

Master Consillieri

ДРАЙВ

Секреты Силовой Виртуорики

3

Еще несколько слов о «стиле палп», чтобы «залакировать» тему и дать ориентиры для ваших текстов, чтобы они воспринимались с неугасаемым интересом.

Принося заодно и коммерческую выгоду.

Кстати, именно деньги чаще всего вызывают расколбасы и являются предметом обвинения в циничности.

Поэтому возьмите в руку банкноту в 5000 (или другую), посмотрите на нее внимательно и задайте себе вопрос:

«Неужели я настолько ебанут неадекватен, что считаю, что у меня есть проблемы с этим говном?»

Проблемы с деньгами - это всегда:

1. Проблема с менталитетом - мозг непрерывно генерит убеждение (фрейм):

«Я не могу их иметь»

2. Проблема с обменом («Я не могу и/или не хочу быть полезным для других»).

Разобравшись с этими пунктами, вы избавитесь и от безденежья.

Итак, в чем основные особенности палпа и как мы можем использовать их к своему профиту?

Бульварные произведения всегда сфокусированы вокруг четкой сюжетной идеи.

Применительно к нашим целям это означает, что тексты должны быть четко и однозначно позиционированы, и это позиционирование должно выдерживаться в пределах всего текста, сайта или рекламной кампании.

Точное позиционирование мы изучим на специальном курсе, а пока уложите в голову главную идею позиционирования:

«Позиционировать что-либо означает сделать это максимально понятным и привязать к какому-то известному аудитории эталону, стилю, объекту или жанру».

Возможностей для позиционирования бесчисленное множество и, если вы знаете необходимое ноу-хау, то можете влезть даже в самую плотную нишу, всего лишь изменив позиционирующие параметры.

Вы с этого момента должны перестать грешить несвязанными общей идеей визуалами и сталкивать разные жанры, стили и концепции дизайна.

Второй признак палп-стиля — легкость чтения.

Скачано с сайта openssource.biz

Аудитория не должна искать словарь, чтобы понять, о чем вы пишете.

Если вы изучите произведения королей этого стиля (например, Чейза) то увидите, насколько прост и доходчив их язык.

И речь не о примитивизме, а о доступности смысла даже для самых тупых.

Сложность текста определяется, конечно, аудиторией, но, даже если вы пишете для выпускников философского факультета Оксфорда, пишите так, чтобы текст могли понять и пятиклассники.

Ибо, Оксфорд это, конечно, хорошо, но даже самый крутой интеллеktуал среагирует на картинку голй жопы лучше, чем на цитату из Кьеркегора.

Еще один признак палпа – быстрое развитие сюжета и высокая динамика развития событий.

С точки зрения копирайтинга это означает минимум трындежа и самопредставления и максимум воздействия и «экшн».

Поэтому так важно позиционирование – оно создает мгновенное впечатление заменяющее тысячу слов.

Ну, а старый добрый вопрос на тему того нужно ли писать короткие тексты или длинные, я бы решил в пользу текстов

минимальной длины, если они предоставляют все необходимые детали для принятия решения.

Трындеть часами будете на пенсии...

И палп, и копирайтинг, и боевые искусства, и клизма от запора имеют одно общее свойство:

Они практичны.

Украшения, сложные навороты и усики на презервативе оставьте идиотам – тем, кому нужны «шашечки», а не езда.

Еще один важный признак хорошего палпа и хорошего копирайтинга:

Они и сами по себе доставляют кайф...

Это значит, что, когда я читаю, например, хороший палп (или хороший блогпост), я не только проникаюсь интересом к сюжету или объекту рекламы, но и кайфую от хорошего стиля и слога.

Мне интересен и сам продукт, и его продвижение, если оно адекватно и эстетично.

Хороший палп – это единство названия, дизайна и контента.

То же самое – хороший лендинг или презентейшн.

Хороший палп дает избавление от суеты и забот повседневной жизни.

Хороший контент делает то же самое.

Вот почему так велик спрос на бульварную литературу – и такой же спрос будет на ваш продукт, когда вы овладеете Виртуорикой.

Возвращаясь вновь к вопросу цинизма и меркантильности...

Все, чего желает автор палп-произведения – это денег.

Он знает как этого добиться, и ему похер насколько цинично для этого нужно себя вести.

Авторы бульварного чтива находятся в честном обмене с аудиторией – они дают ей что-то, что вызывает эмоции, и она им за это платит.

Если у вас есть какие-то щепетильности на этот счет – избавьтесь от них, и у вас появятся деньги, имущество и здоровая нервная система.

Палп, как и копирайтинг – это коммерческий процесс – глупо проявлять тут неуместное жеманство, ибо в обоих случаях единственная цель – сделать как можно больше продаж.

Еще один важный общий аспект палп-творчества и копирайтинга любого рода:

Они не имеют никакого отношения к суперспособностям.

Любого человека (кроме тотально ленивого раздолбая) можно за короткое время сделать миллионером, научив его коммерческому палпу.

Он не обязательно будет писать, как Кинг или Ладлэм, но будет читаем и любим.

Палп – это технология, и способности тут нужны лишь для того, чтобы оторвать жопу от дивана и сесть за клавиатуру.

Опытный сторителлер знает – как построить сюжет, на какие эмоции надавить и как извлечь из этого максимум прибыли.

Он может сочинять душещипательную сцену, заставляющую рыдать навзрыд, и в то же время думать о бутерброде с колбасой.

Профи циничны – врач не обязан рыдать вместе с вами – он обязан быть эффективным.

Задача палп-автора, как и копирайтера – выдавать регулярно определенное количество знаков, которые превращаются в деньги.

Остальные соображения – говно собачье...

Между авторами художественных произведений и палп-авторами периодически возникают терки, похожие на терки между художниками и малярами.

Писатели, исповедующие «чистое искусство» делают гордое лицо типа:

«Никогда Воробьянинов не протягивал руки»

Такие фреймы хорошо иметь, если у тебя лям баксов, яхта и красивая жена.

А, если ты нищеврод, то либо расширь фреймы, либо сужай либидо.

В этом еще одна важная особенность палп-технологии – она меняет убеждения на продуктивные, и у вас появляются деньги.

Это и есть здоровый цинизм – жить так, как ты реально заслуживаешь, не требуя чужого и не отдавая своего.

И это тоже дает изучение палпа.

Как это работает?

Когда вы начинаете креативить в "стиле палп" вы волей-неволей меняете менталитет на более практичный, поскольку нужно регулярно выжимать из людей слезы, страх, смех.

Тут уже не до сантиментов или моральных переживаний.

Изменившийся менталитет по принципу обратной связи меняет поведение и в других сферах – так же, как меняется поведение игрока в шахматы или покер.

Так что палп – это спасительный маяк в океане придурков, и любые споры о том, что «искусство не должно думать о деньгах» идут лесом – вместе с теми, кто не может заработать себе на хлеб.

Радуйте людей, пугайте их, очаровывайте, выводите из себя, внушайте надежду, изумляйте – и вы всегда будете в цене.

Нет ничего плохого в том, чтобы быть киллером.

Плохо лишь быть хуевым киллером...

Палп держится на том, что большинство людей – Мечтатели, а не Делатели – до стадии Действия они не доходят.

И палп помогает им одолеть вину и незавершенку.

Так же работает и реклама, которая говорит:

«Если ты будешь на полчаса в неделю надевать этот пояс, то накачаешь себе невъебенный пресс, даже если ты куришь, пьешь пиво и жрешь сало...»

Когда Мечтатель сталкивается с необходимостью Действия, он выпадает в осадок и чувствует нарастающее чувство тревоги.

Палп устраняет эту тревогу и поэтому востребован в этом мире неврастеников и депрессушников.

Еще один важный принцип, который исповедует палп и который полезно знать текстовикам:

«Мы не пытаемся подогнать аудиторию под себя – мы пытаемся подогнать себя под аудиторию».

Речь не о моральных принципах – никто не собирается становиться идиотом, чтобы понравиться идиотам.

Речь о том, чтобы дать аудитории то, что она хочет иметь и за что готова вступить с нами в интимные коммерческие отношения.

Пиши круто...

Пиши быстро...

Зарабатывай много...

Хороший профессионал знает как работать, развлекать и зарабатывать.

Он знает, что писательство – это Битва.

И выигрыш в ней – внимание аудитории...

Элоквенс: Технические Секреты Виртуорики

Любая технология держится не только на общей концепции и стратегии, но и на конкретных технических приемах, которые необходимы, чтобы ваши стратегические замыслы воплощались в жизнь легко и эффективно.

Для Виртуорики такими приемами являются специальные риторические техники, к изучению которых мы сейчас приступаем, а полностью освоим в курсах тролль-коучинга.

Многие лентяи и неудачники скажут, что нельзя научиться быть мастером – для этого нужно родиться мастером.

Вам скажут:

«Куда ты лезешь? Нельзя стать вторым Шекспиром или Кингом – займись лучше строительством или продажей шаурмы.

Если вы забьете на эти советы, то неизбежно станете лучше.

Шекспир и Кинг прошли именно этот путь, начав с неудач и слабых текстов, которые не пользовались успехом.

Оба они получили хорошее образование, изучили секреты мастерства и стали теми, кем мы их знаем – гениями.

Риторика – одна из фундаментальных основ Виртуорики – ее технический арсенал.

Это – крутая наука убеждения, круче которой нет ничего – все остальное держится на ее принципах и законах – от Аристотеля до НЛП и Фрейм-Разрушения.

Быстро и эффективно работающий автор – это автор, владеющий риторикой – из этого правила нет исключений.

Мы начинаем потрясающую тему – я рекомендую хранить и беречь все модули Виртуорики как зеницу ока – они пригодятся в любой сфере – копирайтинге, тролль-коучинге, продажах, пиаре, лекциях, блогинге, онлайн обучении – где угодно, ибо это и есть самая суть Технологий Влияния – применить нужные слова в нужном месте в нужное время.

Риторика – такая же царица гуманитарных наук, как математика – царица технических...

Все, что касается убеждения, касается и риторики, кроме одного приема:

«Аргументум ад бакулум» - «Угрожать бейсбольной битой, пока с вами не согласятся...»

Моя задача в этом и следующих модулях Виртуорики дать полный набор риторических приемов, которые превратят ваши тексты в оружие убеждения огромной силы и разовьют ум до такого уровня, что использование этого оружия не будет вызывать ни малейших проблем.

Талантливы ли Шекспир, Кинг и сотни других писателей, чьи имена сохранило Время?

Безусловно...

Но, кроме того, они еще и ремесленники, прекрасно владеющие инструментами, к изучению которых мы приступаем...

Шекспир натырил немало чужих идей, которые сумел развить и улучшить, благодаря формулам и техникам, которые вы изучите – может быть, вам удастся улучшить и его тексты...

Обязательно заведите каталог риторических приемов – это будет ваш настольный справочник до конца жизни...

Рекомендую следить за выпусками Виртуорики с описанием этих приемов по нескольким причинам:

1. Техник много и собирать их самим по отдельности, отделяя важные от неважных вы запаритесь – на это уйдут годы.

2. Не всегда применение этих приемов очевидно для копирайтинговых целей и целей убеждения – нужны конкретные примеры – я дам их в наглядной и понятной форме.

3. В применении техник много «ноу-хау», которое нужно знать, чтобы не напортачить.

Итак...

Технические приемы

Начнем с **Аллитерации** – приема, который известен с давних времен, и при правильном применении работает на уровне «ниже радара» за счет аудиально-визуальной стимуляции определенных зон головного мозга.

В отечественном копирайтинге я его не замечал (не считая собственных экспериментов с этой техникой), но наш копирайтинг вообще не заморачивается профессиональным подходом – пары прочитанных книг от «манн и фербер» или «альпины» большинству достаточно.

Аллитерация – это игра согласными буквами, которые повторяются в разных комбинациях и этим создают скрытый образно-эмоциональный эффект:

«Сука косоглазая...» проворчал
рассвирепевший Вася.

(Здесь свистящее «с» с небольшой аллитерирующей добавкой «к» возбуждает ощущение скрытой угрозы).

«Алилуйя, любимый...», Клара положила ларец и приласкала кота Роланда.

(Игра буквами «л», «р» придает фразе игривость и скрытую чувственность).

Прием не самый простой – начинающий может свалиться в переизбыток и «нижедарность» исчезнет.

В поэзии этот прием применяется намного чаще и, кроме того, он используется для создания так называемых «жестко кодирующих» текстов, действующих на подсознание – мантр, заговоров, молитв, специальных пропагандистских материалов и так далее.

Но это – отдельная тема – мы изучим ее на курсах пиара в тролль-коучинге.

Особенностью аллитерации является также то, что фраза с этим приемом обычно хорошо запоминается, даже, если она совершенно абсурдна, и поэтому он применяется для рекламных слоганов, мемов или «попевок» (джинглов).

Многие скороговорки также используют аллитерацию:

«Карл у Клары украл кораллы...», «Шла Саша по шоссе...».

Попробуйте придумать какой-нибудь нелепый текст аллитерируя, например буквы «м» и «р».

Если это получится, подумайте как сделать аллитерирующую рекламу детских подгузников, найдя те буквы, которые стимулируют эмоции нежности и заботы...

Внимательно изучая Сеть, вы найдете много примеров аллитерирующих мемов – например, мемы с кошками часто используют аллитерацию «п» и «т».

Эта техника широко применяется и в песнях, а также в «рэпе».

Прием аллитерации очень прикольный и помогает неслабо прокачать креатив – пробуйте...

Второй прием, который мы сегодня рассмотрим это **Полиптотон** – название слегка замороченное, но лишь, пока вы не поймете его сути: употребления одного и того же слова в разных падежах или грамматических формах.

Начну с буржуйского примера...

Есть у Битлз такая песня: “Please, please me”.

Это наглядный пример полиптотона, поскольку слово “please” употребляется здесь в двух различных грамматических формах: этикетное междометие и глагол повелительного наклонения.

В русском литературном языке этот прием тоже весьма распространен, потому что придает речи особую выразительность за счет повтора одного и того же слова в разных падежах:

«Ладно бы хоть херня была не херовой... А то и херни то нынче нормальной не найдешь...»

«Обычно люди пытаются решить проблему проблемой... В итоге проблем становится слишкомдохрена...»

Полиптотон применяется в политическом пиаре и риторике, потому что при умелом применении он создает эффект афористичности, точности и дальновидности говорящего:

«Они привели вас в жопу... Мы выведем вас из жопы...»

Это сильно влияет на убедительность, потому прием рекомендую освоить.

Продолжение техник Виртуорики и риторики будет в следующем выпуске Некошера и в классе тролль-коучинга.

Задание:

1. Тщательно изучите материал
2. Составьте краткий конспект его основных положений и подберите лаконичные иллюстрации для каждого из них.
3. Заведите словарь приемов Виртуорики и риторики и занесите в него два новых термина, дополнив описание своими собственными примерами.
4. Зарегьтесь в телеграм-группе Технологии Влияния, если вы еще этого не сделали:

<https://t.me/joinchat/CuBvPj8tJ1jb64Z5LnL-3g>

Код тотал-бонуса:
540