

СПІЧРАЙТИНГ ЯК КОМУНІКАТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ

SPEECHWRITING AS A COMMUNICATION TECHNOLOGY

У статті зазначено, що спічрайтинг у сучасному науковому знанні розглядається як багажаспектне явище: як феномен культури; як навчальна дисципліна; як система знання; як спосіб життя професіонала певної соціальної сфери. У сучасному спічрайтингу відбувається поворот до комунікативного забезпечення. Спічрайтери на відміну від копірайтерів створюють аналітичні матеріали, розраховані не для конкретного рекламування або PR-просування, а для роботи з аудиторією, для популяризації теми (ідеї, проєкту тощо), пояснення тих чи інших фактів і подій перед великою кількістю людей. Тому спічрайтери повинні тонко відчувати як аудиторію, так і спікера (оратора), який буде виступати створений спічрайтерський текст. Публічна промова вимагає спеціальної роботи як із розроблення спічрайтерського тексту самої промови, так і з підготовки особи, яка її буде проголошувати.

Авторкою узагальнено сучасні тренди розвитку спічрайтинга: збільшення кількості жанрів, які покликані задовольнити потреби інформаційного суспільства (перевага, як правило, віддається діалогічній комунікації, відкритій для масмедіа); посилюється контекстна зумовленість жанрів спічрайтинга, щоб підкреслити соціальний статус, показати владні функції того, хто виступає з публічною промовою; активно розробляються техніки маніпулювання в процесі соціальної комунікації під час публічної промови, поширюється використання чорної риторики та визнання необхідності розроблення методів її ідентифікації та протидії її негативному впливу. Загалом інформаційне суспільство на етапі його цифровізації диктує нові стилі й жанри соціальної комунікації спікерів, лідерів держав із внутрішньою та зовнішньою аудиторією та один з одним.

Ключові слова: спічрайтинг, спічрайтер, міжнародна соціальна комунікація, публічний виступ (промова), спічрайтерський текст, комунікативний процес, комунікативна тех-

нологія, ораторський потенціал, спічрайтерський потенціал.

The article notes that speechwriting in modern scientific knowledge is considered as a multifaceted phenomenon: as a cultural phenomenon; as an academic discipline; as a system of knowledge; as a way of life of a certain social sphere professional. In modern speechwriting, there is a turn to communicative support. Speechwriters, unlike copywriters, create analytical materials designed not for specific advertising or PR-promotion, but to work with the audience, to promote the topic (idea, project, etc.), to explain certain facts and events to a large number of people. Therefore, speechwriters must be sensitive to both the audience and the speaker (orator) who will utter the created speechwriting text. A public speech requires special work both on the development of the speechwriting text of the speech itself and on the preparation of the person who will deliver it.

The authors summarize the current trends in the development of speechwriting: increasing the number of genres that are designed to meet the needs of the information society (preference is usually given to dialogic communication, open to the media); the contextual conditionality of speechwriting genres is intensified in order to emphasize the social status, to show the authoritative functions of the one who gives a public speech; techniques of manipulation in the process of social communication during public speech are actively developed, the use of black rhetoric and recognition of the need to develop methods to counteract its negative impact is spreading. In general, the information society at the stage of its digitalization creates new styles and genres of social communication of speakers, leaders of states with internal and external audience and with each other.

Key words: speechwriting, speechwriter, international social communication, public speech (speech), speechwriting text, communicative process, communicative technology, oratory potential, speechwriting potential.

УДК 316.4

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2024.61.8>

Хижняк Л.М.

д.соціол.н., професор кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій, професор кафедри міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Нині у світі спостерігається підвищений інтерес до прикладних соціально-комунікативних технологій. Однією з них є спічрайтинг, що має як практичну, так і наукову проблемність.

Практичну проблемність спічрайтингу актуалізують такі чинники: 1) недостатня розробленість інструментів публічних виступів у сфері міжнародних комунікацій, що мають функціонування у реальному, віртуальному і змішаному комунікативних просторах, у синхронному та асинхронному часі; 2) накладає свій неоднозначний вплив на світовий порядок асиметричний міжнародних комунікацій, долати негативні наслідки якого покликані і комунікативні технології, що є в арсеналі спічрайтерів; 3) усвідомлюється необхідність протидії маніпуляціям масовою свідомістю, у тому числі завдяки спічрайтингу.

Наукова проблемність зумовлена відсутністю однозначної інтерпретації категорії спічрайтингу, а також недостатньою концептуалізацією спічрайтингу як комунікативної технології, що відповідає викликам часу, передусім стану міжнародних відносин і міжнародних комунікацій; потребують перегляду фундаментальні теоретичні основи публічних виступів (промов) у сфері зовнішньополітичної діяльності на міжнародній арені.

Аналіз останніх публікацій із теми спічрайтерства свідчить про таке: 1) розширена можливість навчання спічрайтерстві завдяки наявності у розпорядженні тих, хто надає спічрайтерські послуги або планує це робити, текстівуспішнихпромовсвітовихлідерів[15; 17]; 2) доведена необхідність використовувати у спічрайтерстві інших новітніх комунікативних

технологій і жанрів, наприклад сторітеллінгу [9; 11]; 3) поглиблено уявлення про успішний виступ і розроблено поради щодо технік та інструментів написання промов [2; 3; 7; 18]; 4) розкрито роль маніпулятивних технологій, у тому числі у промовах [13; 14]; 5) є міждисциплінарні напрацювання щодо практичної підготовки до публічних виступів [12], пропонуються онлайн-курси для розвитку майстерності написання речей [19]. Однак усе ще відсутні практичні розробки для підготовки спічрайтерів-міжнародників, яким має передувати подальша концептуалізація сучасного спічрайтингу як комунікативної технології.

Мета статті – визначити особливості спічрайтингу як комунікативної технології та його затребуваність у різних міжнародних соціальних практиках.

Промова міжнародного рівня є політичною подією, що підвищує відповідальність спічрайтера за її зміст, акценти, потенційні наслідки.

Виступ із промовою успішний тоді, коли є відповідність ресурсності промовця і спічрайтера викликам часу. Йдеться, насамперед, про потенціал двох основних акторів у практиках міжнародного спічрайтерства – спічрайтера і його клієнта-промовця, кому він надає спічрайтерські послуги. Це передбачає необхідність урахувати стан і перспективи цих потенціалів за такими параметрами: адекватність, комплексність і постійність оцінювання; його наукове обґрунтування, проблемність, усвідомлення інноваційного розвитку. Індивідуальність і ресурсність промовця і спічрайтера варто розглядати у широкому контексті їхніх змістовних характеристик, а також реального стану і можливостей практичної реалізації у конкретних ситуаціях.

Спічрайтерський потенціал спічрайтера і ораторський потенціал промовця можна визначити за такими ознаками: їх готовність сприймати нові тренди у спічрайтерстві; їх готовність і вміння позбуватися від застарілих підходів до публічних комунікацій і риторичних прийомів, що відповідають стану світового порядку та характеристикам міжнародних відносин; готовність навчатися новому; готовність упроваджувати нове у нових міжнародних комунікативних практиках; готовність зберігати конструктивне у попередньому досвіді публічного комунікування; готовність долати комунікативні бар'єри.

Виступ забезпечує промовець. Однак не менш значущим є спічрайтерський потенціал того, хто надає спічрайтерські послуги. Фактично спічрайтерство є комунікативною технологією, що базується на тріаді, яку становлять такі елементи, як незалежність, посередництво і професіоналізм. Ці елементи взаємозалежні і знаходяться в динаміці під впливом численних



Рис. 1. Тріада елементів спічрайтерства як комунікативної технології

Незалежність спічрайтера виводить його із-під різного роду тисків на процес роботи з клієнтом і висновки, дає йому змогу виконувати свою роботу, орієнтуючись на конкретну ситуацію. При цьому в нагоді спічрайтеру стає процесний, ситуативний і системний підходи до надання спічрайтерських послуг.

Посередницька поведінка спічрайтера спрямована на результат і є необхідністю у його комунікативній взаємодії з клієнтом, у процесі якої відбувається обмін цінностями, інформацією, різними благами. Передусім, посередництво у спічрайтингу дає змогу поєднати теорію і практику підготовки виступу, провести на високому рівні його апробацію та успішно проголосити перед аудиторією промову відповідно заявленій темі і меті. Спічрайтерство як посередницька діяльність є специфічним видом соціального обміну між професіоналом, що володіє сучасною риторикою, алгоритмом розроблення тексту промови і підготовки виступу, та клієнтом, що потребує спічрайтерських послуг і виступає їх замовником. Можна стверджувати про певну еквівалентність такого соціального обміну за умов, що сторони виказують задоволення від комунікації один з одним, робота певним чином оцінюється за її результатом і приносить вигоду (як правило, матеріальну і духовну) обом сторонам. У процесі виконання спічрайтером замовлення клієнта відбувається комунікативне збагачення у вигляді прирощення ресурсів і можливостей і клієнта-промовця, і самого спічрайтера, який отримує досвід роботи з реальними комунікативними практиками, до яких відносяться виступи та різні промови.

Професіоналізм спічрайтера досягається шляхом неперервного професійного зростання. Останнє передбачає як формальну професійну підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації, так і самонавчання та самовдосконалення загальних і професійних здатностей (компетентностей) спічрайтера. Спічрайтер надає клієнту інтелектуальну за своєю сутністю послугу. Тому, окрім наявності у нього загального знання і здорового глузду, він має бути професійно підготовленим, готовим постійно навчатися з метою підвищення своєї інформаційної культури. Спічрайтер є комунікативним фахівцем, успішність роботи якого значною мірою залежить від інформацій-

ної культури як способу виконання професійної роботи, що визначається його майстерністю. Спічрайтерську майстерність як найвищий рівень спічрайтерського професіоналізму науковцями пропонується ідентифікувати за ступенем оволодіння спічрайтером такими видами майстерності: аналітичною, комунікаційною, етичною, мережевою [8, с. 100]. Існують практичні поради щодо того, як пишеться аналітика [5]. Аналітична діяльність розглядається як напрям застосування інтелекту у різних його видах (наприклад, у сучасному світі практично в усіх сферах життєдіяльності зростає роль емоційного інтелекту). Аналітична майстерність передбачає оволодіння спічрайтером концептуальними основами сучасної аналітики глобальних проблем людства як інтегрального виду інтелектуальної діяльності; арсеналом методів аналітичного мислення, технікою аналітичної роботи та інформаційними аспектами аналітики щодо стану, проблем і перспектив міжнародних відносин у різних практиках. Основним інтелектуальним продуктом аналітики спічрайтера є узгоджений/спільно розроблений із клієнтом текст (тези) промови і його підготовка до виступу із цією промовою.

Хрестоматійним є посилання науковців і практиків на Г. Лассуелла, який виділив три умови, необхідні для конструювання образу промовця, презентації перед аудиторією його особистісних характеристик. До останніх цей класик комунікативістики відніс: 1) компетентність, що засвідчує досконале знання промовцем теми, особливо її відчуття як такої, що значуща для аудиторії, перед якою планується виступ; 2) надійність – риса, що викликає довіру з боку слухачів промови; динамізм у висвітленні фактів і активний пошук нових аргументів, 3) відкритість та готовність до обговорення альтернативних точок зору на проблему. Зрештою, кожен промовець має особливості, що формують його стиль. У міжнародному спічрайтингу промовець, як правило, виступає від держави або певного організаційного утворення. Тому спічрайтеру важливі всі його статусні характеристики, бо якщо ідея промови суперечить домінуючим уявленням про міжнародні відносини, важливо убезпечити промовця від проблем через негативні наслідки його публічного виступу як для нього самого, так і для організації, яку він представляє.

Американський політичний консультант, автор книги «Ігри, в які грають політики» (1964)

Таблиця 1

Спічрайтерський потенціал: його значущість і роль у міжнародному спічрайтерстві

№ з/п	Критерії	Характеристика
1	2	3
1	готовність сприймати нове	сприйняття нових ідей і неориторики, що відповідають викликам часу
2	готовність продукувати нове	формування нових підходів до трансформації світового порядку і міжнародних відносин
3	готовність упроваджувати нове	оволодіння новими стилями й жанрами міжнародної комунікації і технологіями підготовки громадської думки до необхідних змін через спічрайтерські послуги
	готовність позбуватися застарілого	відмова від застарілих норм, принципів, мотивів, засобів та організації комунікування щодо вирішення глобальних проблем сучасності і досягнення цілей сталого розвитку
4	готовність зберігати конструктивне у старому	сприйняття міжнародної публічної діяльності у тісній взаємодії репродуктивного і продуктивного, де репродуктивне не позбавлене елементів продуктивності
5	готовність конструювати реальність засобами комунікації	критичне сприйняття висвітлення міжнародних подій у медійному просторі, офіційних повідомленнях й у цілому міжнародну ситуацію та її інтерпретацію у комунікативному просторі
1	2	3
6	адекватність і повнота уявлень спічрайтера про адресата і адресанта	проведення вивчення ринку спічрайтерських послуг, виділення цільових аудиторій та опис їхніх характеристик
7	готовність працювати з клієнтами, що мають різний ораторський потенціал	здатність спічрайтера відповідати вимогам професійної етики інформаційних працівників, викликати довіру до себе, надавати якісні спічрайтерські послуги різним клієнтам, мотивувати їх на вдосконалення комунікативних компетенцій

Д. Морріс, описує процес роботи президента США Б. Клінтона над своїм виступом. Узагальнений опис підготовки до виступу включає такі етапи: президентом визначається і формулюється ідея виступу, що доводиться до спічрайтера; відбувається пошук заходів підтримки ідеї, обґрунтування її актуальності, визначається сприйняття висунутої ідеї у масовій свідомості як нагальної проблеми, що потребує рішення; відбувається розроблення способів просування ідеї в конкретний соціум та відбір потенційно найбільш успішних із них; здійснюється консультування щодо висвітлення ідеї з інформаційними агенціями і працівниками; відбувається робота над комунікаційним складником виступу (текстом повідомлення, ключовими словами і текстом послання, які можуть мати сильний вплив під час виступу); завершується етап підготовки розробленням плану або сценарію виступу, організацією і проведенням його апробації та перевіркою тесту перед публічним виступом.

Промовці і спічрайтери як їхні помічники включені у процес розвитку мовленнєвих комунікацій. Мовленнєва ситуація та її елементи, предмет мовлення ретельно вивчаються для того, щоб виступ був успішним. Передусім, ідеться про вільне володіння спічрайтером і клієнтом вербалікою та методикою творення конкретного тексту. Загальноовизнано, що спічрайтери покликані забезпечити триаду вимог до тексту промови, серед яких найчастіше дослідники практик спічрайтерства виділяють три основні: цікавість, пізнавальність, зрозумілість тексту промови для аудиторії у конкретному часопросторі.

Для спічрайтера важливо мати уявлення про адресата і адресанта. Адресатами є ті, до кого звернена промова, а адресантами – ті, хто ініціює комунікування, певним чином формулює ідеї та забезпечує процес їх поширення й обговорення, у цілому задає спрямованість, тематику, тон і темп спілкування. Оратор ініціює комунікування через промову, однак успішність виступу залежить від сприйняття аудиторією і теми, і самого промовця, що становить завдання складання соціального портрету слухачів [1].

Спічрайтеру важливо так комунікувати з клієнтом-оратором, щоб знайти з ним спільну мову [16] щодо тексту промови і просування його ідей, зокрема у політичному спічрайтингу, за принципом PR-технологій [4]. Спічрайтер є консультантом із питань укладання текстів промов, виступів для державних службовців різного рівня, політиків, громадських діячів і бізнесменів. Цей спеціаліст ураховує цілі виступу, аудиторію, характер промовця, його манеру говорити, лексичний запас і складає такий текст, який матиме на слухачів потрібний вплив. Промови на формальних і неформальних заходах умовно поділяються на ювілейні,

святкові, виступи перед електоратом, тости, звіти про діяльність та виступи-експромти. Кожна з них відрізняється за метою, контентом, розміром та характеристикою аудиторії (кількістю та якістю слухачів), місцем і часом та терміном (тривалістю) проголошення. Промова – форма спілкування. Зазначається, що «з розвитком цифрових комунікацій промови стали більш автентичними та чесними» [19]. Цицерону (106–43 рр. до н. е.) приписують такі слова: «Найкращий оратор є той, хто своїм словом і повчає слухачів, і дає насолоду, і справляє на них сильне враження». Ця теза зі стародавнього світу орієнтує на те, щоб спічрайтер допоміг клієнту-промовцю оволодіти технікою навчання аудиторії, надати насолоду аудиторії від комунікування з ним і головне – вражати своїм виступом. Через враження підкреслюється унікальність оратора, його ідей і формується позитивне ставлення до нього, бажання і надалі комунікувати з ним у діалоговому режимі.

Висновки. Трендом розвитку сучасного спічрайтерства є поворот до його комунікативного забезпечення. Сильний спічрайтерський і ораторський потенціали дають змогу виробляти якісний комунікативний продукт у вигляді промов, у тому числі пов'язаних із тематикою міжнародних відносин і реалізацією цілей сталого розвитку в умовах численних нормальних та екстремальних ризиків сьогодення і пошуків шляхів подолання їхніх негативних наслідків.

Перспективою досліджень можуть стати такі теми: застосування спічрайтингових технологій у політичних комунікаціях різних країн; розроблення загальної безпечної моделі комунікативної технології цифрового суспільства та визначення місця і ролі в ній ділового та політичного спічрайтерства в умовах зламного світового порядку і загострення війни за кіберпростором.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Аудиторія як «співавтор промови», соціальний портрет слухача і його врахування при написанні промови. <https://studfile.net/preview/6876453/page:3/>
2. Блейк С. Врятуйте кицьку! Як блискавично писати живучі тексти. Київ : Віват, 2021. 240 с.
3. Борг Дж. Мистецтво говорити. Таємниці ефективного спілкування. 2-е видання. Харків : Фабула, 2019. 304 с.
4. Денисюк А.В. Політичний спічрайтинг як особлива PR-технологія. <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/30702/Спічрайтинг.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
5. Зарембо К. Писати аналітику може кожен. Видавництво Віхола, 2021. 224 с. <https://www.yakaboo.ua/ua/pisati-analitiku-mozhe-kozhen.html>
6. Збірник промов Президента України Петра Порошенка https://gartua.io.ua/s86703/zbirnik_promov_prezidenta_ukraeni_petra_poroshenka

7. Зінсер В. Як писати добре. Київ : Наш формат, 2022. 288 с.

8. Карпчук Н.П. Інформаційна культура спічрайтера. *Політичне життя*. 2018. № 1. С. 97–101.

9. Холл К. Сторітелінг, який не залишає байдужим / пер. з англ. Київ : Yakaboo Publishing, 2020. 240 с.

10. Ковпик С.І. Сторітелінг та його специфічні перелокуції в різних типах промов. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика»*. 2021. Т. 32(71). № 4. Ч. 3. С. 268–272.

11. Лівін М. Сторітелінг для очей вух і серця. Київ : Наш формат, 2020. 184 с.

12. Конівіцька Т.Я. Підготовка до публічного виступу : практичний посібник для студентів-психологів. Львів : ЛДУ ДЖД, 2019. 133 с.

13. Максимець В., Орел М. Маніпулятивні технології формування політичних промов В. Путіна. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2018. № 1(3). С. 55–60.

14. Невельська-Гордєєва О.П., Нечитайло В.О. «Чорна риторика» як маніпулятивна техніка. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія «Філософія, філософія права, політологія, соціологія»*. 2021. № 2. С. 81–92.

16. Себаг-Монтефіоре С. Промови, що змінили світ. Київ : КМ-Букс, 2017. 328 с.

16. Стотхарт К. Як знайти спільну мову. Впевненість і харизма при спілкуванні з особистостями різного типу / пер. з англ. Київ : КМ-Букс, 2022. 304 с.

17. Голвей Т. Слова, що лунають скрізь час: найважливіші промови в історії людства, які змінили світ / пер. з англ. Київ : ЛМ-Букс, 2018. 480 с.

18. Гауді Т. Сила запитань. Як ефективно комунікувати та переконувати інших. Київ : Наш формат, 2022. 248 с.

19. The art of speechwriting – Весняне видання 2024 року. <https://unitar.org/courses/art-speechwriting-2024-spring-edition-8913>