

Некоторые моменты риторики, полезные для создания игр.

К читателю.

Я не ставлю целью описания всего курса риторики в данной методичке, как и не претендую на истину в последней инстанции. Моей целью при создании нижеизложенного, в первую очередь, было обратить внимания на существующие средства воздействия, которые могут быть изложены в письменной речи. За основу взят материал курса «Риторика для магистров негуманитарных направлений и аспирантов».

Так же постараюсь быть краткой, но в меру. Итак, моя версия адаптации правил красноречия для текстовых игр. По ходу изложения будут встречаться мои комментарии, которые выражают мою точку зрения и могут быть оспорены.

Введение.

Что бы было от чего оттолкнуться нашим размышлениям, приведу те определения, которые были взяты за основу пособия.

Риторика – это наука о речи.

Речь – это говорение, протекающее во времени, облеченное в звуковую, письменную или электронную форму. Каждая форма речи имеет свои специфические законы, но большинство тенденций присущи каждой из них.

Язык – это знаковый код и система правил использования знаков.

Норма языка может быть кодифицированной, то есть зафиксированной в словарях и грамматиках, и узус, который является речевой привычкой. Русский язык состоит, в том числе, и из огромного количества узусов,

которые принадлежат многочисленным культурам. Каждая лингвокультура содержит свои ценности, стереотипы и установки. Поэтому используя элементы других узусов можно создавать более ярких персонажей, с колоритной речью и специфическим мировоззрением. Но! Речь произнесенная от имени одного и того же лица должна быть основана только на одной, максимум трех не взаимоисключающих лингвокультурах. Например, ваш герой может говорить с уральским акцентом, используя байкерский сленг и кулинарную терминологию, но не может перескакивать с уральского на краснодарский узусы.

Риторика условно разделяется на общую и черную. Общая риторика преследует цели захвата и удержания внимания, адресной презентации той или иной позиции и мысли, а черная риторика – внушения и манипулирования людьми.

Классическая риторика содержит пять разделов, которые со времен античности развиваются и изменяются, дополняются и перерождаются. При создании любого произведения, основанного на тексте, по моему мнению, хорошо было бы использовать первые три из пяти разделов. Оставшиеся – это удел устной речи. Итак, та-та-та-дам:

- 1) Инвенция – изобретение мысли, последующий отбор исходного материала и систематизация знаний. Итоговая подборка должна преследовать цель восприятия изобретенной вашей мысли адресатом, как своей собственной.
- 2) Диспозиция – разработка структуры текста. Выбор варианта расстановки понятийных участков.
- 3) Элокуция – выбор средств словесного выражения, необходимых украшений, средств воздействия и уловок.
- 4) Запоминание
- 5) Исполнение

Хотя пятый пункт тоже важен. В нашем случае – это написание игры.

Поэтическая речь – это речь с установкой на эстетически значимое впечатление. Практическая речь исключает эстетику, а поэтическая нарушает автоматизм восприятия.

С основами как будто все, если что-то упустила – поясню по ходу повествования.

Правила риторики.

Хоть я и обещала не отвлекаться на аспекты устных выступлений, но не смогла вырезать общие правила риторики. Поэтому привожу их «как есть». По моему мнению, они ни для кого лишними не будут.

1. Коммуникативное сотрудничество. Данный принцип подразумевает разговор со слушателями о самих слушателях в той или иной степени. Главным девизом этого пункта можно выбрать следующую фразу: «Долой монолог!».
2. Избегайте канцелярских стандартов. В качестве плохого примера посмотрите мои тексты – большая часть фраз оттаена протокольным духом и официальщиной. У формализованного стиля есть только один плюс: более точная передача информации в ущерб красочности и выразительности.
3. Выбор степени интимизации в зависимости от адресной аудитории. В письменной речи менее актуально, но доверительная атмосфера всегда повышает расположение к автору.
4. Не вещать в пространство, а поддерживать иллюзию зрительного контакта. В письменной речи не используется.
5. Вставляйте перекрестные вопросы по типу «Что я думаю о нем/ней/них?», «Что он/она/они думают обо мне?», «Что он/она/они думают, что я думаю о них?». Данный ход позволяет создать ощущение родственного разума, параллельного течения мыслей, или хотя бы человека, знающего о проблемах другого.
6. Фактор говорящего/пишущего. Он состоит из шести пунктов, пять из которых могут быть полезны при написании игр:
 - 1) Обаяние
 - 2) Искренность
 - 3) Объективность
 - 4) Дружелюбие
 - 5) Умеренная уверенность в своих знаниях и точке зрения
 - 6) Знание описываемого предмета.
7. «Если хочешь стать хорошим оратором, стань интересным человеком». К писателям относится в полной мере. Вспомните, как вы читали

произведения или играли в текстовые игры разных людей и сопоставьте с информацией об авторах. В подавляющем большинстве случаев вы заметите тенденцию: чем шире круг интересов автора, тем интересней его творение.

8. Преодолевайте свой страх прежде, чем начать выступать с речью или сесть работать над текстом. Любой страх передастся на подсознательном уровне и испортит впечатление у адресата.
9. Обеспечьте себе эмоциональный всплеск той же тональности, который вы хотели бы передать. Опять же только два словесных жанра не передают эмоции творящего – это протокольная речь и научный труд, которые пишутся максимально формализованным языком.
10. Уважайте своего адресата, будь то хоть слушатель, хоть читатель или игрок. Учитывайте его мироощущения, мировосприятия и мировоззрения.
11. Не беритесь работать в рамках тем, которые вам неинтересны и безразличны.
12. Искренность автора заразительна и подкупает.

Признаки качественного текста.

Текстовая игра должна быть цельным произведением. Вы согласны? Если да, то ниже приведены три признака хорошей речи, которые в идеале должны соблюдаться при любой линии прохождения игры.

1) Целостность

- а. Тематическая однородность
- б. Логическая связность

Эти признаки относятся не только к содержанию, но и таким аспектам, как модальность, тональность и эмоциональность. Так как текст должен образовывать некоторое единство, то каждая следующая его часть должна быть предсказуема исходя из предыдущих частей. Непредсказуемый поворот – это уже риторический прием, нуждающийся в точечном применении. Но это не значит, что весь текст должен быть монотонным! Напротив, накал страстей и эмоций, скорость повествования и насыщенность сюжета могут изменяться по

ходу повествования, только изменения должны быть не скачкообразными.

- 2) Относительная законченность.
- 3) Этикетные рамки. В текстовой игре можно ограничиться словом «Конец» в окне каждого финала.

Канон речи.

- 1) Логос – это словесные средства, которые используются для собственных логических предположений и аргументации. Включает в себя установку позиции и ее понимание.
- 2) Этос – это конвенциональные условия ведения речи, предписываемые обществом. С его помощью обычно показывают понимание чужой точки зрения.
- 3) Пафос – это эмоции, направленные на принятие решения, действие, формирование общего впечатления и на гармоническое решение проблемы. Отсутствие пафоса ведет к сухости, а избыток современным обществом воспринимается негативно. Золотая середина определяется выбором читателя, к кому обращен текст. Разные возрастные, социальные и гендерные группы имеют различную чувствительность к пафосу, поэтому текст, для одной категории, являющийся слишком сухим, для другой эмоционально зашкаливает.

Здесь же упомянем о канонической композиции:

- 1) Краткое вступление
- 2) Развернутое повествование
- 3) Краткое заключение

Если использовать формулу развернутое-кратное-затянутое, то скорей всего ваш текст будет воспринят, как издевательство.

Виды культуры речи.

Тот факт, что существует больше одного вида культуры уже ни у кого не вызывает сомнения. В зависимости от ваших целей, вы можете использовать любой из них при написании игры. Но если вы желаете представиться грамотным и высокообразованным человеком, ненавязчиво презентовать себя как элиту, то настоятельно рекомендую использовать элитарный тип культуры речи. (И да. Я понимаю, что мой текст до такой высокой планки еще не дорос. Но я не самый лучший пример, поэтому ориентируйтесь на классиков, на словари и грамматики, на записи дикторов 60-70 годов. Современные радио- и телеведущие не годятся, потому что ошибки в большом количестве допускают даже на центральных каналах, и я не могу назвать ни одного современного постоянного образца элитарной культуры, разве что канал «Культура».)

А теперь чуть подробнее:

- 1) Элитарная культура. Она определяется престижем деятельности и личности, и обязана соответствовать кодифицированным нормам. Универсальна, языковой эталон.
- 2) Среднелитературная культура – это несколько урезанный вариант элитарной. Характерна для большинства людей, получивших высшее образование. В меньшей степени присуща остальным слоям населения. В среднелитературной культуре можно встретить элементы жаргона и речевые ошибки, но они не превышают определенного уровня и являются скорее единичными случаями, чем тенденцией. Чуть более частое отклонение от нормы неизбежно переклассифицирует в третью культуру.
- 3) Народная культура – это раздел речевой культуры, объединяющий крестьянскую речь, диалекты. Она монофункциональна, нормоцентрична, в подавляющем большинстве случаев устная, хотя может быть зафиксирована в письменном виде и в виде дневников, имеет собственные установки, отражает менталитет народа. К большому сожалению, область ее существования стремительно сокращается. Как только она исчезнет, мне кажется, наш язык потеряет гигантскую часть собственной самобытности и духовности.

4) Третья культура – это культура отдельных групп или городское просторечье. Является языком необразованной части населения. Третья культура подразделяется на два типа:

- а. Речь, характерная для пенсионеров (велосипед, телевизир...)
- б. Речь, характерная для молодежи (насыщенная сленгом и ненормативной лексикой).

Различные типы культуры речи могут как сочетаться, так и существовать в чистом виде. Переход с одного типа на другой можно использовать как риторический прием, например, при смене места действия с дипломатического приема на городские трущобы, или при переходе из города в деревню.

Кстати, хочу заметить, что исконно русская речевая культура обладает такими чертами, как искренность, безыскусственность, отсутствие масок, естественность. А так же она построена на чувстве собственного достоинства.

Этапы изобретения мысли

Для создания игры потребуются только некоторые из приведенных этапов, но если вы проработаете все из них, то произведение получится в итоге более полным. Поэтому, в начале работы ответьте на следующие вопросы:

- 1) Что вы хотите сказать
- 2) Кому вы говорите
- 3) Какую цель при этом собираетесь достичь
- 4) Каким образом вы будете идти к цели
- 5) Какие средства при этом использовать
- 6) Где будет реализован ваш текст/произнесена ваша речь
- 7) Когда
- 8) При каких обстоятельствах

- 9) С какими последствиями в ближней и дальней перспективе
- 10) Что надлежит сообщить
- 11) О чем умолчать

Изобретение мысли предполагает анализ ситуации, аудитории, темы, ее развертывания, нахождение и согласование аргументов и уловок. Можно задействовать два механизма: сомышление и сочувствие.

В процессе создания текстовой игры предлагаю использовать набор вопросов для каждой части и ее взаимодействия с соседями, а так же для определения ее положение и значения в произведении, как целом.

Особое место среди воздействующих средств занимают эмоционально-оценочные сигналы. Они должны использоваться исходя из потребности автора и с учетом возможной точки зрения читателя. Подобные точечные воздействия редко встречают сопротивление и воспринимаются на подсознательном уровне.

Приемы воздействия и уловки.

Материал данного раздела пригодятся при расстановке акцентов в тексте, поможет варьировать сложность прохождения игры, привлекая внимание к тем или иным моментам. Одновременно уводя ход мыслей от спрятанной подсказке. Решать, что из этого использовать и с какой целью, опять же, вам.

Итак, начнем с такого явления, как суггестия, или внушение. Различают три уровня такого безотпорного вкладывания своей мысли в голову адресата:

- 1) Собственно суггестия – внушение без доказательств
- 2) Давление престижа, ссылки на уважаемых людей, например на британских ученых.
- 3) Эмоциональное давление, которое является хлебом диктаторов.

Формы проявления внушения на этом этапе:

- а) Подражание

б) Внедрение стереотипов.

4) Убеждение с помощью доказательств, аргументов, обоснований, предположений. Используемые доказательства могут быть как истинными, так и лукавыми.

5) Принуждение (не представляю как его можно реализовать в игре, но и совсем невозможным назвать не могу) – это способ заставить поступать вопреки желанию действующего, угрожая чем либо. (хотя, можно попробовать заставить игрока сделать тот или иной выбор под угрозой потери игровых достижений или game over...)

В любой аудитории 35% адресатов максимально поддается, 54% не поддаются, 10-11% активно сопротивляются внушению. Учитывайте распределение восприятия людей не только в письменной. Но и в устной практике применения суггестии. Сложности публичного выступления при внушении умолчу, так как они не применимы к текстовым играм. Наибольшим успехом можно назвать завоевание 50% аудитории.

Еще один способ расставить необходимые акценты – это задействовать ряд однородных определений или структурных единиц, содержащий не менее трех объектов. Акцент выделяет и делает наиболее воздейственным последний член ряда.

Что бы подвести к нужной мысли или лишить аргументов противника, можно и нужно использовать уловки. Самые популярные – это:

- 1) Уловка к авторитету
- 2) Уловка к науке
- 3) Подмена тезиса
- 4) Передергивание
- 5) Навешивание ярлыков
- 6) Приманка
- 7) Клятва
- 8) Уловка очевидец
- 9) Уловка «По-секрету»
- 10) Уловка к карману

- 11) Уловка к жалости
- 12) Уловка к доверию
- 13) Уловка разоблачения или тактика компромата
- 14) Уловка к своим
- 15) Уловка магией чисел

Наиболее эффективные уловки обращаются к страху, зависти, ненависти и злорадству. Но в русской риторике так же эффективна уловка к жалости. Кстати, названия всех уловок говорят сами за себя.

В качестве воздействующих средств можно использовать прецедентные знаки – вербальные или невербальные символы, которые в культуре относятся к определенной традиции и имеют авторство. Прецедентные знаки хранятся в культуре и сознании народа. Имеют тенденцию устаревать и изменяться, поэтому воздействующие тексты десятилетней давности воспринимаются не совсем так, как планировали их авторы.

В качестве риторических приемов, вызывающих легкий шок у читателя, можно использовать нарушение логики и оксюмороны. Нарушение логики – это ряды типа «зеленый, синий, вишня». Оксюморон – это соединение несоединимого, например название рассказа «живые мощи» или ряд «рабы, индейцы, демократия».

Для наиболее полного расчета будущего эффекта можно воспользоваться теорией ТОПов. Простите, но она останется за рамками методички т.к. описанная в двух словах она потеряет смысл больше, чем все вышесказанное, а качественно описанная займет слишком много места.

Не краткое заключение.

Вот, как мне кажется, первая капля информации готова. Да, тест достаточно отрывист, потому что все в краткий вариант уместить не получилось бы при

всем моем желании. Но я надеюсь, что замеченные мной моменты помогут вам.

В финале несколько моментов, которые не вошли ни в один раздел, но мне очень хотелось их упомянуть.

- 1) Формулы юмора, по-русски шутки, не всегда и не везде воспринимаются одинаково. Разделяют юмор положения и острословие, а так же низкий и высокий, заимствованный и оригинальный. Кстати, острословие хорошо понимают только носители двух менталитетов: русского и английского. А вот, например, японцы подобную шутку не воспримут.
- 2) Русский мат – это маргинальная область языка. Матизмы употребляются в трех функциях:
 - a. Заместитель междометья
 - b. Брань
 - c. В прямом значениивсе три значения крайне нежелательны, если претендуете на средний или высокий уровень культуры текста.
- 3) Категорически нельзя начинать речь, устную или письменную, со слов, не имеющих собственного значения. Например, строить первое предложение с «но» или «а».
- 4) Привлечению и удержанию внимания читателя способствуют следующие моменты:
 - a. Аппелляция к месту
 - b. Аппелляция к времени
 - c. Аппелляция к событию
 - d. Аппелляция к актуальности
 - e. Обращение к жизненным интересам
 - f. Обращение к групповым интересам
 - g. Отношения полов
 - h. Ссылки на исторические эпизоды
 - i. Ссылки на текущие факты

Не все из данных способов актуальны для текстовой игры, но какие именно помогут вам – зависит от авторского замысла и выбранного ключа повествования.

- 5) Ирония – это иносказательное или едкое выражение, которое не всегда может быть воспринято и воспринято верно аудиторией.

В качестве последнего аккорда – характеристика аудиторий

Мужская аудитория практична, интересы связаны с работой и политикой, нетерпеливы к длиннотам, не любят детализованных объяснений. При работе с мужской аудиторией рекомендуется умеренная эмоциональность, дедуктивный метод изложения (от общего к частному), аргументированный тип доказательств и четкость позиции.

Женская аудитория отличается повышенной эмоциональностью, отсутствием прагматичности, умеренным интересом к спорту и технике, интересом к текущим событиям и деталям, разъяснениям, уточнениям. Мышление конкретно-образное, охотней кучкуются. При работе рекомендуется индуктивная подача материала (от частного к общему), бытовые примеры, аудио-визуальные средства воздействия.

Специфика молодежной аудитории: беззаботность, отсутствие самостоятельных логических обобщений, преобладание эмоций над разумностью, отрицание руководства, максимализм, критика старших поколений, болезненная восприимчивость в свой адрес, внушаемость, страсть к победам и героям, новому, а так же доверие сверстникам, тяга к зрелищам, юмору. При работе рекомендуется чередовать индуктивный и дедуктивный метод, избегать поучать, опираться на эмоции и наглядные средства демонстрации, не чернить кумиров, не избегать проблем и иметь в запасе развлекательные фрагменты.

Детская аудитория эмоциональна, непосредственна, заражаема, неусидчива, утомляема, копирует, не понимает подтекст и иронию, тянется к событийному стилю изложения, нетерпима к длиннотам, верит слову.

Данная классификация является общей и справедлива к массовой аудитории. Чем меньше группа. К которой вы обращаетесь, тем больше несоответствие модели. Но даже для читателя, который по определению единичен, можно отталкиваться от общих черт.

Творческих успехов и благодарных читателей!