки той, хто синхронізує ці речі, може сподіватися, що за професійними послугами люди підуть саме до нього.

Ресурс книги — для експертів, які це усвідомлюють, але не намагалися розповісти про себе і свою діяльність самостійно. Таким людям я рекомендую прочитати книжку і, можливо, вийти в публічну площину.

*Ірина Золотаревич, засновниця Школи  
Масштабуючого Коучингу, экс-радник  
Прем'єр-міністра України, автор 8 книг*



# ПРО КНИЖКУ

**Ц**е чесна книжка про копірайтинг. У ній акумульований досвід і методики автора, що пише тексти з 2003 року.

## **У книзі є:**

- 5 методів створення текстів із покроковими схемами;
- 3 кола редагування текстів — своїх і чужих;
- 13 універсальних кроків для написання тексту;
- 7 маркерів якісного тексту;
- 7 питань, що потребують відповіді до початку роботи;
- 7 питань для взаємодії з клієнтом;
- 20 дрібниць, які бісять читача.

## **У книзі нема:**

- шаблонів;
- огульних тверджень;
- понтів;
- «води»;
- «чарівних пігулою».

## ПРО АВТОРА

Ірина Костюченко р. н. 1979.

Копірайтер, автор курсу «Копірайтинг в алгоритмах», письменниця.

Досвід роботи з текстами: 25 років від першої публікації.

Досвід копірайтингу: 19 років.

Досвід фрілансу та проектної роботи: 14 років.

Спеціалізація: фінанси та фінансові установи, компанії та ринки, традиційна та зелена енергетика, політичні процеси та виборчі кампанії, фармацевтика та медицина, освітня та медична реформи, тарифи та ЖКГ, девелопмент і будівництво, права споживачів і рітейл, історія та подорожі.

Створювала тексти для Кабміну, МОН, МОЗ, НБУ, ПФУ, інших державних установ, комерційних компаній, публічних осіб.

За освітою культуролог, закінчила Києво-Могилянську Академію.

Автор книжок про історичних діячів Великої Британії та історичних стримів.

Вступ

## КОПІРАЙТИНГ І КОПІРАЙТЕР

**В**и це робите. І не намагайтеся заперечувати: всі це роблять. Я про тексти, в разі чого. Ви пишете пости і колонки, ведете ділову документацію та листування, створюєте тези для виступів і розробляєте рекламні матеріали. Або, щонайменше, оцінюєте і коментуєте текстові матеріали ваших колег.

А чи замислювалися ви колись, *як* ви це робите? Або як це роблять інші?

### Зазвичай люди пишуть на підставі:

- інтуїції;
- практичного досвіду;
- випадкового набору «правил написання тексту».

У школі нам доводиться писати твори, в університеті — курсові, на роботі — ділові документи. Для кожного з цих форматів є свої критерії, однак усі вони мають дещо спільне: їх пишуть для *чогось*, а не для *когось*.

Тому зазвичай із «текстами взагалі» люди працюють, ніби їх кинули у воду: вплинеш — молодець, «а як ні — то ні». Розумію це відчуття: колись дитиною, вміючи хіба що триматися на воді, опинилася посеред великого кар'єра. Відтоді знаю, що до берега на адреналіні дістатися можна. Тільки краще вміти плавати, не боючись глибини і відстані, — менше втомлюєшся.

Робота з текстами чимось подібна до плавання: одна справа — протриматися до прибуття рятувальників, друга — плавати неподалік берега для задоволення, третя — бути професійним спортсменом, який володіє різними стилями і технікою.

## Майстерність і методологія

Відмінність копірайтера від представника іншої професії, якому доводиться писати, полягає в тому, що перший володіє *методологією* створення текстів. Саме методологія є ознакою майстра та маркером його *майстерності*. Це справедливо для будь-якої професії, включно з тими, які називають творчими або креативними.

Майстерність не має нічого спільного з шаманським камланням для закликання музи. Якщо робота копірайтера подібна на «танці з бубоном», то цій людині або бракує досвіду, або вона просто грає на публіку.

Майстерність не має нічого спільного з текстовими «рибами», «козами» чи іншими заготовками на всі випадки життя. Шаблонні тексти вмить вираховує фахівець, та це ще пів біди — їх інтуїтивно відчуває читач.

Натомість справжній майстер має набір покрокових технологій, методів виконання своєї роботи. До них можна звернутися — і знайти рішення. Те, що зветься «талантом» або навіть «геніальністю», насправді є вмінням комбінувати ці рішення під час виконання практичного завдання.

Майстерність копірайтера полягає не в тому, що він уміє писати — більшість людей пише. І навіть не в тому, що він це робить швидко, багато чи легко. Копірайтер уміє працювати зі свідомістю інших. Він здатен перетворити потік власної свідомості на ключі до мізків, сердець і рахунків.

Навіть коли в музи вихідний.

## Копірайтинг як особлива форма роботи з текстами

Є кілька професій, що базуються на вмінні писати тексти. Наприклад, журналіст, письменник і т. д. Але не всі вони можуть стати копірайтерами, як і не кожен копірайтер буде добрим письменником чи комунікаційником чи репортером.

### Копірайтинг — особлива навичка роботи з текстом.

Наприклад, мета журналіста — щоби його текст *прочитали*, причому якомога більше людей. Мета копірайтера — щоби його прочитали «хто треба», а потім *виконали* те, до чого закликає текст. Перший продає інформацію, другий — товар, послугу, ідею, про які пише копірайтер.

### Поясню на цифрах. Припустімо, є два тексти.

1. Перший прочитали 50 тисяч осіб, він отримав 30 тисяч лайків, 15 тисяч репостів, 100 тисяч коментарів. Якось змінили свою поведінку, припустімо, 20 осіб.
2. Другий прочитали 500 осіб, він отримав 200 лайків, 100 репостів і 100 коментарів. Виконали те, до чого закликав текст, 50 осіб.

Для журналіста «ситуацією успіху» є перший текст. Для копірайтера — другий.

Порівняймо письменника і копірайтера. Письменник, на відміну від копірайтера, може писати «у стіл». Наприклад, Кафка за життя був чиновником у страховому товаристві, а виявився генієм. Тексти копірайтера мають оприлюднюватися, і якомога швидше. Письменник створює тексти «на десятиліття» чи навіть «на віки». Копірайтерські тексти — актуальні «тут і зараз». Так, «Іліаду» читають уже дві з половиною тисячі років, а навіть відносно «нетлінний» текст на сайт варто корегувати принаймні раз на рік.

Ця книжка — не про «тексти взагалі», хоча кожен, хто пише, знайде в ній користь. Ця книжка про копірайтинг як спосіб мислення та набір відповідних прийомів.

## Десять тез про копірайтерське мислення

**Теза 1.** Копірайтер — людина, яка насамперед створює або обробляє *сенс* — зміст, смисл, ідею. Тільки коли цей сенс визначений, усвідомлений і записаний простими словами меседж, він може бути «розшитий» у текст чи набір текстів або ні.

**Теза 2.** В копірайтерському мисленні є дещо середньовічне, бо він почувається не як «автор» чи «творець», а як *ремісник і продавець*. Копірайтер показує в тексті не те, яким класним та унікальним є він сам, а яким класним та унікальним є хтось інший або щось інше.

**Теза 3.** Копірайтер — єдина професія, де можна писати тексти, «не підставляючи другої щоки», бо свої літери-слова-абзаци ми віддаємо комусь *іншому*. Копірайтинг — це хованка для трікстерів від письменництва і таких собі «сірих кардиналів».

**Теза 4.** Копірайтерський текст завжди щось *продає чи просуває*, навіть якщо це «щось» є для читача умовно безплатним. Це може бути як товар, так і людина або ідея; але «щось» неодмінно є, і копірайтер має фокусуватися саме на цьому.

**Теза 5.** У кожного тексту є *замовник*: клієнт, внутрішній клієнт, наприклад начальник на роботі, вчитель дитини, якому копірайтер допомагає створювати сценарій свята. Але головним замовником копірайтера є він сам — і коли натискає кнопку «опублікувати» у соцмережі, і коли вирішує, чи можна вже показувати текст комусь іще.

**Теза 6.** Копірайтер має ставити до себе *вищі вимоги*, ніж будь-хто інший. Саме такі копірайтери стають найкращими у своїй

професії — і водночас вони зберігають відносну незалежність і психологічну стійкість.

**Теза 7.** Кожен копірайтерський текст має свою цільову аудиторію. Копірайтер прагне не «поінформувати» цих осіб, а вплинути на їхню поведінку: купувала людина товар X — має купити Y, голосувала за Петренка — має голосувати за Іваненка, не пристібалася в машині — тепер «рука сама тягнеться» до паска безпеки, вважала певну ідею дурницею — стала її адептом.

**Теза 8.** Крім замовника та ЦА, копірайтеру доводиться мати справу з низкою *фахівців*: дизайнером, піарником, менеджером, журналістом ЗМІ, медійником тощо. Копірайтер має бути обізнаним з нюансами їхньої діяльності — хоча би на рівні «як це працює».

**Теза 9.** Текст завжди побутує в певному *контексті*: у змістах, які існують у свідомості ЦА, на тлі їхніх «фонових знань», серед інших повідомлень тощо. Копірайтер має володіти контекстом, бо це значною мірою визначає і те, яким буде сам текст — за обсягом, структурою, мовою тощо.

**Теза 10.** Копірайтер має усвідомлювати, що неможливо написати ідеальний текст. Важливо написати і здати вчасно «достатньо якісний текст», який відповідає ТЗ і здатний «закрити» проблему клієнта.

## Копірайтинг як частина професії копірайтера

Стукання пальцями по клавіатурі — лише частина професії. Вміти написати текст — це, як сказали би математики, лише «необхідна умова», та аж ніяк не «достатня». Треба вміти організувати процеси та продати результати своєї праці.

## Етапи роботи копірайтера

1. Обслуговування замовника: пошук, спілкування, вивчення цілей клієнта та особливостей ЦА.
2. Робота з технічним завданням — ТЗ: напрацювання бази знань і текстів, опанування термінології.
3. Менеджмент процесів: самоорганізація, пошук інформації, листування, таймінг.
4. Створення тексту: складання плану та написання «букв і слів».
5. Редагування: обробка тексту, «вігострення» його для певної цілі, виправлення помилок.
6. Продаж: себе як копірайтера, власного бачення тексту.
7. Облік: фінанси, податки, узгодження розцінок і термінів оплати.

Написання тексту забирає близько 25–30% часу та зусиль. Ще 20–25% часу — це редагування, всі його етапи. Дотекстова робота з ТЗ — також близько 20–25%. Решта етапів — це 5–10% кожен.

Книжка присвячена здебільшого алгоритмам створення та редагування тексту, а також питанням взаємодії з клієнтом. Однак і без інших знань і навичок «уміння писати» майже нічого не варте. Тому в книзі йдеться і про ці аспекти роботи.

## Хто може бути копірайтером

Теоретично назватися копірайтером може будь-хто, незалежно від віку, знань, освіти, кваліфікації, рівня інтелекту, способу життя, досвіду тощо. Курси — теж не гарантія знань і кваліфікації, більшість із них обіцяє «навчити кожного» за пару місяців.



На мою думку, є дві головні вимоги з серії *must have* до людини, яка хоче опанувати професію:

- вона вміє мислити — володіє формальною логікою, може розібратися у причинах і наслідках, здатна до синтезу, вміє послідовно описати процес;
- вона має велику базу прочитаних текстів, зокрема класичної літератури, яка є не лише взірцем, а й невичерпним джерелом, звідки можна «смикати» ідеї, словосполучення, цитати.

Здатність мислити і база текстів напрацьовуються або ні (частіше ні) ще у шкільному віці. Спілкуючись із підлітком, як правило, вже можна зробити попередні висновки про його потенціал. Але стати копірайтером одночасно з отриманням паспорта — складно, майже неможливо. Потрібен певний життєвий досвід, який можна отримати лише під час самостійного життя. Уявляючи сучасні реалії, я би обережно сказала, що копірайтером навіть здібна людина може стати десь після 25 років. Але це не означає, що не варто намагатися і тренуватися.

## Завдання

Пройдіть тест і визначте свій потенціал у професії. Кожна відповідь «ні» дає 1 бал, кожна відповідь «частково» або «іноді» — дає 2 бали, кожна відповідь «так» — 3 бали.

1. У школі я чесно читав майже всі тексти, які задавали по літературі.
2. Я не розумів, навіщо списувати твори чи реферати.
3. Іноземна мова? Так, я вивчив самостійно.
4. Періодично проходжу тести на інтелект і радюю результатам.

5. Мені подобається робота, пов'язана з систематизацією чи каталогізацією.
6. Перед ремонтом чи поїздкою завжди складаю план.
7. Помножити тризначне число на двозначне на папірці швидше, ніж шукати калькулятор.
8. Між романтичною комедією та бойовиком я оберу пізнавальну документалку.
9. Іноді з рідними або з друзями розмовляю цитатами.
10. Колись я писав/ла вірші або оповідання.
11. Я легко створюю пости на кілька абзаців у соцмережах.
12. Часом так і кортить переписати якийсь речення в діловому листі або новині.
13. Автоматично помічаю помилки в рекламі й тривалий час не можу про них забути.
14. Якщо мені треба продати якусь річ, я завиграшки напишу оголошення.
15. Іноді я мрію написати книжку і навіть вигадую якісь уривки тексту.

## Результати

**15–25 балів:** добра новина — ви навряд чи прокидатиметеся о третій ночі, щоби переписати постскриптом.

**25–35 балів:** добра новина — у вас є потенціал у професії, але його треба розвивати і... читати більше книжок.

**35–45 балів:** вітаю, колего!