**Словарь копирайтера**

**А**

**Абзац** – это метод стилистического оформления текста, который посредством отступа красной строки вправо делит текст на логические части. Для удобства чтения и восприятия все тексты желательно разделять на абзацы по 3-5 строк в каждом.

**Автор** – лицо, которое благодаря своим творческим способностям и талантам создало конкретное произведение.

**Авторский лист** – единица измерения текстового материала, которая соответствует 40 тыс. печатных знаков.

**Авторский перевод** – осуществление перевода конкретного текста непосредственно автором, его создавшим.

**Авторское право** – совокупность юридических норм, призванных регулировать правоотношения, возникающие в процессе создания и использования произведений литературы, искусства и науки.

**Аналитический жанр** – способ изложения материала, который содержит анализ, итоговые обобщения, исторические справки, экономические и прочие пояснения, предназначенные для установления причинно-следственных связей, выводов и оценок.

**Анкор** - ключевое слово или фраза, которую необходимо вставить в текст в виде ссылки. Текст ссылки, как правило, располагается между тэгами <a> и </a>.

**Аннотация** – краткое изложение информации (о статье, журнале и пр.) в виде характеристики предмета освещения.

**Анонс -** выделение в начале текста основной «ударной» мысли, которая отражена в излагаемом материале;

2) рекламное сообщение о предстоящем мероприятии.

**Антрефиле** – небольшая статья или заметка в СМИ, которая обычно не имеет ни заголовка, ни подписи, и выступает разновидностью коммерческой пропаганды определенной компании, ее продуктов и услуг.

**Б**

**Блог** – личный дневник в сети Интернет, в котором автор регулярно размещает интересующую его информацию, а также личные переживания, комментарии и наблюдения.

**Блогер** – человек, который на профессиональной или любительской основе занимается ведением и сопровождением блога.

**Бокс** – часть текста рекламы, которая выделяется обводкой.

**Бриф** – 1) специальный шаблон, содержащий определенные вопросы, ответы на которые позволяют четко понять суть технического задания; 2) краткий и систематизированный набор различных сведений и данных.

**Брошюра** – книжное печатное издание, которое имеет не более 48 страниц текста, соединенных между собой с помощью шитья скрепкой или ниткой.

**Буклет** – одна из разновидностей имиджевой печатной рекламы, которая изначально печатается на одном листе, затем складывается и легко читается без необходимости разрезки.

**Бэкграунд** – информация, которая может быть использована без необходимости уточнения источника.

**В**

**Вкладыш** – разновидность печатной рекламы, которая исполняется на дорогом полиграфическом носителе, содержащее конкретное рекламное послание и размещается в крупном печатном издании.

**Владелец информации** – лицо, которое обладает определенной информацией, а также правами на ее использование.

**Вычитка** – чтение и проверка текстового материала перед сдачей выполненной работы на предмет наличия в тексте грамматических, орфографических, стилистических и др. ошибок.

**Г**

**Газета** – периодическое печатное издание, которое освещает последние новостные события, а также тематические материалы.

**Глобальная реклама** – использования одного текстового рекламного сообщения, переведенного на многочисленные языки, с целью последующего одновременного размещения в мировых СМИ.

**Д**

**Дайджест** – краткая версия печатного периодического издания, литературного произведения или других подробно изложенных сведений.

**Девиз** – короткая фраза, отражающая основную рекламную идею, корпоративную миссию или политический лозунг.

**Дезинформация** – распространение заведомо ложных сведений и данных в определенных целях.

**Дескрипшн** - (англ. - description - описание) - тег <Description> - содержит короткое описание содержания web-страницы. Используется поисковыми машинами с целью составления краткого описания страницы при выдаче результатов поиска. Оптимальная длина - 150-200 знаков.

**Директ-мейл** – прямая почтовая реклама, которая распространяется через электронные почтовые ящики в сети Интернет.

**Ж**

**«Желтая пресса»** – печатные СМИ, имеющие большие тиражи, которые специализируются на размещении сенсационных материалов, а также занимающиеся распространением домыслов, непроверенных фактов и противоречивых слухов.

**Журнал** – периодическое печатное издание в виде книжки.

**Журналист** – лицо, занимающееся подборкой , редактированием и подготовкой к печати разнообразных материалов и связанное официальными трудовыми отношениями с периодическим СМИ.

**Журналистика** – вид деятельности, который связан с получением, обработкой, анализом и распространением важной и полезной с общественной точки зрения информации.

**З**

**Заголовок** – заглавие произведения и отдельных его составляющих частей.

**Запрос информации** – один из официальных методов получения информации, получаемой от непосредственного источника.

**Зачин** – часть рекламного текстового сообщения, которая расшифровывает слоган и предшествует информационной части.

**Заявочная реклама** – разновидность печатной почтовой рекламы, имеющей целью побудить получателя осуществить заказ товара по почте.

**И**

**Издатель** – это субъект, который является своеобразным посредником между автором и конечным читателем. Он осуществляет поиск автора, редактирование исходного материала, подбор иллюстраций и непосредственную печать готового материала.

**Издательство** – официальное юридическое лицо, которое занимается подготовкой и выпуском печатной продукции.

**Изография** – точное воспроизведение письменных знаков и почерков факсимильным способом.

**Иллюстрирование** – снабжение текстового материала фотографиями, рисунками, символами, графиками, диаграммами и прочими изображениями.

**Интеллектуальная собственность** – права, которые относятся к литературным авторским произведениям, научным разработкам и достижениям, авторским проектам, фирменным значениям и прочим результатам интеллектуальной деятельности.

**Интервью** – беседа журналиста с каким-либо лицом для конкретного печатного издания или же другого информационного носителя.

**Информационное письмо** – послание информационно-рекламного характера, составленное на фирменном бланке и адресованное конкретному лицу или организации.

**Информационное право** – совокупность норм, регулирующих правоотношения государства, физических и юридических лиц со СМИ и другими структурами, обладающими определенной информацией.

**Информационный жанр** – способ изложения материала , который освещает конкретные факты, события, ситуации, а также отвечает на вопросы «кто?», «что?», «где?» и «когда?».

**Информационный рынок** – совокупность СМИ и иных информации в конкретном регионе, государстве, которые предлагают потребителю информационный продукт, сегментированный по различным областям знаний и тематическим направлениям.

**Информация** – сведения и данные о лицах, фактах, событиях, объектах и прочих явлениях вне зависимости от формы их предоставления.

**Инфотейнмент** – так называемое «развлечение информацией», когда журналист в развлекательном виде освещает конкретные события и факты.

**Источник информации** – физическое лицо, которое в силу своего служебного положения и профессиональных знаний обладает интересующей информацией. К ним также можно отнести официальные статистические сведения, доступные базы данных, а также источники.

**К**

**Кейвордс** - (англ. keywords - ключевые слова) - тег <Keywords> содержит в себе список ключевых слов, которые используются на web-странице. Оптимальная длина - до 250 знаков.

**Клише** – фраза, которая некоторое время назад считалась оригинальной, но актуальность ее использования утерялась по мере частоты употребления.

**Ключевые слова** (ключи) – слова, либо словосочетания, на основании которых роботы поисковых систем занимаются поиском информации по определенным критериям. Ключи составляют из популярных запросов пользователей. Цель копирайтера - вписать ключи в текст грамотно и красиво в том виде, который требует заказчик: в прямом вхождении, значит без изменения числа и падежа слова, или в любом вхождении. Плотность ключевых слов также должна учитываться.

**Колонтитул** – надпись (заголовок), которая размещается на каждой странице над основным текстом.

**Конверсия** – превращение целевого посетителя web-сайта в клиента и покупателя.

**Контент** – информационное содержание web-сайта. Иными словами, вся содержащаяся на страницах сайта информация в виде текстов, таблиц, картинок, видео и др.

**Конфиденциальная информация** – сведения, которые предоставляются с условием их последующего неразглашения.

**Копипаст** - копирование текста из разных источников без изменения.

**Копирайт** – знак, подтверждающий авторское право.

**Копирайтер** – специалист по написанию рекламных и продающих текстов.

**Копирайтинг** – написание рекламных и продающих текстов, написание уникальных статей. Многие в этом значении употребляют слово "копирайт", однако это неправильно. Копирайт - это право автора на свое произведение.

**Корректура** – комплекс мероприятий, направленный на исправление ошибок.

**Косвенная реклама** – размещение материалов, содержащих скрытую рекламу, под видом журналистской статьи.

**Креатив** – творчество, основанное на нестандартном и оригинально преподнесении собственного таланта.

**Л**

**Лемматизация** – процесс нахождения начальной формы слова на основе его словоформы.

**Лента** – печатное объявление в газете, которое располагается в виде низкого подвала по всей ширине полосы.

**Лид** – первый абзац статьи, который является небольшим экскурсом к основной части и отражает основную идею всего текста.

**Линк** - ссылка, ведущая на страницу в интернете.

**Листовка** – разновидность печатной рекламы, содержащая текстовые сообщения информационного характера на листе небольшого формата.

**Логотип** – фирменный знак компании, отличающий ее от других.

**Лозунг** – сокращенная формулировка идеи рекламного или политического характера.

**М**

**Масс-медиа** – классический синоним выражения «средства массовой информации».

**Модератор** – специалист, который занимается контролем над соблюдением пользователями правил работы, нахождения на сайте, а также размещения на нем информационных материалов.

**Модерация** – осуществление контроля над соблюдением правил работы, нахождения на сайте, а также размещения на нем информационных материалов.

**Н**

**Набор текста** – выполняемая вручную операция по расположению печатных знаков.

**Надпечатка** – текст рекламно-информационного характера, который располагается на сувенирной продукции.

**Нейминг** – разработка имени компании или товара.

**Новостная лента RSS** – информация, содержащая перечень обновленной информации на конкретном ресурсе.

**Новость** – свежая информация об определенных событиях, которая ранее не была известна и нигде не освещалась.

**Ньюсмейкер** – лицо, которое своей деятельностью и своей персоной привлекает повышенное внимание со стороны СМИ.

**О**

**Обзор** – сжатое сообщение о явлениях, которые объединены между собой общей темой.

Обратная связь – естественно или специально организованная реакция целевой аудитории на предоставленную информацию.

**Оптимизация сайта** - система мероприятий, необходимых для улучшения позиций сайта в выдаче поисковых систем.

**Очерк** – литературное произведение небольшого объема, описывающее жизненные факты.

**П**

**Плагиат** – представление чужого произведения как свое собственное, а также использование (даже частичное) материалов других авторов без ссылки на них.

**Плотность ключевого слова** – показатель, который определяет отношение ключевого слова к общему количеству слов в тексте (выражается в процентном соотношении).

**Полоса** – страница печатной продукции, на которой скомпонован материал.

**Портфолио копирайтера** – информация о копирайтере, дающая представление о качестве предоставляемых им услуг: собрание образцов работ либо ссылок на выполненные работы.

**Постскриптум** – приписка к уже оконченному и подписанному текстовому материалу.

**Постинг** - комментирование блогов, написание сообщений на различных форумах и др. Сообщения и комментарии называют постами.

**Пресс-кит** – дополнительные текстовые и иллюстративные материалы, которые добавляются к пресс-релизу.

**Пресс-релиз** – информационное сообщение для СМИ, на основании которого готовится публикация.

**Принцип Пирамиды** – разновидность построения текста , на основании которого основная мысль размещается в самом верхней части текста. Остальной материал размещается под ним в зависимости от его значимости.

**Р**

**Разворот** – две смежные полосы периодического издания или книги, которые находятся в одной плоскости.

**Редактирование** – комплекс действий, который направлен на подготовку текстового материала к печати и включающий в себя исправление орфографических и стилистических недочетов.

**Рекламная аудитория** – совокупность лиц, способных ознакомиться с рекламным сообщением.

**Рекламный текст** – текстовый материал, который позволяет получить представление о рекламируемом объекте, осветить все преимущества и убедить в выгоде рекламируемого предложения.

**Релевантность** – степень соответствия документа или статьи конкретному поисковому запросу.

**Релевантный текст** – текст, который соответствует поисковым запросам.

**Рерайтинг** - переписывание готового текста своими словами, но с сохранением смысла. Применяется для достижения уникальности текстов для поисковых систем. Данный вид работы можно сравнить с пересказом. Рерайтинг может быть сложным (когда за основу нового текста берется несколько источников информации) или простой, когда в работе используется один источник.

**С**

**Семантика** – область знаний, направленная на изучение значений слов.

**Семантическое ядро** – набор ключевых слов и фраз, наиболее точно определяющих сферу деятельности компании, ее товаров и услуг.

**Слоган** – короткая фраза, выражающая основную рекламную идею.

**Seo текст или Seo копирайтинг** - написание текстов с обязательным использованием необходимого количества ключевых слов. Плотность употребления ключей в тексте измеряют в процентах и указывают их точное количество.

**Семантическое ядро** - набор ключевых фраз и слов, которые позволяют точно определить содержание сайта.

**Спичрайтер** – специалист, который занимается составлением текстов для выступления известных и авторитетных личностей.

**Старение информации** – утрата информацией актуальности, несоответствие текущему моменту времени.

**Статья** – информационный текст определенной тематической направленности, раскрывающий отдельный конкретный вопрос.

**Стиль написания** – совокупность лексических, стилистических средств, которые применяются автором при написании текстов.

**Т**

**Тайтл** - (англ. title - заголовок, название) - текстовая составляющая web-страницы, которая в сжатой форме характеризует ее содержание. Тайтл отображается в заголовке окна браузера, который открывает необходимую web-страницу. Говоря более научный языком, тег <Title> имеет большую важность:

1) он сообщает тему страницы и привлекает внимание поисковых роботов;

2) это текстовый заголовок, появляющийся на странице результатов поиска в виде гиперссылки;

3) текст, использующийся при закладке страниц во время добавления выбранной странице в список предпочтений.

Оптимальная длина title - 50-80 знаков.

**Текст** – совокупность предложений, которые объединены в одно целое общей темой и основной мыслью.

**Текстовик** – специалист по написанию текстов.

**Текстовый блок** – разновидность рекламного носителя в Интернете, который коротко описывает объект рекламы и оставляет ссылку на ресурс.

**Тематическая статья** – статья, которая посвященная определенной конкретной теме.

**ТЗ (бриф)** - техническое задание. В техническом задании заказчик уточняет все требования и пожелания по выполнению заказа.

**Тошнота текста** – численный показатель, определяющий степень заспамленности (засореннсти) текста ключевыми словами. Для того чтобы текст легко читался, рекомендуется удерживать этот показатель в пределах 3-7%.

**У**

**Уникальность текста** - текст принято называть уникальным в том случае, когда поисковые системы в ответ на запрос не выдают абсолютно идентичных текстов, размещенных ранее.

**Ц**

**Целевая аудитория** – совокупность потенциальных потребителей, которые с наибольшей вероятностью способны приобрести рекламируемый товар или воспользоваться предлагаемой услугой.

Денис Каплунов, Грядунова Маргарита