

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СПІКЕРСТВА І СПІЧРАЙТИНГУ

### Тема 2. Сфери практичної діяльності спічрайтингу

#### Зміст

2.1. Основні етапи розвитку спічрайтингу.

2.2. Риторичні форми професійного красномовства.

2.3. Монолог, діалог, полілог як риторичні форми професійного красномовства.

Ключові слова: риторика, спічрайтинг, копірайтинг, фрилансинг, монолог, діалог, полілог

#### 2.1. Основні етапи розвитку спічрайтингу

Як попередньо зазначалося професія спічрайтера бере свій початок зі старогрецьких логографів які писали тексти підсудним, щоб вони могли представляти себе в суді, оскільки в Стародавній Греції на той час не існувало прокурорів і адвокатів, і обвинувачені змушені були захищати себе в суді самотійно. Але не всі володіли даром оратора, тому на допомогу підсудним приходили **логографи** – вони:

- підбирали слова,
- темп вимови,
- будова тексту промови під оратора так, щоб присяжні повірили йому і виправдали.

Згодом спічрайтинг отримав особливий розвиток в західних країнах. Великі оратори часто були за сумісництвом і хорошими спічрайтерами, чого варта знаменита Геттисбурзька промова президента Америки Авраама Лінкольна про громадянську війну сіверян і південців, виголошена в листопаді 1863 року. Інший яскравий приклад - мова Мартіна Лютера Кінга «У мене є мрія» («I have a dream») про расове рівноправ'я, вимовлена великим американським борцем за свободу афроамериканців зі сходів Меморіалу Лінкольна у Вашингтоні в 1963 році.

Нова розумова стратегія йшла паралельно із стратегією політичною - греки створювали Поліс, де головним політичним інструментом стало слово (як про це пише П'єр Відаль-Наке в творі «Чорний мисливець»). Причому **слово-сенс**, а не слово-заклинання - характерний інструмент політичних структур сусідніх держав.

***Комунікативність політики, політичний дискурс вимагали володіння***

*мовою, мистецтвом мислення і публічного виступу.* На запит відгукнулися *софісти яких можна вважати спічрайтерами, іміджмейкерами і репетиторами* Стародавньої Греції. Саме вони навчали інтелектуальним і ораторським технікам політиків через приватні уроки, навчальні курси та публічні лекції, які служили рекламою їхнього бізнесу.

Платон і Аристотель, представляли більш розвинений табір, і дорікали софістам в їх торгівлі знаннями, яких ті не мали, і, значить, сприяли інфляції смислів. Так як для благородних знання не мовна гра, що служить захопленням влади, а путівником до блага.

Отже, спічрайтинг самим безпосереднім чином пов'язаний з такою класичною наукою, як риторика, або ораторська майстерність. Як самостійна технологія політичного консультування спічрайтинг сформувався в ХХ столітті і не має систематизованої теоретичної бази. З приходом до влади Михайла Горбачова працівники пера стали повноправними членами команди. Багато висловів Р. Рейгана теж належать його спічрайтеру. Наприклад, 12 червня 1987 р., коли Р. Рейган сказав М. Горбачову в Берліні: «Містер Горбачов, руйнуйте цю стіну». Насправді це «сказав» його спічрайтер Пітер Робінсон (Peter Robinson). Цю фразу весь час викреслювали з виступу, бо вона не відповідала баченню держдепартаменту та інших офіційних установ, але Р. Рейган її повертав. останньою краплею для Рейгана стало запитання П. Робінсона: «Я дізнався, що цю промову почують не лише в Західному Берліні, а й по всій Східній Німеччині. Чи є щось, що ви хочете сказати людям з іншої сторони Берлінської стіни?».

Спічрайтер (англ. speechwriter) сьогодні – це *укладач текстів промов, виступів для високопоставлених осіб держави.* Всі відомі політики мають власних спічрайтерів, які є практично головними їх помічниками. Політичним діячам доводиться постійно виступати на:

- зборах,
- засіданнях,
- давати інтерв'ю чи коментарі по радіо і телебаченню.

Без людини, що допоможе підібрати потрібну інформацію для доповіді і логічно вибудувати текст, просто не обійтись. Найбільш високопоставленим замовником для спічрайтерів є президент. Наприклад, в адміністрації В.В. Путіна служило трохи менше 40 референтів (старших і молодших). На чолі стояв особистий спічрайтер - Джахан Поллиєва.

У більшості випадків Леонід Кравчук самостійно готувався до промов та добре вмів їх виголошувати й імпровізувати під час виступу. Леоніду Кучмі активно допомагали спічрайтери, які йому готували тексти промов у повному обсязі.

З Віктором Ющенком також працювала група спічрайтерів, яка підлаштовувалася під його стиль публічної комунікації, але він часто відходив від текстів, які йому були завчасно підготовлені, оскільки любив висловлювати свою думку самостійно.

Віктор Янукович повністю залежав від текстів, написаних йому спічрайтерами, тому імпровізаційні відступи дозволяв собі рідко, оскільки вони давалися йому не дуже просто.

Над підготовкою текстів для Петра Порошенка теж працювали спічрайтери, але його багаторічний досвід публічної комунікації давав йому можливість вільно триматися перед аудиторією, опираючись на попередньо підготовлені тези.

У підготовці текстів Володимира Зеленського основну роль займає команда людей, які входять до ближнього кола президента. Це заступник голови Офісу президента (ОП) Андрій Сибіга, який займається міжнародними питаннями, заступник Андрія Єрмака Юрій Костюк, экс-сценарист Студії Квартал 95 та ключовий учасник — колишній журналіст Дмитро Литвин.

Але не лише ці троє зайняті промовами керівника держави. На Банковій є кілька груп, які виробляють інформаційну стратегію. Все, що відбувається, схоже на роботу проектних команд, які збираються під конкретні завдання, — склад кожної може змінюватися. До команд можуть входити не лише комунікаційники Офісу, а й представники Міноборони, Головного управління розвідки, парламенту, а також запрошені експерти.

У комерційних фірмах роботу спічрайтера може виконувати PR-менеджер або секретар-референт. Але найчастіше бізнесмени воліють звертатися в спеціальні компанії, які приймають замовлення на складання промов. Було б дивно припускати, що політики або бізнесмени самі складають тексти своїх виступів або говорять експромтом. Вони, безумовно, можуть вміти грамотно висловлюватися і навіть володіти даром красномовства, але їх робота полягає зовсім в іншому. ***А написання для них текстів виступів, презентацій, доповідей і так далі - професійний обов'язок особливого розряду фахівців - спічрайтерів.***

Дана професія поки ще не є абсолютно самостійною. Як правило, дослідники включають її в сферу зв'язків з громадськістю (PR). Тобто ***спічрайтер - різновид піарника.*** В залежності від масштабів поля діяльності він може займатися як виключно написанням текстів виступів, так і виконанням іншої PR-роботи. Останнім часом намітилася тенденція до відокремлення спічрайтингу від PRу, тому і попит на спічрайтерів зріс, у той час як раніше були необхідні в основному фахівці більш широкого профілю. Однак це зовсім не означає, що спічрайтери тепер можуть обійтися меншим багажем знань і умінь, ніж раніше. Навпаки, вимоги до них підвищилися, а попит зріс саме на професіоналів.

Щоб стати кращим з кращих в цій області, потрібно володіти наступними **навичками:**

1). ***прекрасне володіння словом:*** професіонал повинен не тільки грамотно писати, але й мати **талант образного вираження думок**. Хорошому ***спічрайтеру потрібно вміти створювати кілька варіантів текстів промов, тез, доповідей на одну і ту ж тему.*** Така здатність є далеко не у всіх, навіть хороших журналістів.

2). ***знання психології:*** спічрайтер повинен інтуїтивно відчувати і вловити тон, манеру і стильові особливості мови людини, для якого він пише. Можна скласти

чудовий текст, цікавий і бездоганний з точки зору мовних норм, але абсолютно не відповідний характерним рисам вимови та іміджу спікера (того, хто буде його вимовляти). Мова доповідача є частиною його образу, причому дуже важливою. Саме тому особисте знайомство і глибокий аналіз психолінгвістичних якостей мови самого виступаючого - запорука успіху спічрайтера;

3). **солідний багаж знань у різних галузях:** основою для спічрайтінгу служить класична гуманітарна освіта:

- журналістська,
- філологічна, історичне, політологічне та інше. Серед можливих спеціалізацій найбільш близькою є PR (зв'язки з громадськістю), але в Як самостійної кафедри, спеціальності і навіть дисципліни мистецтво написання сучасних промов поки не виділилося

4). **досвід:** кращий досвід для спічрайтера - робота в PR службі великої компанії або політичній структурі;

5). **володіння іноземною мовою:** в галузі діяльності компанії або спікера.

6). **бути впевненим користувачем ПК.**

Володіти такими особистими якостями, як:

- комунікабельність,
- стресостійкість,
- вміння працювати в команді.

Слід розбиратися в тій області, теми якої спічрайтер висвітлює в текстах. В іншому випадку не допоможе ні хороший склад, ні тонке психологічне чуття. Даною професією, як правило, займаються люди, що працюють в сфері журналістики, PR і реклами.

Більшість спічрайтерів - колишні журналісти або фахівці, що суміщають роботу в журналістиці і в спічрайтінгу. У будь-якому випадку необхідно вміти і любити писати. Навчитися цьому складно, практично неможливо. Однак є шанс **освоїти на практиці певні принципи і прийоми**. Невипадково на Заході спічрайтер - одна з основних професій в області PR.

**Фахівець** для того щоб скласти текст, який здатен здійснити потрібний вплив на слухачів **врахує:**

- цілі виступу,
- аудиторію,
- характер виступаючого,
- його манеру говорити,
- лексичний запас.

Можна виділити кілька видів спічрайтерства - писання за інших, а саме:

- **судове** спічрайтерство (писання в давнину судових промов, нині не застосовується);

- **церковне** спічрайтерство (складання проповідей нижчого церковника для вищого церковного чину);

- писання за іншого **художніх** творів;

- складання публічних **політичних** промов і виступів;
- складання **виробничих** промов і обширних адміністративно-юридичних документів (звітів, доповідей та ін.);
- **наукове** спічрайтерство (написання дисертацій, наукових статей та інших наукових жанрів);
- **навчальне** спічрайтерство (написання курсових, дипломних, контрольних робіт для студентів, творів для школярів, абітурієнтів);
- **юридичне** спічрайтерство (складання ділових листів, заяв, договорів та ін.);
- **перекладацьке** спічрайтерство (написання тексту перекладу з однієї мови на іншу, який потрібно для іншої конкретної особи і здійснюється на його замовлення, наприклад, переклад вкладиша з використання апарату, приладу).

## 2.1. Риторичні форми професійного красномовства

**Риторичні форми** професійного красномовства:

- діалог
- монолог
- полілог

**Форми мовленнєвого спілкування** – це типи мовленнєвої інтеракції, виділені залежно від позамовних складників комунікації.

Монологічна форма мовленнєвого спілкування - це розгорнуте **висловлювання однієї особи**, яке може бути як непідготовленим, так і заздалегідь продуманим.

Автори більшості наукових розвідок розрізняють **два основні різновиди монологу**.

1. Монологічне мовлення – це процес цілеспрямованого повідомлення, свідомого **звернення до слухача** і характерне для усної форми книжної мови:

- усна наукова мова,
- судова мова,
- усна публічна мова.

2. Монолог – це **розмова наодинці з самим собою**, не адресована безпосередньому слухачеві, а отже, автор монологу не розраховує на якусь реакцію співрозмовника.

**За метою висловлювання** монологічне мовлення поділяють на **три основні типи**:

- передавання інформації,
- переконання
- спонукання.

**Інформаційним** монологічним мовленням послуговуються **для передавання знань**: мовець повинен **ураховувати інтелектуальні здібності слухачів**

сприймати інформацію та їхні пізнавальні можливості. З-поміж жанрів інформаційного монологічного мовлення виділяють *лекції, звіти, повідомлення, доповіді*.

**Монолог-переконання** зорієнтований на *емоції слухачів*: комунікатор має враховувати рівень сприйнятливості реципієнта.

**Спонукальний монолог** спрямований на те, щоб *спонукати слухачів до певних дій*. З-посеред монологів-спонукань виокремлюють:

- *політичну промову,*
- *промову-заклик до дій,*
- *промову-протест.*

**Діалог** – це найбільш активна форма міжособистісного мовленнєвого спілкування, в якому беруть участь два комуніканти.

**Виділяють три основні типи взаємодії учасників діалогу:**

- *залежність,*
- *співпраця,*
- *рівність.*

Відповідно до цього в сучасному мовознавстві розрізняють такі *різновиди діалогів*:

**За співвідношенням мети кожного учасника:**

- *кооперативний (мета одного збігається з метою іншого),*
- *нейтральний (мета одного не суперечить меті іншого),*
- *конфліктний (цілі учасників суперечать одна одній);*

**За характером глобальної мети:**

- *когнітивний (проблемно-діалоговий, інформаційно-діалоговий, з'ясувально-діалоговий),*
- *фатичний (зорієнтований на підтримку й налагодження відносин між учасниками),*
- *експресивний (спрямований на вияв ставлення учасників один до одного чи обговорюваного питання);*

**За особливостями циркуляції інформації:**

- *вироджений (має форму монологу),*
- *циклічний (скерований на підтримання контакту, а не на породження нової інформації чи нових знань),*
- *інформативний (однобічний: дає нову інформацію; двобічний: породжує нове знання як результат аналізу наданої інформації).*

**Принципи організації діалогу**

1. Дотримання процесуальної структури: обов'язковий обмін інформацією між двома співрозмовниками. Обмін інформацією забезпечується *діалогічними кроками – репліками*.

2. Створення відповідного діалогового середовища (*наявність двох співрозмовників*, між якими склалися певні відносини, що створюють відповідну атмосферу розмови).

3. Витворення комунікативного смислу діалогу як сукупність комунікативних намірів учасників спілкування.

Основною ознакою діалогу є діалогічна єдність і зв'язність – тематичне поєднання кількох реплік, що являє собою обмін думками, кожна наступна репліка з яких залежить від попередньої. На характер реплік впливає так званий кодекс взаємин комунікантів. **Будь-який діалог має свою структуру:**

- *зачин*
- *основна частина*
- *кінцівка.*

Розміри діалогу теоретично безмежні, оскільки його нижня межа може бути відкритою. На практиці ж будь-який діалог має свою кінцівку.

Отже, **діалог – це форма активного міжособистісного мовленнєвого спілкування**, що характеризується:

- *організованістю,*
- *структурованістю,*
- *сисловою,*
- *прагматичною зв'язністю.*

**Полілогічна форма мовленнєвого спілкування. Полілог – дискусія або бесіда**, в якій беруть активну участь кілька комунікантів, що мають власний відмінний погляд на обговорювану проблему.

"Полілог" - це термін, який походить від грецького слова "πολύλογος" (polulogos), що означає "багатомовний" або "багатоголосий". У філософії і соціології термін "полілог" використовується для опису відкритого діалогу між різними людьми, який передбачає взаємодію та обмін думками і ідеями.

У полілозі кожна сторона висловлює свої думки та інтерпретації, а учасники прагнуть зрозуміти позиції інших та побудувати спільне рішення або узгодити спільні погляди. У такому діалозі учасники не тільки висловлюють свої думки, але й слухають інших, проявляючи повагу та інтерес до їхніх поглядів.

У соціології полілог є важливим інструментом для вирішення соціальних проблем, таких як конфлікти, соціальні нерівності та дискримінація. Він може бути використаний для збереження миру, покращення взаєморозуміння та побудови партнерських відносин між різними соціальними групами.

**Учасники полілогу зазвичай дотримуються принципу відповідальності:**

- кожен із них зобов'язаний знати те, про що говориться в будь-який відрізок розмови,
- зобов'язаний забезпечувати можливість іншим мати це знання.

"Полілог" - це термін, який походить від грецького слова "πολύλογος" (polulogos), що означає "багатомовний" або "багатоголосий". У філософії і соціології термін "полілог" використовується для опису відкритого діалогу між різними людьми, який передбачає взаємодію та обмін думками і ідеями.

У полілозі кожна сторона висловлює свої думки та інтерпретації, а учасники прагнуть зрозуміти позиції інших та побудувати спільне рішення або узгодити

спільні погляди. У такому діалозі учасники не тільки висловлюють свої думки, але й слухають інших, проявляючи повагу та інтерес до їхніх поглядів.

У соціології полілог є важливим інструментом для вирішення соціальних проблем, таких як конфлікти, соціальні нерівності та дискримінація. Він може бути використаний для збереження миру, покращення взаєморозуміння та побудови партнерських відносин між різними соціальними групами.

Учасники полілогу часто відокремлюються від випадкових слухачів за допомогою просторової організації. Комуниканти повинні перебувати близько один від одного, не розділятися явними фізичними чи психологічними бар'єрами. Може статися так, що два члени групи обмінюються такою кількістю реплік, що між ними зав'язується своя окрема розмова, при цьому інша частина групи відокремлюється і веде свою. Як правило, адресат репліки визначається за допомогою якогось жесту, виразного погляду, відповідного руху головою, а також манери говорити чи певного змісту повідомлення. Перевага жестів полягає в тому, що вони є публічними актами, які приймаються одночасно всіма особами.

Полілог як форма групового мовленнєвого спілкування має свої особливості **структурної організації:**

Початок:

- а) відкриття обговорення,
- б) вступне слово ведучого;

Основна частина:

- а) виступ А,
- б) репліки,
- в) виступ Б,
- г) репліки,
- г) резюме ведучого,
- д) виступ і так далі.;

Підсумковий монолог ведучого.

Підсумковий діалог або аналіз самого обговорення.

Таким чином, мовленнєве спілкування реалізується через певні форми, які характеризуються специфічними структурними рисами й особливістю організації засобів мовної системи.

## **Література**

1. Кацавець Р.С. Ораторське мистецтво: підручник / Р. С. Кацавець. – 2-ге вид., доповн. – К.: Алерта, 2018. – 216 с. <http://www.alerta.kiev.ua>
2. Ораторське мистецтво: навч.-метод. посіб. / авт.-уклад. : І. М. Плотницька, О. П. Левченко, З. Ф. Кудрявцева та ін. ; за ред. І. М. Плотницької, О. П. Левченко. – 2-ге вид., стер. – К. : НАДУ, 2011. – 128 с.
3. Ораторське мистецтво : підручник / М. П. Требін, Г. П. Клімова, Н. П. Осипова та ін. ; за ред. М. П. Требіна і Г. П. Клімової. – 2-ге вид. – Х. : Право, 2015.



– 208 с

4. Почепцов Г. Агенти впливу й тексти впливу [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/8505>.
5. Почепцов Г. Спічрайтер і його робота [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/4079>.
6. Прокопчук Л.В. Риторика. Модульний курс: навч. посіб./ Л.В.Прокопчук. – Вінниця: Нілан-ЛТД, 2017. – 206с.
7. Риторика: навч. посібн. (упор. Т.К.Ісаєнко, А.В.Лисенко). – Полтава: ПолтНТУ, 2019. –247с.

Питання для самоконтролю:

1. Охарактеризуйте основні етапи розвитку спічрайтингу.
2. Розкрити зміст понять: риторика, спічрайтинг, копірайтинг, фрилансинг.
3. Які правила ведення монологу, діалогу, полілогу як риторичних форм професійного красномовства.