

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:
«Спічрайтинг у політичній комунікації»

Студентки 2 курсу, 2мз
групи,
спеціальності 035 «Філологія»
спеціалізації «Прикладна
лінгвістика (лінгводидактика,
англійська мова)»

підпис студента

Гетманенко
Анастасії Олегівни

Науковий керівник
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземної
філології та перекладу

підпис керівника

Сошко Оксана
Григорівна

Гарант освітньо-професійної
Програми «Прикладна
лінгвістика», доктор
педагогічних наук, професор
кафедри іноземної філології
та перекладу

підпис гаранта

Зварич Ірина
Миколаївна

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	3
ABSTRACT	4
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ВИЗНАЧЕННЯ СПІЧРАЙТИНГУ ТА ЙОГО РОЛЬ У ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ	7
1.1. Історія розвитку спічрайтингу	7
1.2. Техніки та стратегії спічрайтингу в політичній комунікації	14
1.3. Роль спічрайтера у формуванні політичних повідомлень та реакцій громадськості	22
Висновки до Розділу 1	31
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИКА СПІЧРАЙТИНГУ В ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ	33
2.1. Огляд прикладів успішних спічрайтерських виступів у політиці	33
2.2. Аналіз методів та технік спічрайтингу в реальних політичних кампаніях	50
2.3. Вплив спічрайтингу на формування громадської думки та підтримку політичних кандидатів.....	65
Висновки до Розділу 2	69
РОЗДІЛ 3. ІНСТРУМЕНТАЛЬНІСТЬ СПІЧРАЙТИНГУ	71
3.1. Використання мовних засобів у спічрайтингу	71
3.2. Роль риторики та логіки у підтримці політичних ідей	74
3.3. Вплив аудіовізуальних елементів на ефективність політичних виступів	81
Висновки до Розділу 3	85
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	89

АНОТАЦІЯ

Гетманенко А.О. Спічрайтинг у політичній комунікації

У роботі визначається поняття спічрайтингу як процесу створення промов, зосереджених на політичній комунікації, з акцентом на впливі публічних виступів на громадську думку. Узагальнюються наукові підходи до дослідження спічрайтингу, його методів і стратегій у політичних кампаніях. Окреслюються основні техніки спічрайтингу, включаючи риторику, логіку та використання мовних і аудіовізуальних засобів для формування ефективних політичних повідомлень. Окрему увагу приділено ролі спічрайтера у створенні політичних меседжів та їх впливу на електорат. Робота також аналізує приклади успішних політичних виступів і їх вплив на формування громадської думки. Основні функції спічрайтингу визначені як: експресивна (вираження емоцій та ідей), номінативна (називання нових політичних реалій), компресивна (економія мовних засобів для досягнення ефективного донесення повідомлень) та діагностична (відображення суспільних змін).

Ключові слова: спічрайтинг, політична комунікація, риторика, мовні засоби, експресивна функція, номінативна функція, компресивна функція, діагностична функція.

ABSTRACT

A. Getmanenko. Speechwriting in Political Communication

The Master's Thesis defines the concept of speechwriting as the process of crafting speeches, focusing on political communication and the impact of public speeches on public opinion. The work summarizes scientific approaches to the study of speechwriting, its methods and strategies in political campaigns. The main techniques of speechwriting are outlined, including rhetoric, logic, and the use of linguistic and audiovisual tools for creating effective political messages. Special attention is given to the role of the speechwriter in shaping political messages and their influence on the electorate. The study also analyzes examples of successful political speeches and their impact on public opinion. The primary functions of speechwriting are defined as: expressive (expressing emotions and ideas), nominative (naming new political realities), compressive (economizing linguistic means for efficient message delivery), and diagnostic (reflecting societal changes).

Keywords: speechwriting, political communication, rhetoric, linguistic tools, expressive function, nominative function, compressive function, diagnostic function.

ВСТУП

Актуальність. Спічрайтинг є важливим елементом сучасної політичної комунікації, оскільки публічні виступи політиків впливають на формування громадської думки та підтримку кандидатів на виборах. Вміння створювати ефективні, переконливі та впливові політичні промови має вирішальне значення для успішної політичної діяльності, оскільки промови можуть змінювати хід кампанії та впливати на електорат. Сучасні дослідження у сфері спічрайтингу зосереджені на техніці формулювання політичних повідомлень, а також на ролі риторичних і мовних засобів у цьому процесі. Історичний розвиток спічрайтингу демонструє його еволюцію від простих до складних і структурованих промов з використанням сучасних медіа та технологій. Однак, незважаючи на значну увагу, яка приділяється спічрайтингу в політичних кампаніях, інструменти спічрайтингу, зокрема використання аудіовізуальних засобів та мовної економії, залишаються недостатньо вивченими. Це підкреслює необхідність подальших досліджень на цю тему, особливо з акцентом на новітні техніки спічрайтингу та їхній вплив на громадську думку.

Мета дослідження: полягає в аналізі способів та стратегій спічрайтингу в політичній комунікації, а також визначенні їхнього впливу на формування громадської думки.

Завдання дослідження:

- Дослідити історичний розвиток спічрайтингу у політичній комунікації.
- Описати техніки та стратегії спічрайтингу, що використовуються у політичних кампаніях.
- Проаналізувати роль спічрайтера у формуванні політичних повідомлень.

- Вивчити приклади успішних спічрайтерських виступів та їхній вплив на громадську думку.
- Оцінити інструменти мовних і риторичних засобів у політичних промовах та їхній ефект.

Об'єкт дослідження: процес політичної комунікації через публічні виступи політиків.

Предмет дослідження: техніки та стратегії спічрайтингу в політичних кампаніях, що використовуються для формування політичних повідомлень.

Методи дослідження: у роботі використовувалися методи аналізу і синтезу для вивчення наукових джерел, порівняльний метод для аналізу технік спічрайтингу, а також метод контент-аналізу для дослідження прикладів політичних промов.

Матеріал дослідження: досліджуваними джерелами стали політичні виступи відомих лідерів, наукові праці з політичної риторики, статті, присвячені спічрайтингу, а також медіа-ресурси з аналізом політичних кампаній.

Наукова новизна одержаних результатів: полягає у комплексному аналізі сучасних технік спічрайтингу, зокрема дослідженні нових риторичних прийомів та аудіовізуальних засобів у політичних виступах, а також виявленні їхнього впливу на громадську думку.

Практичне значення: полягає у можливості використання результатів дослідження для вдосконалення політичної комунікації, зокрема при підготовці промов політиків, а також у розробці стратегій ефективного впливу на аудиторію.

Апробація результатів дослідження: результати дослідження були апробовані на конференції, що відбулася 9 квітня 2024 року, де було обговорено тези «Political Communication and Its System», також була підготовлена стаття «Спічрайтинг у політичній комунікації».

РОЗДІЛ 1.

ВИЗНАЧЕННЯ СПІЧРАЙТИНГУ ТА ЙОГО РОЛЬ У ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

1.1. Історія розвитку спічрайтингу

Своїм корінням спічрайтинг сягає ранніх форм спілкування та еволюції писемності. Первісні люди спілкувалися переважно за допомогою розмовної мови, жестів та примітивних символів. З часом, коли суспільство ставало складнішим, виникла потреба у більш досконаліх формах комунікації, що призвело до розвитку писемності в різних стародавніх цивілізаціях.

Винайдення писемності стало ключовим моментом в історії комунікації. У Месопотамії, близько 3200 року до н.е., шумери розробили клинопис, одну з найдавніших систем письма, яка полегшила запис промов, законів та угод [1]. Аналогічно, в Єгипті з'явилися ієрогліфи, що дозволили візуально представляти розмовну мову, часто використовувану в монументальних написах і церемоніальних контекстах [1]. Вважається, що протосинайське письмо, яке з'явилося близько 1900 року до н. е., вплинуло на розвиток фінікійського алфавіту, предка багатьох сучасних алфавітів [2].

Ще за часів Римської республіки письмова комунікація відіграла вирішальну роль у суспільному житті. Римляни використовували Acta Diurna, або «щоденні акти», які вивішували в публічних місцях, щоб інформувати громадян про урядові рішення та події [2]. Ця практика не лише сприяла комунікації, але й заклала основу для пізніших форм журналістики та публічного дискурсу.

Мистецтво риторики також має давні витоки, вкорінені в традиціях публічних виступів. Такі постаті, як Цицерон, зробили значний внесок у розуміння переконливого мовлення, що згодом лягло в основу принципів спічрайтингу [3]. Поєднання письмової мови та риторичних прийомів ознаменувало значну еволюцію в тому, як ідеї передавалися та обговорювалися на публічних форумах.

Епоха Відродження та Просвітництва

Епоха Відродження ознаменувалася значним відродженням класичних ідеалів, особливо в риториці, яка вважалася необхідною для ефективної комунікації в суспільному житті. У цей період відновився інтерес до творів давньоримських діячів, зокрема Цицерона, чий вплив пронизав освітній та інтелектуальний ландшафт Європи. Вченим, таким як Петрарка, приписують повторне видання листів Цицерона, що спричинило широке відродження гуманізму та класичної культури у 14 столітті [4]. Тадеуш Зелінський підкреслював, що «Ренесанс був перш за все відродженням Цицерона», вказуючи на центральну роль Цицерона у формуванні ренесансної думки та риторики [4].

В епоху Відродження такі видатні діячі, як Еразм, Томас Мор і Френсіс Бекон, розвинули теорію риторики, досліджуючи силу мови і необхідність переконливого письма в політиці та суспільстві. Вивчення риторики стало ключовим компонентом освіти, а університети створили спеціальні курси для розвитку цих навичок [5]. У цей період також з'явилися нові риторичні концепції та техніки, що відображали мінливі суспільні потреби та зростаючу важливість красномовства в публічному дискурсі.

Епоха Просвітництва, яка настала після епохи Відродження, ще більше піднесла авторитет Цицерона, зробивши його ключовою фігурою для таких мислителів Просвітництва, як Джон Локк, Девід Юм, Монтеск'є та Едмунд Берк [4]. Його праці зробили значний внесок у політичну теорію та еволюцію республіканізму, вплинувши на ідеологічні засади сучасної демократії [4; 5]. Акцент Просвітництва на розумі та правах особистості переплітався з риторичними прийомами та принципами, відродженими з класичної античності, формуючи сучасну політичну та філософську думку. В обидва періоди риторика слугувала важливим інструментом для залучення аудиторії та натхнення до дії, закладаючи основу для сучасних практик спічрайтингу та політичної комунікації.

Розвиток у XIX столітті

XIX століття ознаменувалося значним розвитком практики написання промов, що значною мірою було зумовлено розширенням політичного ландшафту та зростанням важливості публічної комунікації. З підвищенням рівня грамотності

завдяки поширенню друкованих матеріалів все більше людей отримали доступ до політичного дискурсу, що спричинило попит на кваліфікованих спічрайтерів, які могли б створювати ефективні повідомлення для зростаючої аудиторії [1].

У цей період мистецтво риторики набуло популярності під впливом класичних вчень і потреби в переконливій комунікації в країнах, що розвиваються. Праці впливових риторів слугували посібниками для спічрайтерів, наголошуючи на важливості структури, подачі та емоційної привабливості промов. Цей зсув дозволив спічрайтерам вдосконалити свої техніки та адаптувати повідомлення, щоб вони резонували з різними аудиторіями [6].

Поява друкарського верстата та розвиток газетної справи відіграли вирішальну роль у формуванні публічного дискурсу. Коли газети почали широко розповсюджуватися, вони не лише поширювали політичну інформацію, але й демонстрували потужні промови та дебати, таким чином підвищуючи роль спічрайтерів у створенні повідомлень, які могли б привернути увагу громадськості та стимулювати дискусію [7].

Вплив Громадянської війни в США

Громадянська війна в США (1861-1865) ще більше підкреслила необхідність у кваліфікованих спічрайтерах, оскільки політичні лідери прагнули об'єднати націю за допомогою потужного ораторського мистецтва. У цей період з'явилися видатні спічрайтери, які тісно співпрацювали з політиками, щоб сформулювати переконливі наративи, що відповідали соціальним і політичним потрясінням того часу [8].

Наприкінці 19 століття спічрайтинг почав формуватися як окрема професія. У міру того, як політичні партії зміцнювали свої платформи та комунікаційні стратегії, спеціалізовані спічрайтери ставали невід'ємною частиною передвиборчих кампаній, допомагаючи кандидатам формулювати своє бачення та політику в умовах зростаючої конкуренції на виборах [9].

Еволюція у XX столітті

XX століття стало свідком значної трансформації у сфері спічрайтингу, значною мірою зумовленої розвитком комунікаційних технологій та зміною

політичного ландшафту. З розвитком засобів масової інформації, особливо з появою радіо і телебачення, мистецтво публічних виступів адаптувалося до нових форматів і аудиторій.

Поява електронних засобів масової інформації призвела до змін у тому, як виголошуються та сприймаються промови. Радіо і телебачення дозволили політичним діячам охопити ширшу аудиторію, ніж будь-коли раніше, що вимагало нового підходу до написання промов, який враховував не лише зміст, але й аудіальні та візуальні елементи виступу. Публічні оратори почали усвідомлювати важливість гучності та присутності, що вимагало від них коригувати свою промову залежно від розміру та характеру аудиторії, а також від місця проведення презентації [10; 11].

З переходом до *XXI століття* розвиток соціальних медіа-платформ, таких як *Facebook*, *Twitter* та *Instagram*, змінив ландшафт політичної комунікації. Кандидати, які ефективно використовували ці електронні платформи для взаємодії з виборцями, отримали значну перевагу в порівнянні з іншими, котрі використовували старі сталі методи, такі дії зробили цифровий спічрайтинг критично важливою навичкою у сучасних кампаніях. Для політичних спічрайтерів стало невід'ємним створювати повідомлення, які були б не лише переконливими в традиційному розумінні, але й пристосованими для швидкого поширення та взаємодії в соціальних мережах [12; 13].

Взаємовідносини між журналістикою та спічрайтингом також еволюціонували в цей період. Газети, а згодом і телевізійні новини відігравали важливу роль у формуванні суспільного дискурсу та політичної ідентичності, що змушувало спічрайтерів чітко усвідомлювати медіа-середовище, в якому їхні промови будуть сприйняті. Ефективно спічрайтинг почав включати елементи, які резонували з поточними подіями та суспільними настроями, створюючи таким чином промови, здатні привернути увагу як ЗМІ, так і електорату [1; 14].

Однак ця еволюція не була позбавлена викликів. Ті самі технології, які покращили комунікацію, також призвели до насичення інформацією, що ускладнювало виділення промов. Політичні діячі зіткнулися з посиленою увагою

та швидкою реакцією на їхні слова, що призвело до більшої необхідності для спічрайтерів передбачати реакцію громадськості та готуватися до потенційної негативної реакції [15; 12].

Дослідження та напрацювання

У сучасному суспільстві *комунікація* відіграє ключову роль у формуванні думок, поведінки та соціальних відносин. Дослідження О. Шманової зосереджується на розумінні теоретичних підходів до понять «комунікація» і «політична комунікація». Метою цієї роботи є з'ясування особливостей і функцій політичної комунікації, що є надзвичайно важливим у контексті впливу на суспільство [80].

Комунікація є процесом обміну знаковими повідомленнями, що містять інформаційну складову, з метою впливу на діяльність людей. Польський комуніколог Т. Гобан-Клас виділяє сім типових визначень комунікації, серед яких *трансмісія інформації, розуміння інших, вплив через знаки і символи, об'єднання спільноти, обмін завданнями, взаємодія за допомогою символів і роль комунікації в суспільному процесі*. Кожне з цих визначень підкреслює різні аспекти комунікативного процесу, відзначаючи, що комунікація охоплює як особистісні, так і групові зв'язки [80].

Класична парадигма комунікації була розроблена американським політологом Г. Лассуелом у 1948 році. Вона ґрунтується на серії питань, що стосуються передачі інформації: хто передав, що, яким каналом, кому і з яким результатом. Відповідно до цього виділяють шість головних змінних процесу комунікації. Відправник, або комунікатор, є особою, що ініціює передачу інформації і відповідає за точність формулювання повідомлення. Повідомлення, в свою чергу, є сукупністю вербальних і невербальних символів, а канал — способом, за допомогою якого інформація досягає отримувача [80].

Отримувач — це особа, для якої призначене повідомлення, яка має вміння слухати та забезпечувати зворотний зв'язок. Сприйняття повідомлення відбувається через розуміння його змісту, що може бути ускладнене різними системами символів. Зворотний зв'язок, або реакція отримувача, є важливим

елементом комунікації, оскільки він дозволяє оцінити ефективність процесу і коригувати подальші дії [80].

Важливо також зазначити, що комунікаційні процеси в різних сферах соціального життя мають різне місце і характер. Політичну комунікацію доцільно розглядати як унікальний тип, що відрізняється специфічними джерелами інформаційних контактів і особливим стилем спілкування. Вона включає в себе не лише передачу інформації, а й створення соціальних взаємовідносин, що надає їй особливу роль у суспільстві [80].

Також можна зазначити напрацювання Галини Сюті, що політична риторика є *соціоцентричним дискурсом*, який відображає маніпулятивний досвід мовних і ментальних цінностей попередньої культури. У своєму дослідженні авторка наголошує, що до основних аспектів прагматики прецедентних висловлювань у політичній мові належать *аргументованість, маніпулятивність та полемічність*. Використання прецедентних висловлювань забезпечує комунікативну близькість і формує аксіологічні координати «свій – чужий», що особливо важливо для ефективної політичної комунікації. Зібраність та сприйнятливість цих висловлювань у контексті політичного дискурсу засвідчує взаємозв'язок індивідуального, соціального та національного культурного таксису, що сприяє глибшому розумінню особливостей політичної комунікації в Україні [81].

Для політичної риторики також характерний соціоцентричний дискурс, який орієнтований на масового адресата. Важливими є «сенс та форми подання повідомлення», прагматика мовних одиниць і прецедентних висловлювань, які відрізняються від егоцентричних текстів. Політична риторика представлена різноманітними жанрами, такими як політичні промови, дебати та реклама, які спрямовані на формування певних іміджевих характеристик політиків та політичних сил [81].

Основними рисами політичної риторики є *аргументованість, маніпулятивність і полемічність*. Аргументованість прецедентних висловлювань використовується для підтвердження основних думок тексту. Наприклад, в інавгураційній промові П. Порошенка є цитати відомих українців, які

підкреслюють концепцію «Україна – це Європа». Ці цитати не лише підсилюють висловлені тези, а й формують емоційний зв'язок із аудиторією [81].

Маніпулятивність у політичній риторичі виявляється в здатності політиків адаптувати зміст висловлювань відповідно до комунікативних потреб. Це дозволяє сформувати хибне або ціленаправлене сприйняття подій і людей через маніпулятивність, приховуючи справжні наміри повідомлень. Політичний слоган Юлії Тимошенко «Вона працює» є прикладом маніпулятивності, коли позитивна оцінка пов'язана з її ім'ям, а дії опонентів подаються в негативному світлі [81].

Символічні промови

Протягом історії певні промови виходили за межі свого безпосереднього контексту і ставали символічними вираженнями людського самовираження та захисту прав. Ці промови не лише відображають важливі моменти історії, але й є свідченням сили риторики та переконання.

Промова Авраама Лінкольна в Геттісбурзі (1863)

Геттісберзька промова Лінкольна, виголошена під час Громадянської війни в США, відома своєю стислістю та глибоким впливом. Усього в 272 словах Лінкольн підкреслив теми рівності та національної єдності, наголосивши на важливості об'єднання нації посеред розколу. Ця промова демонструє силу лаконічних слів для передачі монументальних ідей [21].

«У мене є мрія» Мартіна Лютера Кінга (1963).

Промова доктора Кінга, виголошена під час Маршу за роботу і свободу у Вашингтоні, сформулювала бачення расової рівності та справедливості. Завдяки глибоко емоційній мові та потужним образам, доктор Кінг надихнув ціле покоління учасників руху за громадянські права. Його заклик до свободи не лише знайшов відгук у присутніх, але й продовжує надихати активістів по всьому світу [22; 21].

Сьюзен Б. Ентоні, «Право жінки голосувати» (1873).

У цій ключовій промові Ентоні пристрасно відстоювала виборчі права жінок і наголошувала на несправедливості позбавлення їх права голосу. Її виступи на захист прав жінок підкреслили важливість громадянської участі у прагненні до рівності та заклали основу для наступних поколінь активістів [21].

«Так, ми можемо» Барака Обама (2008)

У своїй переможній промові після президентських виборів 2008 року Обама використав об'єднуюче послання надії та змін, щоб звернутися до різноманітної американської громадськості. Його риторика оптимізму і стійкості відобразила сутність нації, готової до змін, і надихнула мільйони людей на участь у демократичному процесі [22; 21].

Вільям Шекспір «Бути чи не бути» (Гамлет).

Цей монолог відображає глибокі екзистенційні питання, включаючи боротьбу людини з життям і смертю. Майстерне використання Шекспіром поетичної мови та риторики зробило цю промову одним з найбільш цитованих і аналізованих уривків у літературі, що свідчить про позачасову актуальність її тем [23].

Промова Франкліна Д. Рузвельта «Чотири свободи» (1941).

У контексті війни яка насувалася, Рузвельт виклав своє бачення фундаментальних прав людини за межами Сполучених Штатів. Визначивши свободу слова, свободу віросповідання, свободу від необхідності та свободу від страху, він прагнув заручитися підтримкою міжнародного співробітництва та людської гідності, формуючи глобальний дискурс прав людини [22; 21]. Ці промови, серед багатьох інших, демонструють непереборну силу усного слова надихати, спонукати до роздумів і стимулювати зміни в різних поколіннях і суспільствах.

Завдяки використанню різноманітних риторичних прийомів і щирих закликів ці відомі промови продовжують резонувати, формуючи наше розуміння справедливості, рівності та людського буття.

1.2. Техніки та стратегії спічрайтингу в політичній комунікації

Мистецтво письма має глибоке історичне коріння і зазнало значної еволюції, починаючи з його витоків в усній традиції і закінчуючи сучасним застосуванням у політичній комунікації. Історично склалося так, що ефективна риторика вважалася необхідною умовою для переконання публіки, і такі стародавні діячі, як Арістотель, виклали основні принципи у своєму трактаті «Риторика». Арістотель

розрізняв усну та письмову риторику і стверджував, що обидві вони вимагають володіння риторичними прийомами для ефективного залучення аудиторії [24]. Його розуміння метафори та стилістичних прийомів формувало письмову практику протягом століть. Перехід від усної до письмової риторики - ключовий момент у мовленнєвій діяльності. Як зазначає Едвард Бернейс, у мові мовлення часто використовуються поетичні елементи, як-от алітерація і метафора, що підсилюють емоційний резонанс і ясність викладених ідей [26]. Це зрушення підкреслює необхідність розуміння спічрайтерами виразної сили усного слова, вимагаючи стилю, в якому пріоритет надається візуальній складності та ясності слуху [28]. У ХХ столітті роль спічрайтера дедалі більше інституціоналізувалася в політичній комунікації. Промови створювали не тільки для того, щоб донести політику, а й щоб викликати емоційний відгук в аудиторії, часто поєднуючи оповідні та переконливі техніки для зміцнення зв'язку з аудиторією [25]. У цей період з'явилися видатні промови, що стали культурними орієнтирами, як-от інавгураційна промова президента Джона Ф. Кеннеді, в якій було використано такі фрази, що запам'ятовуються, як *«Не питайте, що ваша країна може зробити для вас — запитайте, що ви можете зробити для своєї країни»* [25]. Спільний характер сучасного спічрайтингу віддзеркалює складність політичного дискурсу: спічрайтери тісно співпрацюють із політичними діячами, щоб створити послання, які б відповідали цінностям їхньої аудиторії та поточному соціальному контексту [28]. Оскільки спічрайтинг продовжує адаптуватися до технологічних і соціальних змін, його історичний контекст залишається важливим елементом для розуміння його важливості у формуванні громадської думки та політичних наративів.

Техніки

- Аналіз аудиторії
- Розуміння аудиторії має вирішальне значення для створення резонансного повідомлення. Методи аналізу аудиторії включають пряме спостереження, висновок і збір даних [27]. Використовуючи опитування чи анкети, доповідачі можуть отримати уявлення про цінності та інтереси своєї аудиторії, що може суттєво вплинути на зміст і подачу їх промови [29]. Крім того, використання теорії

комунікаційної пристосованості дозволяє ораторам коригувати свої повідомлення в режимі реального часу на основі зворотного зв'язку та реакції аудиторії, ще більше покращуючи їхній зв'язок зі слухачами [30].

- Етос, пафос і логос
 - Однією з основоположних основ переконливого написання речей є використання етосу, пафосу та логотипів. Етос відноситься до авторитету та етичної привабливості оратора, встановлення довіри з аудиторією [32]. Пафос звертається до емоцій аудиторії, прагнучи викликати почуття, які збігаються з повідомленням оратора [32]. Логотип — це логічне звернення, яке використовує міркування та докази для переконання аудиторії за допомогою раціональної аргументації [32]. Аналіз цих прийомів, особливо у таких впливових текстах, як «Я маю мрію» Мартіна Лютера Кінга, дає цінну інформацію про те, як вони посилюють переконливість і служать загальній меті промови [32].
- Письмові вправи та взаємоперевірка
 - Після того, як студенти зрозуміють поняття етосу, пафосу та логотипу, вони зможуть практикувати ці техніки за допомогою письмових вправ. Заохочення студентів до написання есе, промов або листів на теми, якими вони захоплені, не тільки зміцнює їхнє розуміння переконливого письма, але й сприяє творчості [32]. Включення сесій експертної оцінки дозволяє рефлексивно обговорювати ефективність використання один одним риторичних прийомів, сприяючи спільному навчальному середовищу [32]. Інтегруючи ці прийоми та стратегії, спічрайтери можуть створювати переконливі повідомлення, які резонують із різноманітною аудиторією та ефективно вирішують різні цілі.
- Риторичні прийоми
 - Окрім етосу, пафосу та логотипів, ефективні промови часто використовують різні риторичні прийоми, щоб посилити свої повідомлення. Аналіз «Листа з Бірмінгемської в'язниці» Кінга може поглибити розуміння того, як працюють ці пристрої та їх ефективність у впливі на аудиторію [31]. Ключові аспекти цього аналізу включають оцінку контексту, в якому використовуються мовні засоби, і порівняння їх ефективності в різних текстах [31]. Наприклад, можна поміркувати

над їхніми особистими реакціями на ці тексти, визначивши, як їх спонукали чи переконали певні риторичні стратегії [31].

Стратегії

Стратегії політичної комунікації є життєво важливими для залучення громадян і переконання їх до дій, таких як голосування чи волонтерство. До основних стратегій входить:

1. Алітерація

Пояснення: алітерація — це повторення початкового приголосного звуку в ряді слів. Цей прийом робить промови більш запам'ятовуваними та впливовими, створюючи ритм або зосереджуючись на певній фразі.

Приклад і цитата:

Барак Обама у своїй переможній промові (2008): *«Хор циніків сказав, що ми не можемо цього зробити; вони будуть тільки голосніше і дисонансніше».*

Повторення звуку «с» підкреслює цинізм і підкреслює контрапункт надії.

2. Алюзія

Пояснення: алюзія — це посилення на добре відому особу, подію чи текст, щоб викликати сенс без його детального пояснення. Це пов'язує аудиторію зі спільними культурними знаннями чи історією.

Приклад і цитата:

Джон Ф. Кеннеді, інавгураційна промова (1961): *«Нехай обидві сторони об'єднаються, щоб прислухатися в усіх куточках землі до наказу Ісаї – зняти важкі тягарі і відпустити пригноблених на волю».*

Кеннеді посиляється на Біблію, торкаючись глибоких моральних і релігійних цінностей.

3. Анафора

Пояснення: Анафора — це повторення слова або фрази на початку послідовних речень. Це створює акцент і допомагає нарощувати імпульс.

Приклад і цитата:

Вінстон Черчилль, виступ під час Другої світової війни (1940): *«Ми будемо битися на пляжах, ми будемо битися на майданчиках для висадки, ми будемо битися в полях і на вулицях, ми будемо битися на пагорбах».*

Повторення Черчиллем *«ми будемо боротися»* зміцнює рішучість британців перед обличчям труднощів.

4. Антитеза

Пояснення: антитеза передбачає зіставлення двох протилежних ідей у безпосередній близькості, часто в одному реченні. Це створює потужне протистояння між ідеями.

Приклад і цитата:

Мартін Лютер Кінг молодший, виступ *«У мене є мрія»* (1963): *«Тепер настав час підняти нашу націю з пливунів расової несправедливості до твердої скелі братерства».*

Кінг протиставляє *«плинні піски»* *«твердій скелі»*, щоб символізувати рух від нестабільності до сили та єдності.

5. Анекдот

Пояснення: Анекдоти — це короткі особисті історії, які використовуються для ілюстрації думки або для того, щоб зробити мовця більш схожим. Вони емоційно зв'язуються з аудиторією.

Приклад і цитата:

Рональд Рейган, промова під час лиха Challenger (1986): *«У цьому столітті ми звикли до чудес. Нас важко засліпити. Але протягом двадцяти п'яти років космічна програма Сполучених Штатів займалася саме цим».*

Рейган використовує анекдот про успіх космічної програми, щоб пояснити національну гордість і смуток втрати.

6. Етос

Пояснення: етос – це звернення до довіри чи характеру. Встановлюючи свій авторитет або етичні позиції, оратори переконують аудиторію у своїй надійності.

Приклад і цитата:

Мішель Обама, Національний з'їзд Демократичної партії (2016): *«Я прокидаюся щоранку в будинку, побудованому рабами, і спостерігаю за моїми доньками, двома красивими, розумними чорношкірими жінками, які граються зі своїми собаками на галявині біля Білого дому».*

Мішель Обама створює етос, пов'язуючи свій особистий досвід з історією нації, підвищуючи довіру до неї та її релевантність.

7. Гіпербола

Пояснення: гіпербола — це перебільшене твердження, яке використовується для підкреслення або ефекту, часто викликаючи драматичну або емоційну реакцію.

Приклад і цитата:

Дональд Трамп, президентські дебати (2016): *«Наша країна в серйозній біді. Ми більше не виграємо. Раніше ми вигравали, більше не виграємо».*

Гіперболічна заява Трампа підкреслює відчуття національного занепаду, щоб створити відчуття терміновості.

8. Метафора

Пояснення: метафора — це пряме порівняння двох несхожих речей, що свідчить про те, що одна річ втілює в собі якості іншої. Це додає мовленню глибини та образності.

Приклад і цитата:

Нельсон Мандела, інавгураційна промова (1994): *«Ми нарешті досягли нашої політичної емансипації. Ми зобов'язуємося звільнити весь наш народ від триваючої рабства бідності, злиднів, страждань, гендерної та іншої дискримінації».*

Мандела використовує метафору «кабали», щоб описати системне гноблення, пов'язуючи його з боротьбою нації за свободу.

Дотримуючись цих стратегій, політичні кампанії можуть краще залучати громадян і підвищувати їхні шанси на успіх.

11. Пафос

Пояснення: пафос — це емоційне звернення, спрямоване на те, щоб викликати у аудиторії такі почуття, як співчуття, страх або гордість. Це допомагає створити особистий зв'язок між доповідачем і слухачами.

Приклад і цитата:

Авраам Лінкольн, Геттісбурзька промова (1863): *«Що ми тут твердо постановили, що ці мертві не померли марно; що ця нація під Богом матиме нове народження свободи».*

Лінкольн використовує пафос, щоб вшанувати полеглих солдатів і пробудити почуття мети в боротьбі нації за свободу.

10. Паралелізм

Пояснення: паралелізм — це використання подібних граматичних структур у послідовних фразах чи реченнях для створення ритму чи підсилення ідеї.

Приклад і цитата:

Джон Ф. Кеннеді, інавгураційна промова (1961): *«Не питайте, що ваша країна може зробити для вас — запитайте, що ви можете зробити для своєї країни».*

Використання Кеннеді паралельної структури створює збалансований заклик до дії, що запам'ятовується.

11. Риторичне запитання

Пояснення: риторичне запитання — це запитання, яке ставиться для досягнення ефекту, а не для того, щоб викликати відповідь, а щоб спонукати до роздумів або підкреслити тезу.

Приклад і цитата:

Рональд Рейган під час президентських дебатів (1980): *«Чи краще ви живете, ніж чотири роки тому?»*

Питання Рейгана змушує виборців замислитися над їхніми особистими обставинами, наводячи аргументи на користь змін.

12. Порівняння

Пояснення: порівняння — це порівняння двох різних речей за допомогою «як» або «як», щоб підкреслити подібність. Це додає яскравості промові.

Приклад і цитата:

Білл Клінтон під час передвиборчої кампанії 1992 року: *«Я відчуваю ваш біль, як свій власний».*

Порівняння Клінтона створює особистий зв'язок із аудиторією, демонструючи співчуття їхнім труднощам.

13. Триколонка

Пояснення: трикрапка — це набір із трьох паралельних елементів (слів, фраз чи речень), які використовуються для наголосу. Це створює відчуття повноти і рівноваги.

Приклад і цитата:

Барак Обама, інавгураційна промова (2009): *«Ми залишаємось молодою нацією, але, кажучи словами Святого Письма, настав час відкинути дитячі речі. Настав час підтвердити наш витривалий дух; вибрати нашу кращу історію; продовжувати цей дорогоцінний дар, цю благородну ідею, що передається з покоління в покоління».*

Використання Обамою трикрапки підсилює ідею про те, що Америка рухається вперед у єдності та меті.

14. Заниження

Пояснення: заниження важливості чогось мінімізує, щоб створити іронічний чи жартівливий ефект або підкреслити його значення через контраст.

Приклад і цитата:

Франклін Д. Рузвельт, Перл-Харборська промова (1941): *«Учора, 7 грудня 1941 року — дата, яка буде ганебною, — Сполучені Штати Америки зазнали раптово й навмисного нападу».*

Рузвельт спочатку применшує ситуацію, але потім підкреслює її серйозність фразою «побачення, яке буде ганебним».

15. Логотипи

Пояснення: Логотип — це звернення до логіки, використання доказів, даних і міркувань для переконання аудиторії. Він спрямований на побудову раціональної аргументації.

Приклад і цитата:

Барак Обама під час промови про реформу охорони здоров'я (2009): *«Є 30 мільйонів американців, які не мають медичного страхування. У найбагатшій країні світу це неприйнятно».*

Обама використовує статистику, щоб закликати до розуму та підкреслити необхідність реформи охорони здоров'я.

Ці риторичні стратегії, які використовували політичні лідери впродовж історії, демонструють, як спічрайтери ретельно створюють повідомлення, щоб викликати резонанс у аудиторії на емоційному, логічному та етичному рівнях. Вони перетворюють промови на пам'ятні, переконливі події, які можуть визначати громадську думку та формувати політичний дискурс.

1.3. Роль спічрайтера у формуванні політичних повідомлень та реакцій громадськості

Основні обов'язки

Створення мовлення та обмін повідомленнями. Спічрайтери відіграють вирішальну роль у формуванні повідомлень політичних діячів, створюючи промови, які ефективно передають позиції партії та відстоюють її політику. Це передбачає ретельне дослідження та розуміння поточних проблем, а також конкретних цінностей і пріоритетів партії [35]. Важливо адаптувати повідомлення для різних демографічних груп; спічрайтери аналізують такі характеристики аудиторії, як стать, вік і соціально-економічний статус, щоб переконатися, що їхні повідомлення резонують і ефективно залучають спільноти [36].

Співпраця із зацікавленими сторонами. Окрім підготовки промов, спічрайтери тісно співпрацюють із різними зацікавленими сторонами, зокрема обраними посадовими особами, радниками та експертами з права. Вони беруть участь в обговореннях, щоб зрозуміти ширший контекст виступів, гарантуючи, що зміст узгоджується з політичним порядком денним і ефективно вирішує громадські проблеми [35]. Ця співпраця може поширюватися на співпрацю з такими інституціями, як Верховний суд, щоб розробити переконливі аргументи для

важливих справ, допомагаючи донести складні правові концепції в доступний спосіб [35].

Адвокація та визначення порядку денного. Спічрайтери відіграють значну роль у відстоюванні змін політики через свою письмову роботу. Вони встановлюють порядок денний, висвітлюючи критичні питання під час виступів, що впливає на публічний дискурс і формує процеси формування політики [36; 1]. Представляючи переконливі аргументи та відстоюючи конкретну політику, вони сприяють належній практиці управління та допомагають досягти консенсусу серед законодавців і громадськості [36].

Редакційна та кризова комунікація. Крім того, спічрайтери беруть участь у створенні редакційних статей та інших письмових матеріалів, таких як відеосценарії та офіційне листування. Вони забезпечують редакційне керівництво комунікаціями та беруть участь у розробці стратегій комунікації щодо ризиків і криз, гарантуючи, що повідомлення партії залишається послідовним і ефективним навіть у складних ситуаціях [37]. Ця багатогранна роль підкреслює важливість спічрайтерів у формуванні політичних наративів і впливі на громадську думку.

Навички та кваліфікація. Роль спічрайтера вимагає різноманітних навичок і кваліфікації, щоб ефективно створювати повідомлення, які резонують з аудиторією. Сильні здібності до письма та редагування мають першочергове значення, оскільки ефективність виступу часто залежить від точного вибору слів і структури [38]. Окрім технічних навичок письма, спічрайтери повинні вміти створювати переконливі оповіді та переконливі аргументи, часто спираючись на свій досвід у політичних науках, журналістиці чи комунікації [35].

Основні навички:

- Вміння писати
- Спічрайтери повинні володіти винятковими навичками письмового спілкування, з глибоким розумінням граматики, орфографії та структури речень. Володіння мовою дозволяє їм викликати бажані емоційні реакції аудиторії за допомогою ретельно складених фраз [38]. Крім того, вони повинні постійно практикувати письмо в різних стилях, щоб розширити свій творчий репертуар [39].

- Дослідницькі та аналітичні навички
 - Ефективні виступи ґрунтуються на ретельному дослідженні. Спічрайтерам потрібно збирати й систематизувати відповідні факти, щоб логічно й переконливо підтвердити свої повідомлення. Це передбачає відповіді на ключові запитання про потреби аудиторії та визначення пріоритетності інформації на основі терміновості [38; 40]. Сильні аналітичні здібності дозволяють спічрайтерам аналізувати складні політичні проблеми та чітко представляти їх, роблячи їх доступними для широкої аудиторії.
- Soft Skills
 - Адаптивність і стійкість є критично важливими рисами, оскільки спічрайтери часто стикаються з численними переглядами та жорсткими дедлайнами. Вони повинні мати можливість ефективно співпрацювати з політиками та виголошувати промови, які надихають і захоплюють слухачів [41; 35]. Крім того, чудова увага до деталей забезпечує точність і послідовність виступів, що є життєво важливим, враховуючи роль, яку вони відіграють у формулюванні позиції організації з різних питань [35].
- Кваліфікація
 - Хоча немає строгих освітніх вимог, щоб стати спічрайтером, мати ступінь магістра у відповідних галузях, таких як комунікації, політологія чи менеджмент є бажаним. Багато успішних спічрайтерів також мають досвід комунікацій із керівниками, реінжинірингу бізнес-процесів та ІТ-стратегії, що підкреслює універсальність ролі [42].
- Безперервне навчання
 - Враховуючи еволюцію комунікації в епоху цифрових технологій, спічрайтерам слід бути в курсі поточних подій і технологічних інструментів, які можуть покращити процес написання. Наприклад, багато викладачів повідомляють, що цифрові інструменти можуть полегшити навчання письма, припускаючи, що знайомство з такими технологіями також може принести користь спічрайтерам у їх майстерності [40]. Відточуючи ці навички та кваліфікацію, спічрайтери-початківці

можуть підвищити свої шанси на успіх у конкурентній сфері, зрештою справляючи значущий вплив своїми словами [39].

Також можна зазначити декілька корисних порад, котрі використовуються під час написання промов (рис. 1.1.).



Рисунок 1.1. Поради написання промови

Джерело [38]

По-перше, важливо визначити основну думку промови, оскільки кожне слово повинно слугувати досягненню конкретної мети.

По-друге, необхідно чітко зрозуміти аудиторію, до якої буде звернена промова. Це дозволить краще адаптувати стиль і зміст до потреб та очікувань слухачів.

Третя порада полягає в ретельному дослідженні теми, щоб знайти підтверджуючу інформацію, що підкріплює основні тези.

Четвертим кроком є додавання структури до промови, що забезпечить логічний перехід між ідеями та створить послідовність викладу.

Нарешті, важливо надати промові особистого характеру, проте слід уникати надмірної індивідуалізації, яка може відволікати від основного змісту.

Ці поради сприятимуть створенню аргументованої, добре структурованої та ефективної промови, що відповідатиме вимогам комунікативного процесу.

Види спічрайтингу

Політичний спічрайтинг. Політичний спічрайтинг відіграє вирішальну роль у формуванні послань кандидатів під час виборів, призначений для роз'яснення політичних позицій і цілей кандидата, дозволяючи виборцям зрозуміти їх позицію та відрізнити їх від опонентів. Добре продумана політична промова може суттєво вплинути на виборців, які не визначилися, і активізувати підтримку звичайних людей, сприяючи ентузіазму серед волонтерів і збільшуючи явку виборців для бази кандидатів [43; 44]. Політичні спічрайтери повинні вміло вловлювати голос спікера, забезпечуючи автентичність, одночасно створюючи переконливі наративи, які резонують із виборцями [45; 46].

Корпоративний спічрайтинг. У корпоративному світі спічрайтери допомагають керівникам у виголошенні основних доповідей і презентацій на різних заходах. Ці промови часто мають на меті мотивувати працівників, повідомити про цінності компанії або представити важливі бізнес-стратегії. Успішний корпоративний виступ поєднує професіоналізм із захоплюючим оповіданням, сприяючи зв'язку між доповідачем і аудиторією, що є важливим для ефективного ділового спілкування [47; 48].

Спічрайтинг зі зв'язків з громадськістю. Спічрайтинг із зв'язків з громадськістю включає виступи, спрямовані на створення позитивного іміджу для окремих осіб або організацій. Ці промови зазвичай готуються для таких подій, як прес-конференції, презентації продуктів або заходи з поширення інформації у спільноті. Мета полягає в тому, щоб чітко та переконливо передати повідомлення спікера, наголошуючи на прозорості та достовірності для покращення сприйняття громадськістю [47; 49].

Натхненний спічрайтинг. Натхненний спічрайт зосереджується на мотивації та піднятті аудиторії. Цей тип промови має на меті викликати емоційний резонанс,

надихаючи слухачів діяти чи змінювати свою точку зору. Мистецтво створення таких промов часто передбачає використання риторичних засобів, яскраве оповідання та особисті анекдоти, які глибоко зв'язують аудиторію [49; 43].

Спічрайтинг подій. Написання спічів розробляється для конкретних подій, таких як весілля, випускні чи поминки. Ці промови зазвичай більш особисті та емоційні, відображають важливість події та настрої оратора. Підготовка таких промов вимагає розуміння контексту та чутливості до почуттів аудиторії, гарантуючи, що повідомлення є щирим і відповідним для події [47; 48].

Відомі прийоми написання промов

Розповідь. Розповідь — це потужна техніка, яка гуманізує оратора та політичні питання, що розглядаються. Ділячись особистими анекдотами чи розповідями, спічрайтери можуть створити емоційний зв'язок із аудиторією. Ця техніка перетворює абстрактні політики на пов'язані наративи, роблячи їх більш привабливими та запам'ятовуваними [50; 51]. Історії викликають спільні цінності та досвід, сприяючи глибшому зв'язку зі слухачами.

Створення для розмовного слова. Ефективне написання речей робить акцент на усному слові, а не на написаній прозі, вловлюючи природний ритм, каденцію та темп висловлювання. Спічрайтери зосереджуються на ясності, простоті та прямоті мови, щоб резонувати з аудиторією, гарантуючи, що повідомлення залишає тривалий вплив [49]. Цей підхід передбачає включення пауз і вміло використання риторичних засобів для підвищення загальної ефективності промови.

Використання риторичних засобів. Риторичні засоби є необхідними інструментами впливу на громадську думку. Такі методи, як метафори, порівняння та аналогії, роблять складні питання більш зрозумілими. Переконливі тактики, такі як правило трьох, риторичні запитання та контрастні твердження, підвищують запам'ятовуваність і вплив промови [50]. Вміло використовуючи ці засоби, спічрайтери можуть підкреслити ключові моменти та зробити аргументи більш переконливими.

Повторення та гасла. Повторення – це проста, але ефективна техніка, щоб переконатися, що ключове повідомлення резонує з аудиторією. Повторення фраз

або ідей допомагає засвоїти основне повідомлення, що підвищує ймовірність його згадування. Слогани лаконічно та потужно охоплюють повідомлення кампанії, ще більше впроваджуючи їх у суспільну свідомість [50].

Емоційне звернення. Спілкування з аудиторією на емоційному рівні є життєво важливим для вражаючих промов. Використовуючи колективні емоції, спікери можуть створювати зв'язки зі слухачами, дозволяючи політичному меседжу вийти за межі простих слів. Емоційні заклики, які часто сприяють розповіді, перетворюють абстрактні політики на привабливі та зворушливі наративи [51].

Розуміння аудиторії. Перш ніж скласти промову, важливо зрозуміти аудиторію. Вибір тону, змісту та мови відповідно до інтересів аудиторії та рівня розуміння гарантує, що повідомлення буде не просто почуто, а й повністю сприйнято [51]. Це розуміння формує ефективність промови та посилює її загальний вплив. Оволодівши цими техніками, спічрайтери можуть створювати вражаючі презентації, які резонують з аудиторією, гарантуючи, що передані повідомлення будуть незабутніми та переконливими.

Виклики, з якими стикаються спічрайтери

Спічрайтер — це вимоглива професія, яка вимагає тонкого балансу між креативністю, стратегічним мисленням і здатністю до адаптації. У своїх ролях спічрайтери стикаються з кількома серйозними проблемами, які можуть вплинути на ефективність і автентичність створених ними промов.

Захоплення голосу спікера. Однією з головних проблем для спічрайтерів є необхідність передати унікальний голос і особистість оратора. Незалежно від того, чи працюють вони з керівником компанії, політиком чи громадським діячем, спічрайтери повинні зануритися в світогляд оратора, його тон і манери, щоб переконатися, що промова виглядає справжньою та автентичною для аудиторії [45].

Створення переконливих оповідей. Ефективні промови підкріплюються переконливими розповідями, які залучають і переконують аудиторію. Створення цих наративів потребує глибокого розуміння технік оповідання, психології аудиторії та риторичних прийомів. Спічрайтери повинні вміло вплітати анекдоти

та приклади у свої промови, щоб підтримувати інтерес аудиторії та емоційне залучення [45; 52].

Навігація у стислі терміни. Стрімкий характер політичного та корпоративного середовища часто змушує спічрайтерів працювати у стислі терміни. Задоволення цих вимог, зберігаючи якість і точність мовлення, може бути значною перешкодою, особливо коли кілька проектів потребують одночасної уваги [35; 52].

Адаптація до різноманітної аудиторії. Спічрайтери повинні адаптувати свої повідомлення, щоб резонувати з різними аудиторіями, які можуть варіюватися від працівників і акціонерів до виборці та учасників виборчих перегонів. Розуміння демографічних показників, цінностей та інтересів кожної аудиторії має вирішальне значення для створення промов, які будуть не тільки актуальними, але й впливовими [35; 45].

Навігація в політичних питаннях. У сфері політики спічрайтери часто стикаються з проблемою орієнтуватися в політичних делікатних та етичних дилемах. Це передбачає збалансування потреби в прозорості та автентичності з обмеженнями політичних повідомлень, делікатний акт балансування, який може ускладнити процес написання [35; 45].

Побудова довіри та автентичності. Щоб політична промова була переконливою, вона має випромінювати достовірність і автентичність. Аудиторія повинна вірити в переконання та наміри оратора, що вимагає промови, яка відображає стиль, переконання та послужний список оратора. Це вимагає продуманого підходу до мовних і культурних особливостей, щоб забезпечити інклюзивність і повагу до різноманітної аудиторії [50; 53].

Прийняття анонімності. Спічрайтери зазвичай працюють за лаштунками й часто не отримують офіційної оцінки своєї роботи. Цей аспект професії створює дилему для істориків та укладачів мовних антологій, особливо коли значні фрази набувають популярності. Прийняття цієї анонімності може бути психологічним викликом для багатьох письменників [52; 35].

Відомі промови та їхні спічрайтери

Кілька видатних спічрайтерів створювали вражаючі промови для впливових діячів історії, демонструючи мистецтво риторики та силу мови. Ці промови часто викликають глибокий відгук у аудиторії та запам'ятовуються своєю емоційною силою та історичним значенням.

Відомі спічрайтери:

Тед Соренсен був головним автором речей президента Джона Ф. Кеннеді. Йому приписують допомогу в створенні інавгураційної промови Кеннеді в 1961 році, яка включала знаковий рядок: «Не питайте, що ваша країна може зробити для вас – запитайте, що ви можете зробити для своєї країни». Ця промова стала прикладом здатності Соренсена сформулювати бачення, яке надихнуло ціле покоління [48].

Майкл Герсон був ключовим автором речей президента Джорджа Буша, відіграючи значну роль у формуванні президентської риторики у вирішальні моменти. Одним із його найвизначніших внесків була промова, виголошена в Національному соборі після терористичних атак 11 вересня 2001 року, спрямована на заспокоєння та об'єднання американського народу під час національної кризи [48].

Паван К. Варма працював спічрайтером для різних громадських діячів, зокрема індійського політика Шаші Тарура. Промови Варми часто наголошують на культурних і політичних темах, демонструючи його здатність поєднувати красномовство з змістом [48].

Вражаючі історичні промови. Деякі виступи не лише увійшли в історію, але й змінили суспільні норми. Наприклад, Мартін Лютер Кінг та його промова «Я маю мрію», залишається гарним прикладом використання риторичних прийомів, таких як повторення та емоційний заклик, щоб передати повідомлення надії та єдності під час руху за громадянські права [54]. Подібним чином воєнні промови Вінстона Черчилля у 1940 році зіграли вирішальну роль у зміцненні морального духу Британії в період невизначеності та конфлікту [55].

Мистецтво написання промов. Успішні спічрайтери адаптують свої повідомлення, щоб резонувати з різноманітною аудиторією. Вони використовують

різні типи промов, у тому числі переконливі, інформативні та пам'ятні, кожна з яких потребує унікального стилю та мети [56]. Здатність викликати емоції та спонукати до дії за допомогою слів давно визнана життєво важливою навичкою, що підкреслює значну роль спічрайтерів у політичному та соціальному дискурсі [57]. Аналізуючи техніку, використану цими відомими спічрайтерами, і промови, які вони створили, починаючи спічрайтери можуть навчитися ефективно залучати та надихати аудиторію силою мови [56].

Висновки до Розділу 1

Історія, техніка та роль написання спічрайтингу простежують його еволюцію від стародавніх цивілізацій до його сучасного значення в політичній та корпоративній комунікації. Виходячи з усних традицій і класичної риторики, спічрайтинг був ключовим інструментом для впливу на громадську думку та формування наративів. Такі діячі, як Цицерон і Арістотель, заклали основи риторичних принципів, які продовжують інформувати сучасну спічрайтинг. Від раннього письмового спілкування, такого як клинопис і римська «Acta Diurna», до риторики в епоху Відродження, ця практика розвивалася разом із суспільним і технологічним прогресом.

До 19 століття написання речей стало спеціалізованим ремеслом, особливо в демократичних країнах, де публічна комунікація відігравала все більшу роль. Відомі політичні промови, як-от Геттісберзька промова Авраама Лінкольна та інавгураційна промова Джона Ф. Кеннеді, є прикладом впливу досвідчених спічрайтерів у донесенні політики, надиханні аудиторії та мобілізації громадян. Такі методи, як етос, пафос і логотипи, залишаються важливими, тоді як сучасні спічрайтери також об'єднують аналіз аудиторії, розповідь і формування повідомлень, щоб емоційно та логічно підключитися до слухачів.

Як професія спічрайтинг інституціоналізовано в політичному та корпоративному контекстах. Спічрайтери, такі як Тед Соренсен для Джона Ф. Кеннеді та Майкл Герсон для Джорджа Буша, тісно співпрацюють із громадськими діячами, щоб узгодити промови з ширшими стратегіями та суспільними настроями.

Вони повинні справлятися з труднощами, включно з перехопленням голосу доповідача, дотриманням термінів і вирішенням політичних питань, збалансовуючи емоційну привабливість з етичним спілкуванням.

У сучасну епоху спічрайтинг адаптувався до засобів масової інформації та цифрових платформ, але він стикається з критикою щодо автентичності та ризику відчуження аудиторії. Незважаючи на ці проблеми, написання спічів продовжує залишатися потужною силою у формуванні громадської думки, впливі на політику та сприянні громадянській активності на різних платформах і в різних контекстах.

РОЗДІЛ 2.

ПРАКТИКА СПІЧРАЙТИНГУ В ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

2.1. Огляд прикладів успішних спічрайтерських виступів у політиці

Огляд успішних спічрайтерських виступів у політиці досліджує важливу роль майстерного ораторського мистецтва у формуванні політичного дискурсу та впливі на громадську думку. Протягом історії вражаючі промови відзначали ключові моменти, служачи не лише засобом для передачі політичних повідомлень, але й каталізаторами соціальних змін. Важливість цього ремесла підкреслюється знаковими промовами, такими як інавгураційна промова *Джона Ф. Кеннеді* та «Я маю мрію» *Мартина Лютера Кінга*, обидві з яких є прикладом того, як ефективно написання речей може активізувати аудиторію та змінити хід історії. Спічрайтинг – це складне мистецтво, яке вимагає глибокого розуміння залучення аудиторії, побудови оповіді та риторичних засобів. Такі відомі спічрайтери, як *Тед Соренсен*, який співпрацював з *Кеннеді*, та *Алан Стоун*, який працював з *Біллом Клінтоном*, ілюструють, як внески за кадром можуть призвести до незабутньої риторики, яка резонує через покоління. Їх роботи демонструють поєднання особистого голосу та політичного повідомлення, що має вирішальне значення для розвитку справжніх зв'язків між лідерами та їхніми виборцям.

З появою телебачення та соціальних медіа методи охоплення різноманітної аудиторії трансформувалися, що потребує більш стратегічних та привабливих комунікаційних методів. Цей зсув ще більше підвищив важливість лаконічних, переконливих повідомлень, де ясність має першочергове значення, особливо в ландшафті, наповненому конкуруючими наративами та дезінформацією. Суперечки навколо написання політичних промов часто точаться навколо етичних наслідків, зокрема маніпуляції фактами та суперечності між автентичністю та вишуканим повідомленням. Оскільки політична комунікація продовжує розвиватися, виклики підтримки прозорості під час створення переконливих наративів залишаються на передньому плані, що спонукає до постійних дебатів

щодо цілісності політичного дискурсу та обов'язків спічрайтерів у демократичному процесі.

Протягом історії певні політичні промови виходили за межі свого безпосереднього контексту, стаючи постійними символами лідерства, переконання та натхнення. Ці промови не лише відображають політичний і соціальний клімат свого часу, але й демонструють позачасову риторичну майстерність, яка продовжує впливати на сучасне написання речей. Аналізуючи ці знакові виступи, можна визначити ключові елементи, які сприяли їхньому успіху, і зрозуміти, як вони формували публічний дискурс у різні періоди.

Для кращого розуміння, як потрібно виголошувати свою промову, розглянуто видатних людей в політичній історії, зосереджено на їхніх риторичних стратегіях, історичному контексті та тривалому впливі. Завдяки детальному аналізу дослідимо, як такі ключові фігури, як *Вінстон Черчилль*, *Барак Обама* та інші, використовували такі методи, як емоційна привабливість, повторення та інклюзивна мова, щоб надихнути, об'єднати та вплинути на свою аудиторію. Кожна промова переглядатиметься не лише з точки зору її змісту та подачі, але й з точки зору соціального та політичного середовища, у якому вона була виголошена, підкреслюючи її значення у формуванні громадської думки та політичних результатів.

Геттісберзька промова Авраама Лінкольна (1863) (рис 2.1.)



Рисунок 2.1. Геттісберзька промова Авраама Лінкольна

Джерело [58]

Геттисберзька промова відома своїм глибоким впливом, незважаючи на її стислість. Промова, виголошена під час громадянської війни в США 19 листопада 1863 року на освяченні Солдатського національного кладовища в Геттисбурзі, штат Пенсільванія, була частиною більшої церемонії вшанування тих, хто загинув у битві під Геттисбергом. Звернення славиться своїм лаконічним викладенням принципів демократії та потужним проголошенням національних ідеалів.

Слава та вплив:

- *Стислість і ясність:* лише 272 слова промови Лінкольна були надзвичайно короткими порівняно з типовими промовами того часу. Його стислість гарантувала, що основна інформація була чіткою та запам'ятовуваною.
- *Моральна та філософська глибина:* у промові викладено суть американського експерименту з демократією та притаманну йому боротьбу, надавши їй позачасової якості.
- *Єдність і мета:* Лінкольн використав це звернення, щоб переосмислити мету громадянської війни, оформивши її як боротьбу не лише за Союз, але й за принцип рівності людей.

Вражаючі цитати

Кілька цитат із Геттисберзької промови стали культовими завдяки своїй красномовності та тому, як вони охоплюють основні теми промови:

- *«Вісім десятків і сім років тому»:* цей початковий рядок згадує про 87 років після Декларації незалежності (1776), пов'язуючи військові зусилля з основоположними ідеалами нації.
- *«Що ця нація під Богом матиме нове народження свободи»:* ця фраза наголошує на відновленні відданості нації принципам свободи та рівності, натякаючи на те, що війна є засобом досягнення більш досконалого союзу.
- *«Уряд народу, створений людьми, для людей, не згине на землі»:* мабуть, найвідоміший рядок, він підтверджує демократичний ідеал, згідно з яким Сполучені Штати є урядом, створеним своїми громадянами та для них, і підкреслює важливість збереження цієї форми правління.

Методи, що використовуються

Геттісберзька промова Лінкольна використовує кілька ключових риторичних прийомів:

- *Алюзія*: Лінкольтн посилається на Декларацію незалежності та принципи, які вона підтримує, встановлюючи прямий зв'язок між основоположними ідеалами нації та поточною боротьбою.
- *Етос*: моральний авторитет Лінкольна як лідера під час національної кризи надає довіри його посланню. Його позиція президента під час громадянської війни підсилює його голос і серйозність його слів.
- *Пафос*: промова викликає сильні емоції, вшановуючи жертви, принесені солдатами, і розглядаючи війну як випробування відданості нації рівності та демократії.
- *Паралелізм*: Лінкольтн використовує паралельну структуру, щоб підкреслити ключові моменти та підвищити ритмічність свого мовлення. Наприклад, повторювана фраза «*не можемо посвятити — не можемо освятити — не можемо освятити*» підкреслює важливість жертвності воїнів.
- *Простота та прямота*: проста мова виступу робить його доступним і ефектним, уникаючи складної риторики на користь чітких, прямих тверджень, які резонують з аудиторією.
- *Контраст*: Лінкольтн протиставляє благородну мету війни тяжким жертвам солдатів, підкреслюючи високі ставки конфлікту та необхідність переконатися, що їхні жертви були значущими.

Геттісберзька промова залишається взірцем ефективного написання речей, демонструючи, як використовувати ясність, стислість та емоційну привабливість для передачі потужного та тривалого повідомлення.

Промова Франкліна Д. Рузвельта «День ганьби» (1941) (рис. 2.2)



*Рисунок 2.2. Промова Франкліна Д. Рузвельта «День ганьби»
Джерело [59]*

Промова Франкліна Д. Рузвельта «День ганьби», виголошена 8 грудня 1941 року, відома своєю ключовою роллю в згуртуванні американської громадськості та Конгресу на підтримку вступу Сполучених Штатів у Другу світову війну. Після раптової атаки Японії на Перл-Харбор 7 грудня промова Рузвельта послужила як відповіддю на напад, так і закликом до зброї. Адреса відома своєю здатністю вловити серйозність моменту, водночас спонукаючи націю до війни, знаменуючи поворотний момент в американській історії.

Слава та вплив:

- *Мобілізація для війни:* ця промова фактично змінила суспільні настрої від ізоляціонізму до підтримки військової участі, що призвело до оголошення США війни Японії та, згодом, Німеччині та Італії.
- *Історичний контекст:* промова, виголошена в момент національного шоку та обурення, дала чітку та негайну відповідь на атаку, допомогвши об'єднати країну в її рішучості боротися.

Вражаючі цитати

Деякі цитати з промови Рузвельта відрізняються своєю емоційністю та риторичною силою:

- *«Вчора, 7 грудня 1941 року — дата, яка залишиться в ганьбі»*: цей вступний рядок стисло відображає серйозність нападу та розглядає його як важливу та ганебну подію. Фраза «день ганьби» стала символом впливу нападу на американську історію. «Військово-морські та повітряні сили Японської імперії раптово й навмисно атакували Сполучені Штати»: ця заява чітко визначає агресора та характер нападу, підкреслюючи неспровокований характер агресії та готуючи основу для відповіді США.
- *«Ми зараз у стані війни з Японією»*: пряме оголошення війни Рузвельтом підкреслює серйозність ситуації та повідомляє про рішучу позицію адміністрації.

Методи, що використовуються

Промова Рузвельта використовує кілька риторичних прийомів, щоб досягти ефекту:

- *Пряма і зрозуміла мова*: Рузвельт використовував відверту мову, щоб переконатися, що повідомлення було зрозумілим і доступним. Його прямота допомогла передати всю серйозність ситуації та необхідність дії.
- *Емоційний заклик (пафос)*: промова ефективно звертається до емоцій американського народу, підкреслюючи несподіваність і зраду нападу. Тон обурення та рішучості Рузвельта перегукується з почуттям несправедливості та патріотизму аудиторії.
- *Логічне звернення (логотипи)*: Рузвельт надає логічну структуру для відповіді США, детально описуючи характер нападу та обґрунтовуючи необхідність оголошення війни. Цей раціональний підхід підсилює заклик до дії.
- *Історичний і моральний контекст*: розглядаючи напад як порушення міжнародних норм і американських цінностей, Рузвельт поміщає подію в більш широкий історичний і моральний контекст, підкріплюючи справедливість позиції США. Негайний заклик до дій: Промова закінчується чітким і терміновим закликом до Конгресу оголосити війну, мобілізуючи політичну підтримку та негайно вживаючи заходів. Цей рішучий висновок підкреслює необхідність єдиної відповіді.

Загалом, промова Франкліна Д. Рузвельта «День ганьби» є майстерним прикладом кризової комунікації, яка ефективно використовує риторичні прийоми, щоб надихнути на єдину національну відповідь і підготувати основу для вступу Сполучених Штатів у Другу світову війну.

Промова Мартіна Лютера Кінга «Я маю мрію» (1963) (рис. 2.3)



Рисунок 2.3. Промова Мартіна Лютера Кінга «Я маю мрію»»

Джерело [60]

Промова Мартіна Лютера Кінга «У мене є мрія», виголошена 28 серпня 1963 року під час Маршу у Вашингтоні за роботу та свободу, є однією з найвідоміших і найвпливовіших промов в історії Америки. Його популярність пояснюється його потужним формулюванням цілей руху за громадянські права та його здатністю викликати глибокий відгук у широкої аудиторії. Промова відома своїм красномовним баченням расової рівності, ефективним використанням риторики та її роллю в стимулюванні руху за громадянські права.

Слава та вплив:

- *Культурне та історичне значення:* ця промова вважається ключовим моментом у американському русі за громадянські права, формулюючи бачення расової гармонії та справедливості, що допомогло мобілізувати громадську думку та підштовхнути до законодавчих змін.

- *Незмінна спадщина*: промова Кінга стала символом боротьби за расову рівність і справедливість, її часто цитують у дискусіях про громадянські права та соціальну справедливість. Його часто згадують через його потужну риторику та його роль у формуванні курсу американської історії.

Вражаючі цитати

Деякі цитати з промови стали культовими завдяки потужній образності та емоційному звучанню:

- *«У мене є мрія»*: ця фраза, повторювана протягом усієї промови, відображає бачення Кінга майбутнього, де буде викорінено расову несправедливість і нерівність. Він символізує надію та прагнення, ставши закликом до руху за громадянські права. *«У мене є мрія про те, що одного дня ця нація повстане і втілить справжнє значення свого кредо»*: ця цитата підкреслює заклик Кінга до Америки виконати свою обіцянку щодо рівності та справедливості, що відображає його віру в потенціал нації до змін.
- *«Нехай свобода дзвенить»*: Кінг використовує цю фразу, щоб викликати ідею свободи та рівності, що поширюється по країні, наголошуючи на необхідності системних змін і звільнення пригноблених осіб.
- *«Ми не можемо йти самі»*: цей рядок підкреслює необхідність солідарності та колективних зусиль у боротьбі за громадянські права, посилюючи тему єдності в прагненні справедливості.

Методи, що використовуються

Промова Кінга славиться майстерним використанням риторичних прийомів:

- *Повторення*: багаторазове використання «Я маю мрію» служить для підкреслення бачення Кінга та створення ритмічної структури, що запам'ятовується. Цей прийом допомагає посилити основне повідомлення та зробити його більш впливовим.
- *Біблійні алюзії*: Кінг спирається на біблійні образи та мову, що додає морального та духовного виміру промові. Згадки про «гору відчаю» та «камінь надії»

резонують з аудиторією, знайомою з релігійними текстами, посилюючи емоційну та етичну привабливість промови.

- *Метафори та образи:* Кінг використовує яскраві метафори, щоб проілюструвати своє бачення расової рівності. Наприклад, він говорить про «запеклу несправедливість» і «стіл братерства», використовуючи ці образи, щоб передати нагальність і моральний імператив боротьби за громадянські права. Паралелізм: у структурі промови є паралельні фрази, такі як «Я маю мрію» та «Нехай дзвенить свобода», які створюють ритмічний потік і підсилюють основні теми промови. Цей прийом підвищує запам'ятовуваність і емоційність виступу.
- *Етос і пафос:* довіра до Кінга як лідера руху за громадянські права (етос) і його здатність емоційно підключатися до аудиторії (пафос) є ключовими для ефективності виступу. Його особиста відданість справедливості та красномовне висловлювання викликають глибокий відгук у слухачів, надихаючи на співчуття та дію.
- *Заклик до дії:* промова Кінга містить потужний заклик до дії, який закликає аудиторію продовжувати боротьбу за громадянські права з рішучістю та ненасильством. Цей мотиваційний аспект допомагає активізувати підтримку та стимулювати рух вперед.

Промова Мартіна Лютера Кінга «Я маю мрію» є визначним прикладом ефективного ораторського мистецтва, демонструючи, наскільки потужна риторика може надихнути та мобілізувати людей у прагненні до справедливості та рівності.

Інавгураційна промова Джона Ф. Кеннеді (1961) (рис. 2.4)



Рисунок 2.4. Інавгураційна промова Джона Ф. Кеннеді

Джерело [61]

Інавгураційна промова Джона Ф. Кеннеді, виголошена 20 січня 1961 року, відома своїм переконливим баченням і ефективним використанням риторики, щоб надихнути та об'єднати націю. Промова, виголошена в період значної глобальної напруги через холодну війну та внутрішні виклики, запам'яталася закликом до державної служби та артикуляцією нової ери американського лідерства. Промова Кеннеді славиться своєю красномовністю, спрямованістю у майбутнє і здатністю передати дух покоління.

Слава та вплив:

- *Надихаючий заклик до дії:* ця промова особливо відома своєю знаковою фразою: «Не питайте, що ваша країна може зробити для вас — запитайте, що ви можете зробити для своєї країни». Цей заклик до дії став закликом до громадянської активності та національного служіння.
- *Далекоглядне лідерство:* виступ Кеннеді задав тон його президентству, підкресливши бачення американського лідерства на світовій арені та відданість вирішенню як внутрішніх, так і міжнародних викликів.

Вражаючі цитати

Кілька цитат із промови відрізняються своїм впливом і незмінною актуальністю:

- *«Не питаєте, що ваша країна може зробити для вас — запитайте, що ви можете зробити для своєї країни»*: ця цитата є, мабуть, найвідомішим репліком із промови. Він закликає до духу державного служіння та колективної відповідальності, спонукаючи громадян робити внесок у добробут нації. *«Давайте ніколи не вести переговори зі страху, але давайте ніколи не боятися вести переговори»*: цей рядок відображає підхід Кеннеді до зовнішньої політики, наголошуючи на важливості сміливості та дипломатії в міжнародних відносинах.
- *«Ми заплатимо будь-яку ціну, знесемо будь-який тягар, зіткнемося з будь-якими труднощами, підтримаємо будь-якого друга, протистоїмо будь-якому ворогу, щоб забезпечити виживання та успіх свободи»*: ця заява підкреслює відданість Кеннеді захисту свободи та демократії в усьому світі, задаючи тон рішучості і стійкості.

Методи, що використовуються

Інавгураційна промова Кеннеді використовує кілька ключових риторичних прийомів:

- *Антитеза*: Кеннеді використовує антитезу, щоб представити протилежні ідеї збалансованим і таким, що запам'ятовується. Наприклад, фраза *«Не питаєте, що ваша країна може зробити для вас — запитайте, що ви можете зробити для своєї країни»* протиставляє особистий інтерес суспільному обов'язку, роблячи повідомлення більш впливовим і спонукаючим до роздумів.
- *Образи та метафори*: промова багата образами та метафорами, наприклад *«смолоскип передано новому поколінню американців»*, що символізує перехід лідерства та оновлення національної мети.
- *Інклюзивна мова*: Кеннеді використовує інклюзивну мову, щоб створити відчуття єдності та спільної мети. Такі фрази, як *«Ми»* та *«Наші»*, підкреслюють колективну відповідальність і національну солідарність.
- *Пряме звернення*: промова безпосередньо адресована як американським громадянам, так і міжнародній спільноті, відображаючи подвійну увагу Кеннеді на

внутрішніх і глобальних проблемах. Такий підхід допомагає утвердити його лідерську позицію в широкому масштабі. Оптимістичний і перспективний тон: тон промови є оптимістичним і перспективним, що має на меті вселити надію та впевненість у новій адміністрації. Цей тон допомагає здобути підтримку громадськості та сприяти почуттю колективних амбіцій.

Інавгураційна промова Джона Ф. Кеннеді є яскравим прикладом того, як риторика можна використовувати, щоб надихнути, об'єднати та задати тон президентству. Використання антитези, інклюзивної мови та переконливих образів допомагає створити незабутнє та вражаюче повідомлення, яке продовжує резонувати з аудиторією сьогодні.

Промова Вінстона Черчилля «Ми будемо боротися на пляжах» (1940) (рис. 2.5)



Рисунок 2.5. Промова Вінстона Черчилля «Ми будемо боротися на пляжах»

Джерело [62]

Промова Вінстона Черчилля «Ми будемо боротися на пляжах», виголошена 4 червня 1940 року в британській Палаті громад, відома своїм зухвалим тоном і своєю роллю в згуртуванні морального духу Британії в один із найтемніших моментів Другої світової війни. Ця промова пролунала невдовзі після евакуації з Дюнкерка, під час якої понад 300 000 британських солдатів і солдатів союзників

було врятовано з пляжів Дюнкерка, Франція, коли німецькі війська швидко просувалися по Європі.

На цьому етапі нацистська Німеччина здавалася нестримною, а Велика Британія опинилася під серйозною загрозою вторгнення. Промова Черчилля славиться своєю рішучістю, рішучістю та здатністю вселити мужність перед лицем труднощів. Це зміцнило його репутацію лідера військового часу та допомогло підняти моральний дух не лише британської громадськості, а й союзних сил.

Вражаючі цитати

- *«Ми будемо битися на пляжах, ми будемо битися на посадкових майданчиках, ми будемо битися в полях і на вулицях, ми будемо битися на пагорбах; ми ніколи не здамося».* Ця повторювана фраза утворює кульмінацію промови та є найбільш знаковою частиною. Він втілює непохитний дух Британії, дає зрозуміти, що країна буде чинити опір нацистській Німеччині за будь-яких обставин і будь-якими засобами.
- *«Навіть незважаючи на те, що великі території Європи та багато старих і відомих держав упали або можуть потрапити в лещата гестапо та всього одіозного апарату нацистського правління, ми не зазнаємо поразки чи зазнаємо невдачі».* Ця цитата підкреслює серйозність ситуації, але також запевняє аудиторію, що Британія не похитнеться, незважаючи на величезні шанси.
- *«Я особисто цілком упевнений, що якщо всі виконають свій обов'язок, якщо нічим не нехтують, і якщо будуть зроблені найкращі заходи, як вони робляться, ми знову доведемо, що здатні захистити наш дім на острові».* Черчилль зміцнює надію та впевненість у здатності Британії захистити себе, створюючи почуття національного обов'язку та солідарності.

Методи, що використовуються

- *Повторення (анафора):* фраза «Ми будемо боротися» повторюється кілька разів протягом усієї промови, створюючи ритмічний малюнок, який підсилює рішучість і стійкість Британії. Повторення створює імпульс і емоційну інтенсивність, роблячи промову більш запам'ятовуваною та вражаючою.

- *Образи:* Черчілль використовує яскраві образи, щоб викликати сильні емоційні реакції, наприклад «бійки на пляжах», «на вулицях» і «в пагорбах». Ці зображення повсякденних місць у Британії допомагають об'єднати глядачів з ідеєю об'єднаних, рішучих оборонних зусиль, незалежно від того, куди може завдати удар ворог.
- *Зухвалий і рішучий тон:* уся промова виголошена зухвалим тоном, що відображає рішучість Черчілля надихнути націю в облозі. Постійно висловлюючи рішучість Великобританії ніколи не здаватися, Черчілль демонструє впевненість і непохитне лідерство.
- *Звернення до патріотизму та обов'язку (етос):* Черчілль посилається на національну гордість і почуття обов'язку, наголошуючи на тому, що кожен громадянин відіграє свою роль у захисті нації. Його використання займенників «ми» та «наш» створює колективну ідентичність, нагадуючи британській громадськості, що їхнє виживання залежить від єдності та спільної жертви.
- *Пафос (емоційний заклик):* промова Черчілля сповнена емоційних закликів, які викликають почуття мужності та стійкості. Він визнає жахливу ситуацію, але протиставляє їй непохитній вірі в здатність Британії вистояти. Його слова покликані зміцнити національний моральний дух і дати людям надію перед обличчям, здавалося б, непереборних труднощів.
- *Контрасти та зіставлення:* Черчілль протиставляє реальність окупованої нацистами Європи рішучому духу Британії. Роблячи це, він малює картину Британії як бастиону свободи, готового боротися з тиранією за будь-яку ціну.
- *Заклик до дії:* промова Черчілля є не лише запевненням, але й закликом до дії. Він наголошує на важливості того, щоб кожен виконав свій обов'язок, що допомагає мобілізувати всю країну на військові дії.

Промова Вінстона Черчілля «Ми будемо боротися на пляжах» залишається відомою своєю хвилюючою риторикою, потужними образами та своєю вирішальною роллю в об'єднанні британського народу під час Другої світової війни. Використовуючи такі прийоми, як повторення, емоційна привабливість і

яскраві образи, Черчілль створив промову, яка продовжує резонувати як символ мужності та рішучості.

Основна промова Барака Обами на національному з'їзді Демократичної партії (DNC) 2004 року (рис. 2.6)



Рисунок 2.6. Барака Обами на національному з'їзді Демократичної партії

Джерело [63]

Основна промова Барака Обами на національному з'їзді Демократичної партії в Бостоні 2004 року відома тим, що вивела його на національну сцену та позиціонувала його як майбутнього лідера Демократичної партії. У той час Обама був відносно невідомим сенатором від штату Іллінойс, який балотувався до Сенату США. Промова познайомила його з мільйонами американців і продемонструвала його риторичний талант, оптимізм і бачення об'єднаної Америки.

Промову високо оцінили за її об'єднуюче послання, красномовність і акцент на надії та спільних американських цінностях. Здатність Обами сформулювати меседж інклюзивності та його відмова від політики розколу викликали глибокий відгук у аудиторії. Ця промова відіграла вирішальну роль у піднесенні Обами до національної популярності та допомогла прокласти шлях до його успішної президентської кампанії 2008 року.

Вражаючі цитати

Кілька рядків із промови Обами стали знаковими завдяки їхньому посланню єдності та надії:

- *«Немає ліберальної Америки і консервативної Америки — є Сполучені Штати Америки».* Це найвідоміший рядок із промови, який містить головну тему Обама про національну єдність. Відкинувши ідею розділеної Америки, Обама позиціонував себе як лідера, який може подолати політичні розбіжності та об'єднати людей.
- *«Ми поклоняємося чудовому Богу в Блакитних Штатах, і нам не подобається, як федеральні агенти нишпорять у наших бібліотеках у Червоних Штатах».* Ця цитата підкреслює спільні цінності, які поділяють американці за різними політичними лініями, кидаючи виклик спрощеним поділам між «червоними» та «блакитними» штатами.
- *«Я стою тут, знаючи, що моя історія є частиною великої американської історії, що я в боргу перед усіма, хто був до мене, і що в жодній іншій країні на Землі моя історія навіть неможлива».* Висвітлюючи свій особистий шлях сина кенійського іммігранта та матері, яка народилася в Канзасі, Обама звертався до американської мрії та ідеї про те, що США є країною можливостей. Ця лінія пов'язувала його особисту історію з ширшим національним наративом надії та можливостей.

Методи, що використовуються

- *Особистий наратив:* Обама вміло вплітав історію свого життя в ширші теми промови. Поділившись своїм походженням та іммігрантським корінням своєї родини, він створив особистий зв'язок із аудиторією та втілював ідею американської мрії.
- *Інклюзивна мова:* Обама використовував інклюзивну мову протягом усієї промови, часто вживаючи такі терміни, як «ми» та «наш», щоб підкреслити спільну національну ідентичність. Це сприяло вихованню почуття колективної мети та єдності серед аудиторії.
- *Звернення до загальних цінностей (пафос і етос):* Обама звертався до загальних американських цінностей, таких як свобода, можливості та рівність. Обґрунтовуючи свої аргументи загальновизнаними ідеалами, він створив емоційний зв'язок (пафос) зі своїми слухачами та встановив довіру (етос) як

оратора, який представляє всіх американців, а не лише політичну партію. Обнадійливий і оптимістичний тон: тон промови Обама був незмінно повним надії та оптимістичним, що було освіжаючим контрастом до більш цинічної та суперечливої політичної риторики, яку часто чули на початку 2000-х років. Його зосередженість на надії стала ключовою темою в його майбутніх політичних посланнях, особливо під час його президентських кампаній.

- *Неприйняття партійних розбіжностей:* Обама відкинув ідею глибоко розділеної нації, використовуючи такі фрази, як «експерти люблять розділяти нашу країну на червоні штати та блакитні штати», і пропонуючи приклади спільних цінностей, які перетинають партійні межі. Ця техніка була особливо потужною в епоху посилення політичної поляризації.
- *Заклик до дії:* хоча промова не була прямою передвиборною промовою, Обама закінчив закликом до дій для американців об'єднатися та працювати над кращим майбутнім, незалежно від їхніх політичних уподобань. Його заключна репліка: «Я тут, щоб сказати вам, що, незважаючи на неможливі труднощі, люди, які люблять цю країну, можуть змінити її» — згуртувала аудиторію навколо спільної мети прогресу та надії.
- *Емоційний та інтелектуальний баланс:* у промові Обама було досягнуто балансу між емоційними закликами та інтелектуальними аргументами. Він використовував емоційну оповідь, щоб налагодити контакт зі своєю аудиторією на особистому рівні, але також виклав логічний аргумент, чому єдність є важливою для прогресу.

Аналіз історичних промов виявив глибокий вплив, який добре продумана риторика може мати на публічний дискурс і політичні результати. Завдяки дослідженню промов можна побачити, як лідери ефективно використовували риторичні прийоми, такі як повторення, особисті наративи та емоційні заклики, щоб активізувати свою аудиторію під час кризи та змін, що успішні промови не лише передають ідеї, але й створюють глибокий емоційний зв'язок, часто долаючи політичні розбіжності того часу. Вивчаючи техніки та контексти, що лежать в

основі цих промов, дозволило глибше розуміти силу мови у формуванні історії, мотивації до дій і надиханні єдності.

2.2. Аналіз методів та технік спічрайтингу в реальних політичних кампаніях

Спічрайтинг є важливим елементом політичних кампаній, слугуючи основним інструментом для кандидатів, щоб донести своє бачення, зв'язатися з виборцями та переконати електорат. Успішні політичні промови спираються на різноманітні методи та техніки, щоб викликати резонанс у різноманітних аудиторій, формувати наративи та впливати на громадську думку. Тут ми досліджуємо ключові техніки написання спічів, які використовуються в реальних політичних кампаніях, і їхній вплив як на кампанії, так і на успіх кандидатів.

Емоційна привабливість (пафос)

Емоційна привабливість, або пафос — прийом у спічрайтингу, спрямований на те, щоб викликати емоційну реакцію аудиторії. Цей підхід є ефективним у політичних кампаніях, оскільки він може створити міцний зв'язок між оратором і аудиторією, що часто призводить до збільшення підтримки та залучення. Апелюючи до таких емоцій, як надія, страх або гордість, політичні промови можуть мотивувати виборців, зміцнити лояльність і вплинути на громадську думку.

Докладні приклади та методи

Промова Барака Обами «Так, ми можемо» (2008)

Ця промова, виголошена після праймеріз у Нью-Гемпширі під час президентської кампанії Барака Обами у 2008 році, стала відповіддю на поразку на праймеріз і мала важливе значення для активізації його прихильників і переорієнтації послання кампанії.

Емоційні техніки:

- *Надія та оптимізм:* неодноразове використання Обамою фрази «Так, ми можемо» було покликане вселити надію та впевненість у можливості змін. Повторення

створювало відчуття колективної можливості, підкріплюючи ідею, що разом американці можуть подолати виклики.

- *Особистий зв'язок:* Обама поділився історіями простих американців, які зіткнулися з труднощами, але вистояли. Ця персоналізація допомогла аудиторії побачити себе в його баченні змін і зробила повідомлення більш привабливим та емоційно переконливим.

Вплив: промова успішно розпалила ентузіазм його прихильників і допомогла зміцнити його імідж як кандидата надії та трансформації. Емоційний резонанс цієї промови значно сприяв його імпульсу та остаточному успіху на праймеріз та загальних виборах.

Промова Рональда Рейгана «Катастрофа Челленджера» (1986)

Промова Рейгана, виголошена 28 січня 1986 року після вибуху космічного човника «Челленджер», мала на меті втішити націю та вшанувати астронавтів, які втратили життя.

Емоційні техніки:

- *Співчуття та траур:* Рейган висловив глибоке співчуття родинам астронавтів і почуття втрати нації. Він використовував такі фрази, як «*Ми ніколи їх не забудемо*» та «*Вони прагнули досліджувати Всесвіт і відкривати нові істини*», щоб емоційно підключитися до аудиторії та вшанувати спадщину астронавтів.
- *Натхнення та спадщина:* Рейган назвав трагедію свідченням хоробрості та дослідницького духу, які визначили американський характер. Його промова заспокоїла і підтвердила важливість продовження дослідження космосу, незважаючи на невдачу.

Вплив: промова Рейгана викликала відчуття завершення та натхнення в період національного горя. Його чуйний і мотиваційний тон допоміг країні пережити трагедію та відновив громадську підтримку місії NASA.

Промова Гіллари Клінтон «Що сталося» (2016)

У цій промові, виголошеній 12 вересня 2016 року у відповідь на її поразку на президентських виборах, вона звернулася до своїх прихильників і роздумила про виклики кампанії та її особисті почуття.

Емоційні техніки:

- *Особисті роздуми та стійкість:* Клінтон поділилася своїм особистим розчаруванням і стійкістю, висловивши подяку своїм прихильникам і визнавши емоційний вплив втрати. Її роздуми про злети та падіння кампанії створили відчуття спільного досвіду з її аудиторією.
- *Підбадьорення та надія:* незважаючи на свою поразку, Клінтон заохочувала своїх прихильників продовжувати боротьбу за цінності та справи, у які вони вірили, використовуючи такі фрази, як *«Ніколи не припиняйте вірити, що боротьба за те, що є правильним, того варта»*, щоб зберегти надію та мотивацію.

Вплив: промова Клінтон викликала резонанс у багатьох, хто був розчарований результатами виборів, створивши відчуття завершення та заклик продовжувати відстоювати прогресивні справи.

Повторення (анафора)

Цей прийом використовується, щоб підкреслити ключове повідомлення, створити ритм і зробити промову більш запам'ятовуваною. У політичних промовах повторення допомагає посилити основні теми оратора та гарантує, що повідомлення резонує з аудиторією.

Докладні приклади та методи

Промова Рональда Рейгана «Час вибирати» (1964)

Промова Рейгана «Час вибирати», виголошена на підтримку президентської кампанії Баррі Голдуотера, допомогла утвердити його як видатного консерватора та закласти основу для його майбутньої політичної кар'єри.

Техніка повторення:

- *«Ти і я»:* Рейган неодноразово використовував фразу *«Ти і я»*, щоб створити відчуття особистого зв'язку з аудиторією, підкреслюючи спільні цінності та

проблеми. Це повторення допомогло налагодити стосунки та зміцнити ідею, що вибір, який стоїть перед нацією, був особистим і прямим.

- *«Нам кажуть»*: Рейган неодноразово використовував фразу *«Нам кажуть»*, щоб критикувати переважаючі політичні наративи та протиставити їх своєму баченню консервативних принципів. Цей підхід підкреслив контраст між статус-кво та запропонованими ним рішеннями.

Вплив: повторення у промові Рейгана допомогло підкреслити терміновість і важливість вибору, який стоїть перед нацією. Це сприяло його переконливим аргументам на користь консервативної політики та зміцнило його репутацію переконливого оратора.

Промова Маргарет Тетчер «Леді не для повороту» (1980)

Ця промова, виголошена на конференції Консервативної партії, була відповіддю критикам економічної політики Тетчер та її твердій позиції щодо незмінення курсу, незважаючи на опозицію.

Техніка повторення:

- *«Леді не для повороту»*: Тетчер повторила знамениту фразу *«Леді не для повороту»*, щоб підтвердити свою рішучість дотримуватися своєї політики та не піддаватися політичному тиску. Це повторення підкреслило її рішучість і лідерські якості.
- *«Ми повинні»*: Тетчер також неодноразово використовувала *«Ми повинні»*, щоб підкреслити необхідні дії та політику, необхідні для вирішення економічних проблем, з якими стикається Великобританія.

Вплив: неодноразове твердження про її непохитність стало визначальним моментом у лідерстві Тетчер. Це зміцнило її імідж рішучого та принципового лідера, здатного протистояти політичному тиску та залишатися відданим своєму баченню.

Звернення Джорджа Буша до нації після 11 вересня (2001)

Звернення президента Джорджа Буша, виголошене 20 вересня 2001 року після терористичних нападів 11 вересня, мало на меті заспокоїти американську громадськість, визначити характер загрози та окреслити відповідь США на напади.

Техніка повторення:

- *«Ми будемо»*: Буш неодноразово використовував фразу «Ми будемо», щоб передати рішучість і впевненість перед обличчям тероризму. Фрази на кшталт *«Ми не робитимемо різниці між терористами, які вчинили ці акти, і тими, хто їх приховує»*, підтвердили відданість США рішучому протистоянню тероризму.
- *«Америка є»*: Буш використав «Америка є», щоб підтвердити стійкість і силу нації, наприклад, *«Америка рішуча»* і *«Америка мирна»*. Це повторення допомогло сформулювати відповідь США як єдину, сильну та моральну позицію проти загрози.

Вплив: повторення *«Ми будемо»* створювало відчуття непохитної рішучості та ясності щодо політики та дій США у відповідь на напади. Це підкріпило послання Буша про сильні та рішучі дії, згуртувавши американську громадськість і заручившись підтримкою антитерористичних зусиль уряду. Неодноразове твердження *«Америка є»* допомогло зміцнити національну гордість і стійкість у часи кризи.

Інавгураційна промова Нельсона Мандели (1994)

10 травня 1994 року інавгураційна промова Нельсона Мандели ознаменувала його сходження на пост президента Південної Африки після закінчення апартеїду. Промова символізувала перехід до нової ери демократії та примирення в Південній Африці.

Техніка повторення:

- *«Ніколи»*: Мандела неодноразово використовував слово «ніколи», щоб підкреслити нову еру свободи та підкреслити кінець епохи гноблення апартеїду. Наприклад, він сказав: *«Ніколи, ніколи і ніколи більше не буде так, щоб ця прекрасна земля знову зазнавала гноблення один одним»*. Це повторення зміцнило його відданість рівності та демократії.

- *«Час для»*: Мандела часто використовував фразу *«Час для»*, щоб підкреслити зміни в політичному ландшафті Південної Африки та нові можливості для єдності та прогресу. Фрази на зразок *«Час загоювати рани»* підкреслювали трансформаційний характер його президентства.

Вплив: повторення *«Ніколи»* стало потужною заявою про кінець репресивної ери та початок нової глави примирення та рівності. Це стало сильним, незабутнім підтвердженням бачення Манделою демократичної Південної Африки. Фраза *«Час для»* допомогла задати перспективний тон і активізувати націю навколо ідеалів свободи та зцілення.

Розповідь

Розповідь — це потужна техніка в написанні спічів, яка передбачає створення оповідей, щоб зробити абстрактні політики релевантними та гуманізувати оратора. Вплітаючи особистий досвід, анекдоти та яскраві сценарії у промови, оповідачі можуть залучати аудиторію, сприяти співпереживанню та підкреслювати ключові повідомлення. Ефективне оповідання допомагає створити глибший емоційний зв'язок і робить політичні повідомлення більш запам'ятовуваними та переконливими.

Докладні приклади та методи

Промова Барака Обами «Більш досконалий союз» (2008)

Контекст: Ця промова, виголошена 18 березня 2008 року у Філадельфії, була зроблена у відповідь на суперечки навколо колишнього пастора Обами, преподобного Джеремії Райта. Промова торкалася питань раси, єдності та американської мрії.

Техніка оповідання:

- *Особисті анекдоти:* Обама поділився історією свого власного досвіду зростання в сім'ї змішаної раси та складнощами расової ідентичності. Він розповів про моменти зі свого життя, які ілюстрували як проблеми, так і можливості, з якими він зіткнувся, наприклад, його стосунки з бабусею та його досвід у Південній частині Чикаго.

- *Історичні та культурні довідки:* Обама використовував оповідання, щоб пов'язати свій особистий досвід із ширшим історичним контекстом расової несправедливості в Америці. Він посилався на боротьбу минулих поколінь, щоб висвітлити поточні проблеми та прагнення до більш єдиного майбутнього.

Вплив: особисте та історичне оповідання у промові Обама допомогло сформулювати суперечку в ширшому контексті американської історії та ідентичності. Це сприяло відчуттю спільного досвіду та спільної мети, посилюючи його привабливість як об'єднуючої фігури, здатної вирішувати складні соціальні проблеми.

Промова Ангели Меркель щодо кризи біженців у 2015 році

Ця промова, виголошена 4 вересня 2015 року, стосувалася європейської кризи біженців і підходу Німеччини до вирішення напливу біженців.

Техніка оповідання:

- *Особисті історії біженців:* Меркель поділилася історіями окремих біженців, які втекли від війни та переслідувань, підкресливши їхні особисті труднощі та прагнення до кращого життя. Ці історії були використані, щоб гуманізувати кризу та підкреслити моральний імператив пропозиції притулку.
- *Історичні порівняння:* Меркель провела паралелі між поточною ситуацією з біженцями та минулими гуманітарними зусиллями, такими як післявоєнне відновлення та зусилля з інтеграції, щоб сформулювати кризу в історичному контексті співчуття та солідарності.

Вплив: підхід Меркель до розповіді допоміг заручитися громадською підтримкою політики Німеччини щодо біженців, зробивши абстрактне питання імміграції більш відчутним і пов'язаним. Це звернулося до почуття емпатії та відповідальності аудиторії, впливаючи на громадську думку та політичні реакції.

Промова Джасінди Ардерн «Будь сильним, будь добрим» (2019)

Ця промова, виголошена 21 березня 2019 року після стрілянини в мечеті Крайстчерча, звернулася до нації та світу, зосередившись на єдності, співчутті та боротьбі з екстремізмом.

Техніка оповідання:

- *Співчуття та особисті роздуми:* Ардерн поділилася особистими роздумами та історіями жертв та їхніх сімей, висловлюючи глибоке співчуття та солідарність з тими, хто постраждав від трагедії. Її розповідь мала на меті зв'язатися з емоційним станом нації та запропонувати шлях уперед.
- *Спільнота та стійкість:* розповідь Ардерн включала історії про те, як різні громади об'єдналися після нападів, підкреслюючи силу та доброту реакції Нової Зеландії на трагедію.

Вплив: розповіді Ардерн дали втіху та надію в період національного горя. Її промова допомогла зміцнити єдність і стійкість, зображуючи Нову Зеландію як співчутливу та інклюзивну націю, одночасно розглядаючи ширшу проблему екстремізму.

Звернення до загальних цінностей (Етос)

Звернення до загальних цінностей або етосу має важливе значення в політичних промовах для встановлення довіри, зміцнення довіри та встановлення контакту з аудиторією на більш глибокому рівні. Посилаючись на такі спільні принципи, як свобода, справедливість, демократія чи національна гордість, оратори приєднуються до основних переконань своєї аудиторії, посилюючи свою переконливу силу.

Промова Ангели Меркель «Ми можемо це зробити» (2015)

Під час європейської міграційної кризи 2015 року канцлер Німеччини Ангела Меркель виступила з промовою, у якій підкреслила відповідальність Німеччини приймати біженців.

Звернення до загальних цінностей:

- *Співчуття та відповідальність:* Меркель звернулася до спільних цінностей гуманізму та відповідальності, сказавши: «*Ми можемо це зробити*» (нім. «*Wir schaffen das*»). Вона назвала прийняття Німеччиною біженців моральним

обов'язком і звернулася до цінності співчуття, посилюючи роль Німеччини як лідера у відстоюванні людської гідності.

- *Солідарність і лідерство*: у своїй промові Меркель також посилалася на цінність солідарності, позиціонуючи Німеччину як частину ширших європейських і глобальних зусиль з вирішення кризи. Апелюючи до почуття національної гордості та історичної відповідальності німців, вона прагнула об'єднати країну на підтримку своєї політики щодо біженців.

Вплив: виступ Меркель мав глибокий вплив на політичний дискурс навколо кризи мігрантів. Незважаючи на суперечки, її звернення до загальних цінностей співчуття та відповідальності допомогло зберегти громадську підтримку та утвердило Німеччину як морального лідера під час кризи.

Переможна промова Еммануеля Макрона (2017)

Промова Макрона, виголошена після перемоги на президентських виборах у Франції, мала на меті об'єднати політично розділену Францію та вирішити зростаючу стурбованість щодо націоналізму та екстремізму.

Звернення до загальних цінностей:

- *Свобода, рівність і братерство*: Макрон посилався на французькі революційні цінності свободи, рівності та братерства, звертаючись до національної ідентичності та спільної культурної спадщини. Спираючись на ці основоположні французькі принципи, він позиціонував своє президентство як продовження демократичних ідеалів країни.
- *Європейська єдність*: Макрон також звернувся до цінності європейської єдності, підтверджуючи прихильність Франції Європейському Союзу у відповідь на зростання націоналістичних настроїв. Цей заклик до спільних цінностей співпраці та миру викликав резонанс як у вітчизняній, так і в європейській аудиторії.

Вплив: звернення Макрона до основних французьких цінностей допомогло зміцнити його перемогу та сформулювало його президентство як таке, що захищатиме демократичні інститути Франції. Його наголос на європейській єдності

також позиціонував його як прихильника міжнародної співпраці в той час, коли популістські рухи набирали обертів.

Промова Махатми Ганді «Вийти з Індії» (1942)

Ця промова, виголошена в серпні 1942 року, закликала покласти край британському колоніальному правлінню в Індії та згуртувала мільйони індійців у боротьбі за незалежність.

Звернення до загальних цінностей:

- *Свобода та ненасильство:* звернення Ганді до цінності сатьяграхи (ненасильства) і свободи викликало глибокий відгук у індійського народу. Сформулювавши боротьбу за незалежність як моральний імператив, заснований на справедливості та ненасильницькому опорі, Ганді зміг об'єднати різні групи спільною справою.
- *Національна єдність:* Ганді також звертався до цінності єдності серед індійського населення, наголошуючи, що боротьба за незалежність йде не лише для небагатьох, а для всіх індійців, незалежно від касты, релігії чи регіону.

Вплив: ця промова активізувала рух за незалежність Індії, зміцнивши рішучість мільйонів, які поділяли цінності свободи, відмови від насильства та справедливості. Здатність Ганді узгодити своє керівництво з цими спільними цінностями зробила рух за вихід з Індії одним із найважливіших моментів у боротьбі за незалежність Індії.

Спрощення та ясність

У політичних спічрайтингах здатність перетворювати складні ідеї на чіткі, прості повідомлення є життєво важливою для охоплення широкої та різноманітної аудиторії. Політики часто стикаються з проблемою вирішення політики, яка може бути складною, але вони повинні доносити її у спосіб, який резонує з людьми різного рівня освіти та походження. Спрощення не означає надмірне спрощення; скоріше, це передбачає створення мови, яка є точною, придатною для спілкування та такою, що запам'ятовується.

Докладні приклади та методи

Промова Тоні Блера «Освіта, освіта, освіта» (1996)

Виступ Тоні Блера, виголошений у 1996 році на конференції Лейбористської партії, став відомим завдяки зосередженню уваги на освіті як наріжному камені його політичної платформи. Лейбористська партія Блера готувалася кинути виклик уряду консерваторів, і йому потрібне було чітке та переконливе повідомлення, яке сподобалося б електорату.

Спрощення та ясність:

Блер скоротив своє повідомлення до простої, повторюваної мантри: *«Запитайте мене про мої три головні пріоритети для уряду, і я скажу вам: освіта, освіта, освіта»*. Повторюючи слово *«освіта»*, він підкреслив її важливість, не занурюючись у складнощі політики. Цей чіткий, єдиний акцент на освіті викликав відгук у виборців, які бачили в ній ключ до майбутнього Великобританії.

Вплив: зосередження Блера на освіті допомогло лейбористам здобути переконливу перемогу на загальних виборах 1997 року. Простота його послання дозволила виборцям легко зрозуміти, чому його уряд віддасть пріоритет, сприяючи його успіху на посаді прем'єр-міністра.

Промови Джасінди Ардерн у відповідь на COVID-19 (2020)

Під час пандемії COVID-19 прем'єр-міністр Нової Зеландії Джасінда Ардерн виступила з кількома промовами, щоб повідомити про підхід уряду до врегулювання кризи. Їй потрібно було пояснити складні заходи охорони здоров'я у спосіб, який був би зрозумілим для громадськості.

Спрощення та ясність:

Часте використання Ардерном фрази *«Залишайся вдома, залишайся в безпеці»* стало простим, але ефективним повідомленням під час пандемії. Ця фраза разом з іншими короткими чіткими інструкціями дозволила її уряду повідомити про комплексні заходи карантину таким чином, щоб громадськість могла легко їх дотримуватися. Ардерн також використовувала емпатійну мову, щоб спілкуватися з людьми, роблячи її промови більш привабливими та сприяючи довірі.

Вплив: чіткий і співчутливий стиль спілкування Ардерн заслужив її широку похвалу як усередині країни, так і за кордоном. Спрощення урядових заходів протидії пандемії допомогло Новій Зеландії досягти однієї з найефективніших

заходів з контролю пандемії у світі, а також зміцнило її репутацію здібного та чуйного лідера.

Націлювання на аудиторію та формування повідомлень

Ефективне написання політичних промов часто вимагає адаптації повідомлень, щоб резонувати з певною демографічною групою виборців. Розуміння потреб, занепокоєнь і цінностей аудиторії дозволяє політикам формувати свої повідомлення так, щоб вони відповідали світогляду виборців, роблячи їх більш переконливими та впливовими. Ця стратегія має вирішальне значення для отримання підтримки різних груп електорату.

Кампанія Бориса Джонсона «Get Brexit Done» (2019)

Напередодні загальних виборів у Великій Британії у 2019 році Консервативна партія Бориса Джонсона мала звернутися як до традиційних виборців торі, так і до тих, хто не визначився або проголосував за Brexit на референдумі 2016 року, але був розчарований політичним глухим кутом.

Націлювання на аудиторію та фреймінг: гасло Джонсона «*Get Brexit Done*» було шедевром фреймування повідомлень. Він звернувся безпосередньо до тих, хто відчував себе зрадженим через неспроможність парламенту реалізувати Brexit, а також до виборців, втомлених роками політичної невизначеності. Простота й прямість повідомлення прорізали складність переговорів щодо Brexit і викликали резонанс особливо серед виборців із робітничого класу в традиційних опорних пунктах лейбористів.

Вплив: здатність Джонсона націлюватися на виборців Brexit, особливо в регіонах, де домінують лейбористи, стала ключем до його переконливої перемоги. Сформулювавши своє послання навколо рішучого плану дій — здійснення Brexit — він звернувся до тих, хто віддає перевагу суверенітету та політичній ясності над економічною невизначеністю.

Кампанія Джастіна Трюдо «Sunny Ways» (2015).

Під час федеральних виборів у Канаді 2015 року Ліберальна партія Джастіна Трюдо мала відмежуватися від чинного уряду консерваторів і звернутися до широкого електорату, який розчарувався в політиці.

Націлювання на аудиторію та формування: Трюдо сформулював своє повідомлення навколо оптимізму, інклюзивності та прогресивних цінностей. Він орієнтувався на молодих виборців, наголошуючи на таких політиках, як кліматичні заходи, гендерна рівність і легалізація марихуани, а також звертався до середнього класу, зосереджуючись на зниженні податків та економічній справедливості. Трюдо використовував фразу «Sunny Ways», щоб передати надію та позитив, протиставляючи себе більш консервативному, серйозному тону своїх опонентів.

Вплив: позитивне оформлення Трюдо та його звернення до конкретних демографічних груп, таких як жінки, молодь та етнічні меншини, допомогли Ліберальній партії отримати більшість. Його промови зверталися безпосередньо до виборців, які прагнули змін, а його наголос на інклюзивних і прогресивних цінностях створив сильний емоційний зв'язок із багатьма канадцами.

Використання гасел у політичному спічрайтингу

Гасла відіграють важливу роль у політичних кампаніях, виступаючи як стислі повідомлення, які охоплюють основний дух і цілі платформи кандидата. Потужний слоган запам'ятовується, повторюється та викликає емоційний резонанс, часто стаючи синонімом самої кампанії. Вони часто апелюють до емоцій, прагнень або турбот електорату, і якщо їх ефективно використовувати, вони можуть стати закличками до об'єднання, які мобілізують прихильників і визначають політичні рухи.

Докладні приклади та методи

Нарендра Моді «Sabka Saath, Sabka Vikas» (2014)

Нарендра Моді представив гасло «*Sabka Saath, Sabka Vikas*» (*Разом з усіма, розвиток для всіх*) під час загальних виборів 2014 року в Індії. Моді позиціонував себе як лідера, який не лише сприятиме економічному зростанню, але й забезпечуватиме інклюзивний розвиток, який принесе користь усім верствам суспільства.

Використання слогану: це гасло резонувало серед широкої демографії, від сільських фермерів до міських професіоналів, оскільки воно торкалося занепокоєння щодо нерівності та економічної нерівності. Ця фраза спроектувала

Моді як об'єднуючу фігуру, яка могла б просунути Індію вперед в економічному плані, водночас залучаючи всіх громадян, незалежно від касты, релігії чи регіону.

Вплив: гасло було дуже ефективним у забезпеченні Моді масштабної перемоги, оскільки воно відповідало прагненням зростаючого середнього класу, а також запевняло маргіналізовані спільноти, що вони не залишаться позаду в економічному прогресі Індії. Це стало центральним для іміджу Моді як лідера, орієнтованого на розвиток і відданого інклюзивності.

«Велике суспільство» Девіда Кемерона (2010)

Як лідер Консервативної партії, Девід Кемерон використовував гасло «Велике суспільство» під час своєї передвиборчої кампанії 2010 року у Великобританії. Ця фраза мала передати бачення Кемерона щодо зменшення ролі держави в державних послугах і заохочення більшого залучення громади та добровільних дій.

Використання слогану: концепція «Великого суспільства» сформулювала політику Кемерона як розширення можливостей громадян взяти під контроль свої громади, децентралізацію управління та надання більшої кількості рішень на місцевому рівні. Цей лозунг мав на меті залучити виборців середнього класу, які втомилися від зловживань уряду, водночас сприяючи більш активному громадянському суспільству.

Вплив: хоча спочатку слоган викликав значний інтерес і узгоджувався з повідомленням Кемерона про зміни, його розпливчастість пізніше призвела до втрати популярності. Критики стверджували, що це було прикриттям заходів жорсткої економії. Однак, на початку кампанії їй вдалося позиціонувати Кемерона як реформатора, який зосередився на розширенні можливостей громади та модернізації.

Гумор і відносність

Включення гумору та відносності до політичних промов може зробити кандидата більш особистим і доступним, дозволяючи йому спілкуватися з ширшою аудиторією. Гумор може допомогти розбити лід, пом'якшити напружені ситуації та пом'якшити висловлювання серйозних тез, у той час як відносність гарантує, що

політик почуває себе «на зв'язку» зі звичайними людьми. Ці техніки часто залишають незабутні враження, оскільки викликають емоційні реакції та створюють незабутні моменти.

Докладні приклади та методи

Використання гумору Борисом Джонсоном у кампанії Brexit

Під час кампанії Brexit 2016 року Борис Джонсон, ключова фігура руху «Вихід», часто використовував гумор, щоб розвести дискусії навколо часто напруженої та суперечливої теми Brexit. Дотепність Джонсона, часто самопринизливий і легковажний, допомогла пом'якшити його більш суперечливу позицію.

Гумор і релевантність: Публічна персона Джонсона побудована на його незграбному, стриманому гуморі, що часто дозволяє йому здаватися не типовим політиком, а більше звичайною людиною, яка орієнтується в складних ситуаціях. Він часто використовував метафори та грайливу мову, щоб полегшити розуміння важких політичних дебатів. Наприклад, він одного разу порівняв відносини Великої Британії з ЄС із «замкнутим у кузові машини, якою керує хтось інший», що зробило проблему схожою на звичайних британців.

Вплив: такий підхід дозволив Джонсону звернутися до виборців, які були розчаровані елітним і технократичним характером політичних дебатів. Його гумор і комунікабельність стали ключовими факторами його успіху в тому, щоб продати публіці бачення Brexit, що допомогло забезпечити перемогу «виходу» на референдумі.

Комедійний бекграунд Володимира Зеленського в політичних промовах

До того, як прийти в політику, президент України Володимир Зеленський був коміком і актором, що вплинуло на його стиль публічних виступів. Під час своєї президентської кампанії в 2019 році Зеленський використовував свій комедійний момент і почуття гумору, щоб спілкуватися з виборцями.

Гумор і відносність: гумористичний підхід Зеленського очевидний у його промовах і публічних виступах, де він часто використовує дотепність, щоб критикувати політичних опонентів або висловлювати складні питання більш

доступним способом. Його комедійне минуле зробило його більш близьким для звичайних українців, які бачили в ньому аутсайдера, готового кинути виклик істеблішменту. На додаток до гумору, автентичність Зеленського — він балотувався як новачок у політиці без звичайної помпезності кар’єрних політиків — зробила його особливо привабливим для громадськості, втомленої від корупції.

Вплив: гумор і відносність Зеленського допомогли йому здобути переконливу перемогу на виборах 2019 року. Як президент, його здатність підтримувати зв’язок із громадськістю була вирішальною, особливо під час російського вторгнення в Україну. Його емоційні заклики та привабливе лідерство, особливо його приземлені комунікації з передової, отримали підтримку в усьому світі.

Розглянуті методи та їх використання в житті, зосереджені на тому, як спічрайтери керуються ними щоб налагодити зв’язок з різними аудиторіями. Ці підходи допомагають створювати переконливі повідомлення, часто адаптовані до культурного, соціального та політичного контексту аудиторії.

2.3. Вплив спічрайтингу на формування громадської думки та підтримку політичних кандидатів

Вплив спічрайтингу на формування громадської думки та підтримку політичних кандидатів є важливим аспектом сучасної політичної комунікації. Протягом всієї історії красномовні промови слугували не лише засобом донесення ідей, але й потужним інструментом переконання, який формував суспільні настрої та поведінку. Яскравими прикладами є промова *Мартіна Лютера Кінга-молодшого* «У мене є мрія» та промови *Франкліна Д. Рузвельта* під час *Великої депресії*, які забезпечили громадську підтримку значних соціальних і політичних рухів, продемонструвавши здатність добре продуманої риторики надихати на дії та єдність у переломні моменти історії. Спічрайтери відіграють життєво важливу роль у цьому процесі, використовуючи низку риторичних стратегій і технік для створення повідомлень, які резонують з різними аудиторіями. Пристосовуючи

промови до голосу оратора, враховуючи демографічні особливості та вподобання аудиторії, спічрайтери підвищують ефективність політичних меседжів. Ітеративний характер спічрайтингу, який характеризується співпрацею, доопрацюванням та зворотним зв'язком, гарантує, що промови не лише формулюють чіткі позиції, але й викликають емоційну реакцію, що посилює підтримку кандидатів та їхньої політики з боку громадськості. Незважаючи на позитивний потенціал спічрайтингу, виникають суперечки щодо етичних наслідків переконливої комунікації. Такі питання, як дезінформація, риторика, що розколює суспільство, і баланс між свободою слова та відповідальним дискурсом підкреслюють необхідність врахування етичних міркувань при написанні промов. У міру того, як спічрайтери долають ці виклики, від них все частіше вимагають зберігати достовірність, прозорість і прагнення до інклюзивності у своїх повідомленнях, щоб сприяти конструктивному суспільному діалогу. У мінливому ландшафті політичної комунікації вплив технологічного прогресу та демографічних змін вимагає від спічрайтерів постійної адаптації своїх стратегій для ефективною взаємодії з аудиторією. Оскільки соціальні мережі та підходи, засновані на даних, змінюють динаміку громадської думки, важливість переконливого спічрайтингу для впливу на результати виборів та політичні дискусії залишається незмінно актуальною.

Мистецтво написання промов відіграло значну роль у формуванні громадської думки та політичного ландшафту протягом всієї історії. Зокрема, такі промови, як виступ *Керрі Чепмен Кетт у Конгресі США в листопаді 1917 року*, в якому вона виступала за надання жінкам виборчих прав, є прикладом того, як риторика може впливати на суспільні зміни [64]. Аналогічно, заключна промова *Вудро Вільсона на підтримку Ліги Націй у 1919 році* мала на меті заручитися громадською підтримкою міжнародного співробітництва, що відображає силу переконливої промови у глобальному контексті [64]. У 1960-х роках такі знакові промови, як надгробна промова *Едварда М. Кеннеді на честь Роберта Кеннеді* та промова *Ньютона В. Міноу «Величезна пуста»*, підкреслили важливість телебачення та ЗМІ у формуванні політичного дискурсу та суспільних настроїв

[64]. У цих промовах часто використовувалися риторичні стратегії, спрямовані на глибокий резонанс з аудиторією, підкреслюючи ясність, емоційну привабливість і моральну нагальність. Промова *Пола Кітінга в Редферн-парку в 1992 році* є ще одним важливим прикладом, оскільки в ній йшлося про права корінних народів і примирення в Австралії, що знаменувало собою зрушення в національній свідомості щодо цих питань [65]. Вплив таких промов ілюструє, як ефективна риторика може не лише впливати на суспільне сприйняття, але й змінювати траєкторію політичних дискусій та суспільні норми. Протягом 20-го століття техніки, що використовуються в політичних промовах, еволюціонували, інтегруючи риторичні прийоми, такі як анафора, алюзія та метафора, для створення довготривалих вражень [66; 67]. Промови таких діячів, як *Мартін Лютер Кінг-молодший* та *Роберт Ф. Кеннеді*, стали прикладом використання потужної мови для натхнення до дії та єдності в часи соціальних потрясінь [68]. Зрештою, історичний контекст спічрайтингу розкриває його подвійну роль як інструменту переконання та відображення панівного політичного та соціального клімату, демонструючи тривалий вплив красномовного висловлювання на громадську думку та політичну активність.

Громадська думка, визначена як сукупність індивідуальних поглядів, ставлень і переконань щодо конкретних питань, відіграє вирішальну роль у формуванні політичного ландшафту та результатів виборів. Вчені давно обговорюють, наскільки громадська думка впливає на політику та процеси прийняття рішень в уряді. У той час як деякі дослідження свідчать про обмежену роль громадської думки, інші підкреслюють значний і тонкий вплив на формулювання політики, особливо в контексті зовнішньополітичних рішень і поведінки на виборах.

Взаємозв'язок між громадською думкою та політикою був центральним пунктом у політичній науці. Дослідження показують, що громадське ставлення може впливати на результати політики, особливо коли воно узгоджується з інтересами політиків. Наприклад, дослідження показали, що громадська думка часто відображає зміни в політичних уподобаннях, що призводить до змін у

законодавчій поведінці та виконавчих рішеннях. Ця чуйність може бути особливо очевидною в таких сферах, як витрати на оборону та президентська риторика, де суспільні настрої можуть коригувати політику. Однак, деякі вчені стверджують, що вплив громадської думки часто затьмарюється групами інтересів і експертами з питань політики, припускаючи, що погляди громадськості можуть відігравати другорядну роль у формуванні політики.

Кілька умовних змінних можуть впливати на ступінь впливу громадської думки на зовнішню політику. Такі фактори, як рівень громадської підтримки певної політики, політичний контекст і час прийняття рішень, можуть відігравати значну роль. Наприклад, вибори часто є критичним моментом, коли громадська думка може вирішальним чином вплинути на вибір голосування, особливо коли кандидати помітно розходяться в питаннях зовнішньої політики. Дослідження Олдріча та його колег показали, що виборці більш схильні розглядати зовнішньополітичні позиції, коли існують чіткі відмінності між кандидатами.

Вибори є потужним механізмом, за допомогою якого громадська думка не тільки виражається, але й може змінювати стратегії кандидатів і політичний дискурс. Дослідження показують, що кандидати можуть адаптувати свої повідомлення та політичні позиції відповідно до переважаючих суспільних настроїв, особливо під час ключових моментів, таких як війна чи економічна криза. Крім того, динамічний характер громадської думки означає, що погляди громадян можуть змінюватися на основі нової інформації, демографічних змін і еволюції політичного контексту, що підкреслює складність поведінки виборців.

Опитування відіграє важливу роль у вимірюванні суспільних настроїв і впливі на політичні наративи. Висвітлення в засобах масової інформації часто висвітлює дані опитувань під час так званого висвітлення кінних перегонів, де регулярно повідомляють про результати кандидатів, що потенційно може формувати громадське сприйняття та стратегії кандидатів. Проте дослідження свідчать про те, що хоча громадська думка може впливати на політичні дискусії, взаємозв'язок не завжди є простим. Такі фактори, як посада, президентська

популярність і специфічний політичний ландшафт, можуть суттєво опосередковувати вплив суспільних настроїв на результати виборів.

Висновки до Розділу 2

У другому розділі детально розглянуто практичні аспекти спічрайтингу в контексті політичної комунікації. Було здійснено аналіз ключових факторів, що визначають ефективність публічних виступів політиків, таких як вибір риторичних прийомів, адаптація повідомлень до конкретної аудиторії та соціальних обставин. Розглянуто приклади успішних політичних промов, які стали знаковими у світовій політиці завдяки своєму впливу на громадську думку, електоральну підтримку та політичну активність.

Особливу увагу було приділено аналізу таких промов, як виступ Мартіна Лютера Кінга «Я маю мрію», інавгураційна промова Джона Ф. Кеннеді, промова Вінстона Черчилля «Ми будемо битися на пляжах» та Геттісбурзька промова Авраама Лінкольна. Кожна з цих промов є прикладом майстерного використання риторичних прийомів і мала глибокий вплив на формування політичного дискурсу та громадської думки. Ці приклади продемонстрували, що добре структурована промова, яка апелює до емоцій та цінностей аудиторії, може не тільки підвищити підтримку політика, але й змінити суспільну парадигму. Вивчення таких технік, як анафора, алітерація, метафора, пафос та інші, підтвердило, що майстерне володіння риторичними прийомами є невід'ємною частиною успіху політичних лідерів.

У розділі також підкреслено значення стратегічного підходу до формування повідомлень, що враховують поточний соціальний і політичний контекст. Спічрайтери повинні бути гнучкими і швидко реагувати на зміну настроїв у суспільстві, використовуючи ефективні комунікаційні інструменти для підтримки електорату. Висновки свідчать про те, що вміння політиків та їхніх спічрайтерів створювати впливові промови є одним із ключових факторів, які впливають на успішність політичних кампаній, мобілізацію виборців та формування позитивного іміджу лідера.

Крім того, розглянуто питання впливу медіа на успіх промов, що стало особливо актуальним у сучасну епоху, коли соціальні мережі відіграють вирішальну роль у поширенні та інтерпретації політичних повідомлень.

РОЗДІЛ 3.

ІНСТРУМЕНТАЛЬНІСТЬ СПІЧРАЙТИНГУ

3.1. Використання мовних засобів у спічрайтингу

Лінгвістичні засоби є ключовими інструментами в політичному написанні речей, які формують те, як повідомлення доносяться та розуміються. Вміле використання мови гарантує, що політична промова викликає резонанс у аудиторії, зміцнює довіру до оратора та просуває намічений політичний наратив.

Одним із найважливіших лінгвістичних елементів у спічрайтингу є ясність. Політичні повідомлення мають бути зрозумілими для широкої аудиторії, і будь-яка двозначність може призвести до неправильного тлумачення або зниження залученості. Політики часто використовують просту, пряму мову, щоб переконатися, що їхні думки легко зрозуміли як освічені, так і менш освічені слухачі. Ця техніка стосується створення стислих, але потужних речень. Наприклад, використання коротких речень може покращити ясність складних питань.

Крім того, точність у виборі мови дозволяє уникнути плутанини та гарантує, що політичні позиції передаються з точністю. Уникання жаргону чи надто складних термінів робить промови доступними для всіх, збільшуючи ймовірність збереження повідомлення. Дослідження показують, що ясність і простота значно сприяють сприйняттю довіри та авторитету оратора, що є важливою рисою в політичному контексті.

Ефективні промови мають чітко виражені якості, які залучають аудиторію і залишають незабутні враження. Успіху промови сприяють різні елементи, зокрема риторичні прийоми, емоційна привабливість та чітка структура.

Риторичні прийоми — це мовні засоби, які посилюють емоційну та переконливу силу промови. Такі прийоми, як алітерація, асонанс, антитеза та метафора, поширені в політичних спічрайтингах. Ці пристрої створюють фрази, котрі запам'ятовуються та які викликають відгук у слухачів. Наприклад, *Мартін*

Лютер Кінг молодшій відомий рядок «*У мене є мрія, що одного дня четверо моїх маленьких дітей житимуть у країні, де їх будуть оцінювати не за кольором шкіри, а за характером*», демонструє ефективне використання антитези зіставлення контрастних ідей у паралельній структурі.

Метафори також відіграють важливу роль у написанні спічів, допомагаючи аудиторії концептуалізувати абстрактні політичні ідеї через знайомі образи. Політики часто використовують метафори, щоб спростити складні політичні дискусії, наприклад, називають економічні стратегії «інструментами» або «двигунами зростання». Ці метафори долають розрив між абстрактними політичними стратегіями та повсякденним досвідом громадян.

На сучасній політичній арені використання інклюзивної мови стає все більш важливим. Політики прагнуть звертатися до різноманітних аудиторій, не відчужуючи певні групи на основі статі, етнічної чи іншої ідентичності. Застосування гендерно-нейтральних термінів, таких як «вони» замість «він» чи «вона», і уникнення етнічних стереотипів чи узагальнень є важливими для підвищення довіри та забезпечення того, щоб мова звернулася до широкої демографічної групи. Наприклад, шанобливе та інклюзивне ставлення до осіб з обмеженими можливостями сприяє почуттю рівності та запобігає маргіналізації.

Використання мови, яка відображає культурну чутливість, також сприяє інклюзивності, особливо в мультикультурних суспільствах, де політики повинні звертатися до різних етнічних і соціальних груп. Такі терміни, як «кольорові люди» або специфічні ідентифікатори спільнот, як-от «латиноамериканці» або «корінне населення», демонструють повагу до культурних відмінностей.

Використання фреймінгу в політичних спічрайтингах є ще одним лінгвістичним прийомом, який впливає на те, як аудиторія сприймає проблеми. Формуючи політику чи події певним чином, політик може керувати громадським сприйняттям. Наприклад, позначення нового закону як «програми створення робочих місць», а не «державної субсидії» може викликати більш позитивну реакцію виборців. Це стратегічне використання мови ґрунтується на теорії

когнітивного фреймінгу, яка стверджує, що спосіб подання інформації визначає те, як вона розуміється й обробляється аудиторією.

Політичні спічрайтери часто формулюють проблеми так, щоб вони відповідали їхнім ідеологічним переконанням, водночас пропонуючи рішення, які відображають цінності політика. Консервативний оратор може сформулювати економічний спад як результат надмірного втручання уряду, тоді як прогресивний політик може сформулювати це як результат корпоративної жадібності. Ці рамки допомагають будувати наративи, які резонують із певними сегментами електорату.

Емоційне залучення має вирішальне значення в політичних промовах, а використання емоційної мови є ефективним способом спілкування з аудиторією. Спічрайтери обирають слова, які викликають сильні емоції, будь то надія, страх, гордість чи обурення. Це емоційне звернення може згуртувати підтримку для справи або мобілізувати виборців. Пафос, емоційне звернення до цінностей і переконань аудиторії, є поширеною риторичною стратегією, яка використовується для того, щоб викликати співпереживання або сильну реакцію.

Одним з головних завдань є досягнення ясності мови. Якщо промова незрозуміла або надто складна, задумане повідомлення може не дійти до аудиторії. Тому спічрайтери повинні використовувати конкретну, точну та чуттєву мову для покращення розуміння. Крім того, надзвичайно важливим є встановлення довіри за допомогою відповідної мови. Вибір слів має відображати усвідомлення походження аудиторії, сприяючи включенню, а не виключенню.

Розуміння аудиторії — ще один важливий виклик у спічрайтингу. Ефективні промови вимагають ретельного аналізу демографічних даних, переконань та поглядів аудиторії. Оцінюючи ці фактори, спічрайтери можуть адаптувати свій контент для кращого зв'язку зі слухачами. Це передбачає не лише розуміння попередніх переконань аудиторії, а й прогнозування того, як контент буде резонувати з ними. Створення «теоретичної, універсальної аудиторії» може допомогти спічрайтерам перевірити свої ідеї на різноманітних групах, гарантуючи, що повідомлення матиме широкий відгук.

Наприклад, під час кризи політики часто використовують мову, яка викликає відчуття єдності та спільної боротьби. Такі слова, як «разом», «солідарність» і «пожертва», зазвичай використовуються для формування колективної ідентичності. З іншого боку, у ситуаціях, коли потрібно направити гнів і невдоволення, політики можуть використовувати більш агресивну мову, щоб критикувати опонентів або кинути виклик статус-кво.

Повторення — ще один лінгвістичний прийом, який посилює вплив політичних промов. Повторення ключових фраз забезпечує підкреслення та запам'ятовування важливих моментів. Неодноразове використання *Бараком Обамою* «*Так, ми можемо*» під час його президентської кампанії 2008 року є прикладом того, як повторення може створити пам'ятне та об'єднуюче гасло. Ця техніка особливо ефективна для підсилення центральних повідомлень, завдяки чому аудиторія з більшою ймовірністю втримає їх.

Лінгвістичні засоби в спічрайтингу служать не лише інструментами для ясності та переконання, але й як інструменти для побудови емоційних зв'язків і формування суспільного сприйняття. Добираючи відповідні слова, використовуючи риторичні прийоми, використовуючи інклюзивну мову та стратегічно формулюючи питання, спічрайтери можуть суттєво впливати на сприйняття та інтерпретацію політичних повідомлень громадськістю. Ефективне написання промов використовує ці методи, щоб гарантувати, що політичні промови будуть не лише інформативними, але й надихаючими та впливовими.

3.2. Роль риторики та логіки у підтримці політичних ідей

Риторика та логіка займали центральне місце в політичній комунікації протягом століть, починаючи з вчень давньогрецьких філософів, таких як Аристотель, який вважав риторику мистецтвом переконання. Політики використовують ці інструменти, щоб сформулювати свою політику, сформулювати громадську думку та вплинути на процеси прийняття рішень. Риторика зазвичай включає емоційні та етичні заклики, тоді як логіка зосереджується на ясності та

послідовності аргументів. Взаємодія між цими двома елементами посилює переконливість політичних промов, допомагаючи лідерам переконати аудиторію в перевагах своїх ідей.

У політичному дискурсі риторика слугує для політиків засобом, за допомогою якого вони формулюють свої повідомлення так, щоб вони знаходили відгук у публіки, тоді як логіка забезпечує структурну цілісність цих аргументів. Баланс між емоційним переконанням (пафосом) і раціональним обґрунтуванням (логосом) дозволяє політичним діячам як надихати, так і аргументувати свою аудиторію, особливо під час дебатів або виступів на суперечливі теми.

Однією з найвідоміших концепцій розуміння риторики є риторичний трикутник Аристотеля, який складається з етосу (авторитету), пафосу (емоційної привабливості) і логосу (логічного обґрунтування).

Ці три складові переконання є важливими у спічрайтингу, особливо в політичному контексті, де лідерам потрібно встановити довіру, емоційно з'єднати аудиторію та навести вагомі аргументи.

Етос підкреслює довіру до оратора та його моральний авторитет, заохочуючи аудиторію довіряти чесності та компетентності оратора. У політиці етос часто будується через посилання на досвід, кваліфікацію або відповідність цінностям аудиторії.

Пафос передбачає звернення до емоцій аудиторії. Політики часто використовують такі почуття, як страх, надія чи гнів, щоб мобілізувати підтримку. Емоційні заклики особливо ефективні, коли йдеться про національну безпеку, економічні труднощі чи соціальну справедливість.

Логос стосується логічної привабливості аргументів. Він передбачає використання фактів, статистики та чіткої аргументації, щоб продемонструвати, чому певна політична позиція є правильною. Логічна аргументація допомагає представити ідеї оратора як раціональні та виважені, підвищуючи довіру до них.

Наприклад, у промовах президента Барака Обами вражає баланс між етосом, пафосом і логосом. Обама часто згадував своє особисте минуле, щоб посилити етос, використовував емоційні розповіді, щоб апелювати до пафосу, і підкріплював

свої аргументи чіткими, логічними положеннями, підкріпленими даними і політичними особливостями, щоб посилити логос.

Логіка є незамінною у побудові обґрунтованих політичних аргументів. Вона гарантує, що представлені аргументи будуть послідовними, несуперечливими та переконливими. У політичному дискурсі часто використовують два основні типи міркувань: дедуктивні та індуктивні.

- Дедуктивні міркування передбачають отримання конкретних висновків із загальних положень. У політичних промовах дедуктивні міркування дозволяють політикам окреслити широкі ідеологічні принципи та застосувати їх до конкретної політики. Наприклад, якщо політичний лідер вірить у те, що «всі громадяни заслуговують на охорону здоров'я», він може зробити висновок, що «отже, уряд повинен забезпечити всезагальне охоплення медичними послугами».
- Індуктивні міркування, з іншого боку, починаються з конкретних спостережень або даних, а потім формують загальний висновок. Політики часто використовують цей метод, коли наводять приклади або тематичні дослідження, щоб сформулювати ширшу політичну рекомендацію. Наприклад, вони можуть посилатися на успіх систем охорони здоров'я в інших країнах, щоб аргументувати необхідність подібних реформ у себе вдома.

У сучасних політичних промовах лідери часто поєднують обидві форми аргументації для посилення своїх доводів. Дедуктивна аргументація дозволяє їм вписати свою політику в ширші ідеологічні наративи, в той час як індуктивна аргументація надає конкретні докази, необхідні для обґрунтування їхніх тверджень.

Риторика стає особливо важливою, коли політики звертаються до суперечливих тем, що викликають розбіжності, таких як імміграція, контроль над зброєю або зміна клімату. Ефективність риторичних стратегій у таких ситуаціях часто визначає громадську підтримку або опозицію.

Одним із ключових прийомів, який використовують політики, є фреймінг, коли вони представляють проблему таким чином, щоб вона відповідала їхнім цілям

і цінностям, апелюючи при цьому до своєї цільової аудиторії. Наприклад, деякі політики можуть подавати імміграцію як питання національної безпеки, тоді як інші — як питання прав людини та співчуття.

Крім того, політики часто використовують метафори, щоб спростити складні питання і зробити їх більш зрозумілими для громадськості. Метафори дозволяють ораторам використовувати загальнозрозумілі поняття для донесення своїх ідей. Наприклад, зміну клімату можна описати як «бомбу уповільненої дії», що створює відчуття нагальності та формулює проблему як таку, що вимагає негайних дій.

У той час як логічна аргументація зміцнює інтелектуальну основу політичних аргументів, емоційні заклики мають вирішальне значення для мобілізації дій та створення довготривалих вражень у аудиторії. Політичні промови часто коливаються між пафосом і логікою, щоб залучити різні сегменти електорату. Пафос пов'язує аудиторію з оратором на емоційному рівні, що може бути особливо ефективним для розбудови солідарності під час криз або в часи національної єдності.

Наприклад, колишній прем'єр-міністр Великої Британії *Вінстон Черчилль* був відомий своїм використанням емоційних закликів під час Другої світової війни. Його промови характеризувалися сильними моральними закликами та емоційною насиченістю, що допомогло згуртувати британську громадськість перед лицем випробувань. Промови *Черчилля* часто аналізують за їхню потужну риторику, що поєднує емоційну глибину з логічною ясністю.

У сучасній політичній комунікації риторика не обмежується лише словами. Використання аудіовізуальних елементів — таких як тон голосу, мова тіла та візуальні образи — відіграє значну роль у формуванні ефективності промови. Політики все більше усвідомлюють, як їхні промови сприймаються на телебаченні, в соціальних мережах та інших цифрових платформах, де візуальні та аудіальні сигнали можуть значно посилити або послабити їхнє послання.

Наприклад, тон голосу може передавати впевненість, терміновість або емпатію, впливаючи на емоційне сприйняття повідомлення. Аналогічно, мова тіла, така як жести, міміка та постава, може посилити або підірвати довіру до оратора. У

телевізійних дебатах або промовах ці невербальні елементи стають частиною загальної риторичної стратегії.

Логіка в політичній аргументації

Політичний дискурс часто використовує логічні структури та риторичні стратегії, щоб переконати аудиторію та сформулювати політику. Розуміння ролі логіки в цьому контексті розкриває як сильні, так і слабкі сторони політичних аргументів.

Політики часто вдаються до різних логічних помилок, щоб вплинути на громадську думку, навіть якщо ця тактика не витримує ретельної перевірки. Наприклад, помилка «червоного оселедця» слугує відволікаючою тактикою, коли відносно неважливі аргументи забирають час промови і відволікають від критичних питань [69]. Аналогічно, помилка «підставної особи» полягає у спотворенні аргументів опонента, що дозволяє політику легко спростувати спотворену версію, а не реальну позицію [69]. Ці прийоми, хоча і не є логічно обґрунтованими, можуть бути ефективними в контексті переконання.

Типи помилок

У політичній риторичі часто зустрічаються кілька помітних помилок:

Аргумент ad Antiquitatem

Ця помилка апелює до традиції, припускаючи, що політика є правильною лише тому, що вона має історичний прецедент. Наприклад, політик може стверджувати: «Кожна велика цивілізація субсидувала мистецтво», не надаючи вагомих підстав для продовження такої політики сьогодні [69].

Tu Quoque

Помилка *tu quoque* відхиляє критику, вказуючи на подібні помилки, зроблені опонентами. Це означає, що аргумент є недійсним лише тому, що опонент також припустився такої ж помилки, що підриває необхідність підзвітності в політичних дебатах [69].

Роль риторики та правдоподібності

Хоча логічна обґрунтованість має важливе значення, політична аргументація часто надає перевагу риторичі, а не суворій логіці. Дебати, як правило, вимагають

від учасників поєднання фактів і цінностей для досягнення правдоподібного висновку, а не жорсткого дотримання формальних логічних структур. Суб'єктивна природа «правдоподібності» ускладнює оцінку аргументів, оскільки різні судді можуть по-різному сприймати один і той самий аргумент, виходячи з його риторичної ефективності, а не логічної строгості [69].

Прагма-діалектичний підхід

Згідно з прагма-діалектичною теорією, політична аргументація може бути проаналізована за допомогою структурованої схеми, що включає етапи конфронтації, відкриття, аргументації та прийняття рішення [70]. Цей підхід підкреслює важливість спільних відправних точок і правил у політичних дискусіях, ілюструючи, як логічний аналіз може співіснувати з риторичними стратегіями у визначенні обґрунтованості аргументів у різних політичних контекстах.

Взаємодія між риторикою та логікою

Риторика і логіка тісно переплітаються в мистецтві переконання, кожна з них відіграє окрему, але взаємодоповнюючу роль. Аристотель, основоположник риторики, позиціонував риторику як аналог діалектики, підкреслюючи її важливість у вирішенні людських справ через вірогідне знання, а не просте маніпулювання [71]. У той час як логіка прагне до наукової визначеності, риторика зосереджується на переконанні різноманітних аудиторій щодо практичних питань, підкреслюючи необхідність емоційних та логічних апеляцій в ефективній комунікації.

Впливові оратори використовують різні риторичні прийоми, щоб посилити свою переконливість. Ці прийоми включають паралелізм, який передбачає побудову схожих фраз для передачі однакової важливості, та антитезу, коли протилежні ідеї зіставляються, щоб спровокувати думку [72][73]. Такі прийоми підносять мову і залучають аудиторію, роблячи повідомлення більш переконливим. Крім того, апеляція до емоцій, або пафос, відіграє вирішальну роль у переконанні. Викликаючи такі емоції, як співпереживання, обурення чи ентузіазм, оратори можуть встановити більш глибокий зв'язок зі своєю аудиторією, часто використовуючи яскраві образи та особисті анекдоти [74]. І навпаки, логічна

аргументація, або логос, забезпечує основу для сильного аргументу. Це передбачає представлення фактів, доказів і логічних міркувань - як дедуктивних, так і індуктивних — для того, щоб переконати скептиків і підтвердити твердження [74].

Історична взаємодія між риторикою і логікою очевидна в різних політичних рухах і постатях. Наприклад, у періоди політичної нестабільності часто з'являються харизматичні лідери, які використовують ефективні риторичні стратегії для донесення своїх повідомлень. Такі лідери, як Рональд Рейган, були прикладом цього, використовуючи емоційний стиль, який резонував з американською громадськістю під час кризи та розчарування [75]. Це демонструє, як ефективне поєднання риторики та логічної аргументації може мобілізувати підтримку та вирішувати складні суспільні проблеми. У сучасному дискурсі взаємозв'язок між риторикою і логікою продовжує розвиватися, а політичні промови все частіше відзначаються підвищеною емоційністю і часто роз'єднуючою риторикою. Як видно з нещодавніх дискусій про політичне насильство, мова, що використовується, може суттєво впливати на суспільне сприйняття та поведінку, підкреслюючи потужну взаємодію між цими двома елементами у формуванні політичних ідей та дій [76].

Сучасні перспективи

У сучасному дискурсі риторика все частіше розглядається як невід'ємний аспект людської комунікації, а не просто як набір прийомів переконання. Сучасна риторика підкреслює взаємозв'язок між намірами комунікатора, аудиторією та середовищем, через яке відбувається комунікація. Ця перспектива визнає, що вплив риторичних інструментів може формувати як розуміння аудиторії, так і підхід комунікатора, підкреслюючи динамічну природу дискурсу в різних контекстах, включаючи політичну комунікацію [72].

Риторика відіграє вирішальну роль у соціальних рухах, де вона слугує засобом стратегічного залучення та символічної дії. Нещодавні дослідження закликають до ретельного вивчення взаємозв'язку між стратегією та соціальною асамблеєю, наголошуючи на тому, як риторичні практики можуть мобілізувати спільноти та впливати на суспільні зміни. Розуміння цих взаємозв'язків поглиблює наше

розуміння того, як ефективна риторика може надихати на колективні дії та змінювати громадську думку на підтримку політичних ідей [77].

З поширенням інформації в цифрову епоху, особливо через соціальні мережі, потреба в критичному мисленні є як ніколи актуальною. Логічні помилки, часто вбудовані в переконливі аргументи, можуть підірвати поінформоване прийняття рішень і публічний дискурс. Розпізнавання цих помилок дає людям можливість критично оцінювати інформацію, особливо в політичному контексті, де оманливі аргументи можуть легко поширюватися [78]. З розвитком технологій змінюється і характер аргументів, що вимагає усвідомлення оманливих практик, таких як апеляція до фальшивих авторитетів у технологічних наративах, що підкреслює важливість оцінки тверджень, заснованих на доказах, а не на авторитеті [79].

На зміну якості та кількості політичної інформації значною мірою впливає технологічний прогрес. Швидке поширення контенту в соціальних мережах, часто без сторонньої фільтрації або редакційного нагляду, трансформувало політичний дискурс. Цей новий ландшафт вимагає підвищеної уваги до якості аргументів і розуміння того, як можна маніпулювати методами переконання, щоб впливати на громадську думку. У міру того, як люди взаємодіють з цим інформаційно насиченим середовищем, здатність виявляти логічні помилки стає вирішальною в орієнтуванні в складнощах сучасного політичного діалогу [79].

3.3. Вплив аудіовізуальних елементів на ефективність політичних виступів

Політичні промови значно еволюціонували з розвитком засобів масової інформації, перетворившись із суто вербальної комунікації на складні мультимедійні перформанси. Аудіовізуальні елементи, які включають візуальні засоби, невербальну комунікацію та використання медіа-платформ, відіграють вирішальну роль у формуванні сприйняття політичних повідомлень. Ефективність політичних промов більше не можна вимірювати виключно силою використаних

слів; тепер вона значною мірою залежить від синхронізації мови з візуальними та аудіо сигналами.

Роль невербальної комунікації в політичних промовах

Невербальна комунікація становить значну частину політичних промов, оскільки мова тіла, міміка і жести можуть передавати впевненість, співпереживання або авторитет, навіть якщо не було сказано жодного слова. Дослідження показують, що невербальні сигнали часто підсилюють вплив вимовленого слова, впливаючи на те, як аудиторія сприймає повідомлення і оратора. Політики, які можуть ефективно контролювати свою невербальну комунікацію, можуть виглядати більш правдоподібними і заслуговувати на довіру.

Наприклад, майстерність невербальної комунікації президента США Джона Кеннеді під час телевізійних дебатів з Річардом Ніксоном у 1960 році стала хрестоматійним прикладом політичної комунікації. Спокійна, врівноважена поведінка Кеннеді в поєднанні з його впевненими жестами допомогли йому завоювати телевізійну аудиторію, незважаючи на те, що Ніксон був більш досвідченим в управлінні державою. Аналогічно, Барак Обама часто використовував жестикуляцію і стратегічні паузи під час своїх промов, що додавало їм емоційної глибини і робило їх більш привабливими для аудиторії.

Крім того, жести і мова тіла особливо ефективні в ситуаціях, коли вербальної комунікації недостатньо або вона незрозуміла. Політики часто використовують візуальні жести, такі як підняття кулака, що символізує силу, або показування пальцем, щоб підкреслити критичні моменти. Ці дії можуть допомогти підкріпити їхні слова і створити враження, що краще запам'ятовується.

Вплив візуальних засобів на підтримку політичних промов

Окрім мови жестів, використання візуальних засобів, таких як діаграми, відео або інфографіка, стає все більш поширеним у політичних промовах. Ці візуальні інструменти можуть прояснити складні політичні ідеї, роблячи абстрактні або перевантажені дані більш доступними для широкої публіки. Політичні кампанії часто створюють короткі відеокліпи або слайд-презентації, які

підсилюють промови і допомагають аудиторії візуалізувати ключові концепції або статистичні дані.

Наприклад, політики, які виступають з промовами про зміну клімату або економічну політику, часто покладаються на графіки, щоб підкреслити тенденції або прогрес, тим самим даючи аудиторії чіткіше уявлення про проблему, яку вони обговорюють. Таку тактику, зокрема, використовував Альберт Гор під час своїх промов і документальних фільмів про глобальне потепління, де за допомогою відеозаписів і графіків ефективно візуалізував вплив кліматичних змін.

Візуальні засоби не лише спрощують складну інформацію, але й апелюють до емоцій аудиторії. Зображення або відео, що демонструють ліквідацію наслідків стихійних лих, зони військових дій або святкування національних досягнень, можуть викликати сильну емоційну реакцію, тим самим підсилюючи вербальне послання політика. Поєднання емоційної привабливості та візуальної наочності зміцнює зв'язок між оратором та аудиторією.

Аудіовізуальні платформи та їхній вплив на політичну комунікацію

Поява телебачення, а потім онлайн-трансляцій і соціальних мереж суттєво змінила спосіб виголошення і споживання політичних промов. Ці платформи пропонують політикам можливість охопити ширшу аудиторію і дозволяють інтегрувати аудіовізуальні елементи, які посилюють комунікативну силу їхніх промов.

Телебачення вже давно стало домінуючим медіа для політичних виступів: дебати та національні звернення транслюються в прямому ефірі для мільйонів людей. Політики використовують цей візуальний засіб для створення певного образу чи персони, часто звертаючи пильну увагу на свій зовнішній вигляд, обстановку та мову тіла в ці телевізійні моменти. Покладання на телебачення у створенні іміджу політиків можна побачити в тому, як ретельно розробляються декорації та ракурси зйомки, щоб зробити їх більш авторитетними або співчутливими.

З розвитком цифрових платформ вплив аудіовізуальних елементів лише посилюється. Такі платформи, як YouTube, Facebook та Instagram, дозволяють

політикам ділитися відредагованими кліпами своїх виступів, доповненими динамічними візуальними ефектами та фоновою музикою. Ці відредаговані сегменти можуть бути адаптовані, щоб підкреслити конкретні меседжі та задовольнити різні сегменти аудиторії. Кампанія Обама, наприклад, широко використовувала цифрові платформи, використовуючи добре продумані відеокліпи та графіку, щоб донести своє послання безпосередньо до молодих виборців, які споживають більше цифрового контенту.

Роль риторики та логіки, підкріпленої аудіовізуальними засобами

Риторичні прийоми, такі як повторення, емоційні заклики та заклики до дії, ще більше посилюються в поєднанні з аудіовізуальними елементами. Коли політик підкреслює ключові моменти через повторення, використання візуальних сигналів, таких як виділений текст або синхронізовані зображення, може зробити ці моменти ще більш впливовими. Інтеграція логіки та емоцій, підкріплена аудіовізуальними елементами, створює більш переконливий наратив, полегшуючи аудиторії стеження за аргументами оратора та емоційне залучення до повідомлення.

Крім того, логічні заклики посилюються, коли вони супроводжуються чіткими, лаконічними візуальними даними. Наприклад, під час виступів політиків, які виступають за економічну політику, демонстрація графіків рівня безробіття або прогнозів зростання допомагає підкріпити їхні аргументи фактами, тим самим посилюючи довіру до них.

Виклики аудіовізуальної комунікації

Хоча аудіовізуальні елементи можуть підвищити ефективність політичної промови, вони також створюють певні проблеми. Надмірне покладання на візуальні ефекти може іноді відволікати увагу від повідомлення, особливо якщо візуальний контент виглядає занадто відшліфованим або постановочним. Глядачі можуть скептично ставитися до надмірно відрежисованого або змонтованого контенту, що призводить до недовіри до автентичності політика. Більше того, в епоху «глибоких фейків» і ретельно змонтованих відео достовірність аудіовізуального контенту часто ставиться під сумнів, що може послабити зв'язок політика з громадськістю.

Інший виклик полягає в тому, що аудиторія по-різному обробляє візуальну та вербальну інформацію. Дослідження показують, що коли існує розрив між тим, що говориться і що показується, аудиторія може бути більш схильною довіряти візуальному, ніж вербальному. Це може спричинити непорозуміння або зменшити переконливість промови. Тому, щоб уникнути такого дисонансу, політики повинні переконатися, що їхній аудіовізуальний контент тісно пов'язаний з їхніми вербальними повідомленнями.

Висновки до Розділу 3

Вплив аудіовізуальних елементів на ефективність політичних промов є важливою сферою дослідження в політичній комунікації, яка вивчає, як інтеграція візуальних та аудіальних компонентів впливає на сприйняття та залучення аудиторії. З розвитком засобів масової інформації, зокрема телебачення, у 1960-х роках динаміка політичної риторики кардинально змінилася. Такі визначні події, як дебати Кеннеді-Ніксон, проілюстрували, як візуальна презентація може формувати громадську думку та посилювати емоційний резонанс повідомлень, підкреслюючи зростаюче значення образів та звуку в політичному дискурсі. Це явище підкріплене теоретичними засадами, які підкреслюють важливість візуальної риторики, стверджуючи, що як візуальні елементи, так і голосові сигнали мають вирішальне значення для передачі сенсу і викликають емоційну реакцію аудиторії.

Дослідження показують, що ефективна політична комунікація спирається на бездоганну інтеграцію цих елементів, оскільки вони разом покращують запам'ятовування повідомлення і залучення, сприяючи більш глибокому зв'язку з аудиторією. Оскільки політичні діячі все частіше застосовують складні аудіовізуальні стратегії, вплив цих компонентів на політичну активність став важливою темою для дослідження. Незважаючи на свої переваги, використання аудіовізуальних елементів несе в собі виклики та потенційні недоліки. Надмірне використання складних візуальних ефектів або неякісні презентації можуть відволікати увагу від основного меседжу оратора, а нерівність у доступі до

технологій може посилити нерівність у політичній участі. Крім того, маніпуляції з аудіовізуальними наративами можуть викликати занепокоєння щодо неупередженості, оскільки вибір засобів виробництва може вплинути на сприйняття громадськістю політичних лідерів.

Ці суперечності підкреслюють необхідність тонкого розуміння того, як аудіовізуальні елементи функціонують у ширшому контексті політичної комунікації, оскільки вони відіграють вирішальну роль у формуванні сучасних політичних наративів і публічного дискурсу.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Під час дослідження спічрайтингу як важливої складової політичної комунікації було визначено, що спічрайтинг є ефективним інструментом для впливу на громадську думку, формування політичних наративів та забезпечення підтримки виборців. Аналіз історії розвитку спічрайтингу вказує на його еволюцію від простих риторичних засобів до складних стратегій, що використовують сучасні медіа та технології.

Однією з ключових знахідок є те, що спічрайтери грають вирішальну роль у побудові публічних образів політиків, адаптуючи їхні повідомлення для різних аудиторій та політичних контекстів. Використання риторичних засобів, таких як етос, пафос і логос, дозволяє спічрайтерам створювати переконливі промови, що резонують з аудиторією та сприяють досягненню політичних цілей.

Також було досліджено сучасні інструменти спічрайтингу, зокрема використання аудіовізуальних елементів та соціальних медіа, що значно підвищують ефективність комунікацій політичних лідерів. Використання таких технологій як сторітелінг та емоційні заклики сприяють формуванню емоційного зв'язку між політиком і його виборцями.

Загалом, дослідження спічрайтингу в політичній комунікації підтвердило його важливу роль у впливі на громадську думку та формуванні політичних наративів. Спічрайтинг став невід'ємною частиною сучасних політичних кампаній, оскільки допомагає політичним лідерам ефективно комунікувати з аудиторією, формувати їхню підтримку та впливати на політичні рішення. Важливим аспектом є використання риторичних прийомів, таких як етос, пафос і логос, що дозволяє створювати промови, які резонують з аудиторією та сприяють досягненню політичних цілей.

Значна роль відводиться також інтеграції новітніх технологій, що дозволяє адаптувати політичні промови до цифрових платформ. Це дає змогу політикам досягати більшої аудиторії та забезпечувати взаємодію з виборцями в режимі реального часу. Важливою є й побудова емоційного зв'язку з аудиторією, де техніки

сторітелінгу й емоційні заклики виступають ключовими інструментами для залучення електорату.

Крім того, для досягнення автентичності промов важливою є тісна співпраця між політичними лідерами та спічрайтерами, що дозволяє створювати промови, які відповідають особистості політика та його політичній платформі. Використання сучасних методів збору та аналізу даних про аудиторію допоможе спічрайтерам краще адаптувати свої повідомлення до потреб слухачів, що зробить комунікацію більш ефективною і результативною.

Таким чином, спічрайтинг є потужним інструментом у руках політиків, який дозволяє ефективно взаємодіяти з аудиторією, впливати на її емоції та переконання, формуючи підтримку та довіру до політичного лідера.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гарматій О. В. Інтерактивність державних комунікацій: електронна складова. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2015. Т. 3. С. 9.
2. Геттисберзька промова. URL: <http://surl.li/dstfiw> (дата звернення: 22.08.2024).
3. Дашко І. М. Спічрайтинг: сутність, значення та основні підходи до визначення.
4. Денисюк А. В. Політичний спічрайтинг як PR-технологія: дис. ... канд. політ. наук. Вінниця: ВНТУ, 2017.
5. Ісайкіна О. Д. Спічрайтинг як базова технологія політичного піару. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2016. Вип. 2. С. 177–188.
6. Кузь О. М., Коннова Н. О., Потцька Ю. І. Ораторська майстерність та спічрайтинг: методичні рекомендації до семінарських занять та самостійної роботи студентів спеціальності 291 "Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії" першого (бакалаврського) рівня. 2021.
7. Литвин А.В. Публічні комунікації президентів України та роль спічрайтерів у цьому процесі. *Обрії друкарства*. 2020. Вип. 1 (8). С. 109–119.
8. Литвин А.В. Спічрайтинг як технологія політконсалтингу. *Технологія і техніка друкарства*. 2017. № 4. С. 84–90.
9. Науменко Л. Спічрайтинг як мистецтво й технологія комунікації. *Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця*. С. 256.
10. Сітко А.В., Малюк Д.С. Прагматичні та лінгвістичні особливості промов політичних лідерів. 2021.
11. Сюта, І.О. Мовленнєві жанри в українській політиці. URL: <http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/180185/13-Syuta.pdf?sequence=1> (дата звернення: 11.08.2024)
12. Шиманова, Н.С. Лінгвістичні засоби комунікації в політичній діяльності. URL:

- <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/25344/30-Shimanova.pdf?sequence=1> (дата звернення: 26.08.2024)
13. 10 of the Most Famous and Inspirational Speeches from History. URL: <https://interestingliterature.com/2023/02/10-of-the-most-famous-and-inspirational-speeches-from-history/> (дата звернення: 10.11.2024).
 14. 19th Century Rhetoric. URL: <https://19thcentury.us/19th-century-rhetoric/> (дата звернення: 05.11.2024).
 15. 2004 Democratic National Convention Keynote Address. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/2004_Democratic_National_Convention_keynote_address (дата звернення: 03.10.2024).
 16. 25 Examples of Rhetorical Strategies. URL: <https://cubicleninjas.com/25-examples-of-rhetorical-strategies/> (дата звернення: 21.09.2024).
 17. About Political Speechwriters. URL: <https://vault.com/professions/political-speechwriters/about> (дата звернення: 08.11.2024).
 18. AI and Speech Writing. URL: <https://blog.on-page.ai/ai-and-speech-writing/> (дата звернення: 12.10.2024).
 19. Aristotle's Rhetoric. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Rhetoric_\(Aristotle\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Rhetoric_(Aristotle)) (дата звернення: 14.10.2024).
 20. Aristotle's Rhetoric. URL: <https://plato.stanford.edu/entries/aristotle-rhetoric/> (дата звернення: 20.09.2024).
 21. Beginner's Guide: What Is Speech Writing? URL: <https://ricespeechwriting.com/beginners-guide-what-is-speech-writing/> (дата звернення: 02.11.2024).
 22. Cicero. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Cicero> (дата звернення: 07.10.2024).
 23. Communication Strategy: Strategies of the Political Communication Process. URL: <https://politicalmarketer.com/political-communication-strategy/> (дата звернення: 25.09.2024).
 24. Day of Infamy Speech. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Day_of_Infamy_speech (дата звернення: 09.10.2024).
 25. Despite Appeals for Peace: U.S. Political Violence History. URL:

- <https://www.npr.org/2024/07/16/nx-s1-5040475/despite-appeals-for-peace-the-u-s-has-a-long-history-of-political-violence> (дата звернення: 02.11.2024).
26. Document on Political Persuasion. URL: <http://www.congressionalresearch.com/98-170/document.php> (дата звернення: 22.09.2024).
27. Expert Tips for Mastering Speechwriting. URL: <https://ricespeechwriting.com/expert-tips-for-mastering-speechwriting/> (дата звернення: 13.10.2024).
28. Fallacies (Stanford Encyclopedia of Philosophy). URL: <https://plato.stanford.edu/entries/fallacies/> (дата звернення: 17.10.2024).
29. Fallacies and Argumentative Mistakes. URL: <https://www.csun.edu/~dgw61315/fallacies.html> (дата звернення: 30.09.2024).
30. Five Questions About Ethics in Political Communication. URL: <https://ethicsinpoliticalcommunication.org/blog/2019/5/28/five-questions-about-ethics-in-political-communication-quadracos-driskell> (дата звернення: 28.09.2024).
31. Great Speech. URL: <https://tripleareview.com/great-speech/> (дата звернення: 05.10.2024).
32. History of Writing. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_writing (дата звернення: 23.09.2024).
33. How Did They Communicate in Ancient Rome? URL: <https://www.learnancientrome.com/how-did-they-communicate-in-ancient-rome/> (дата звернення: 14.11.2024).
34. How to Become a Political Speech Writer. URL: <https://work.chron.com/become-political-speech-writer-20209.html> (дата звернення: 19.09.2024).
35. How to Become a Speech Writer. URL: <https://online.maryville.edu/online-bachelors-degrees/liberal-studies/careers/how-to-become-a-speech-writer/> (дата звернення: 01.11.2024).
36. How to Become a Speech Writer. URL: <https://blog.vanillaheartbookandauthors.com/how-to-become-a-speech-writer/> (дата звернення: 07.10.2024).
37. How to Give a Speech. URL: <https://pipdecks.com/blogs/storytelling/how-to-give-a->

- speech (дата звернення: 15.09.2024).
38. How to Make a Speech. URL: <https://www.betterup.com/blog/how-to-make-speech> (дата звернення: 10.07.2024).
39. I Have a Dream. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/I_Have_a_Dream (дата звернення: 15.08.2024).
40. Inauguration of John F. Kennedy. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Inauguration_of_John_F._Kennedy (дата звернення: 20.09.2024).
41. It Was Said Podcast: Iconic American Speeches. URL: <https://www.npr.org/2020/09/12/912224792/it-was-said-podcast-breaks-down-iconic-american-speeches> (дата звернення: 05.07.2024).
42. Lend Me Your Ears. URL: https://www.goodreads.com/book/show/134042.Lend_Me_Your_Ears (дата звернення: 01.09.2024).
43. List of Ancient Roman Speeches. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_ancient_Roman_speeches (дата звернення: 12.10.2024).
44. Literary Devices in Gettysburg Address. URL: <https://www.owleyes.org/text/gettysburg-address/analysis/literary-devices> (дата звернення: 17.07.2024).
45. Logical Loopholes: Spotting Fallacies. URL: <https://medium.com/@rajaravivarman/logical-loopoles-spotting-fallacies-in-tech-media-and-politics-895418be1645> (дата звернення: 30.08.2024).
46. Media-Culture Journal: The Use of Speech and Persuasion. URL: <https://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/1228> (дата звернення: 20.09.2024).
47. Navigating the Challenges of Speechwriting. URL: <https://ifutures.discourse.group/t/navigating-the-challenges-of-speechwriting/5486> (дата звернення: 09.08.2024).
48. Notable Speech Writing Examples from History. URL:

- <https://buyaspeech.com/notable-speech-writing-examples-from-history/> (дата звернення: 11.10.2024).
49. Origin of Speech. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Origin_of_speech (дата звернення: 04.11.2024).
50. Political Campaign Messages. URL: <https://callhub.io/blog/political-campaign/political-campaign-messages/> (дата звернення: 01.07.2024).
51. Political Communication Strategy – Don't Skimp on Speechwriting. URL: <https://www.thecampaignworkshop.com/blog/political-campaign/political-communication-strategy> (дата звернення: 28.08.2024).
52. Political Speech. URL: <https://ghostwriting.com/en/blog/political-speech> (дата звернення: 16.09.2024).
53. Political Speech Writing. URL: <https://goodparty.org/blog/article/political-speech-writing> (дата звернення: 05.10.2024).
54. Political Speeches. URL: <https://icebreakerspeech.com/political-speeches/> (дата звернення: 21.07.2024).
55. Practicing for Successful Speech Delivery. URL: <https://open.lib.umn.edu/publicspeaking/chapter/14-4-practicing-for-successful-speech-delivery/> (дата звернення: 23.08.2024).
56. Profile of a Great Persuader: Ronald Reagan. URL: <https://blog.iese.edu/leggett/2012/06/29/profile-of-a-great-persuader-ronald-reagan/> (дата звернення: 04.10.2024).
57. Public Speaking. URL: <https://www.coursera.org/articles/public-speaking> (дата звернення: 14.09.2024).
58. Rhetoric and Social Movements. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9780429436291/rhetoric-social-movements-nathan-crick> (дата звернення: 02.08.2024).
59. Rhetoric and the Modes of Appeal. URL: <https://openpress.usask.ca/rcm200/chapter/rhetoric-and-the-modes-of-appeal/> (дата звернення: 30.07.2024).
60. Rhetorical Tradition. URL: <https://www.graygroupintl.com/blog/rhetorical-tradition>

- (дата звернення: 25.09.2024).
61. Secrets of Political Persuasion. URL: <https://www.gsb.stanford.edu/insights/secrets-political-persuasion> (дата звернення: 10.10.2024).
 62. Speech on Technology. URL: <https://www.vedantu.com/english/speech-on-technology> (дата звернення: 12.07.2024).
 63. Speech Synthesis. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Speech_synthesis (дата звернення: 19.08.2024).
 64. Speech Writer Job Description. URL: <https://www.betterteam.com/speech-writer-job-description> (дата звернення: 02.09.2024).
 65. Speech Writer Skills. URL: <https://www.zipppia.com/speech-writer-jobs/skills/> (дата звернення: 13.10.2024).
 66. Speech Writing Fundamentals and Best Practices. URL: <https://www.lorman.com/training/general-business/speech-writing-fundamentals-and-best-practices> (дата звернення: 22.09.2024).
 67. Speechwriter. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Speechwriter> (дата звернення: 15.10.2024).
 68. Speechwriter Job Description. URL: <https://work.chron.com/speechwriter-job-description-17818.html> (дата звернення: 11.08.2024).
 69. Speechwriter Job Roles. URL: <https://uspoliticaljobs.com/political-job-roles/speechwriter-2/> (дата звернення: 17.09.2024).
 70. Speechwriting Careers: Everything You Need to Know. URL: <https://yoodli.ai/blog/speechwriting-careers-everything-you-need-to-know> (дата звернення: 03.10.2024).
 71. The Art of Political Persuasion. URL: <https://news.harvard.edu/gazette/story/2015/06/the-art-of-political-persuasion/> (дата звернення: 07.07.2024)
 72. The Art of Political Persuasion: Creating Speeches that Move the Masses. URL: <https://thedailyjournalist.com/the-reviewer/the-art-of-political-persuasion-creating-speeches-that-move-the-masses/> (дата звернення: 13.08.2024)
 73. The Art of Political Speechwriting: From a Former White House Speechwriter. URL:

- <https://news.northeastern.edu/2016/10/18/the-art-of-political-speechwriting-from-a-former-white-house-speechwriter/> (дата звернення: 22.09.2024)
74. The Impact of Digital Tools on Student Writing and How Writing is Taught in Schools. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2013/07/16/the-impact-of-digital-tools-on-student-writing-and-how-writing-is-taught-in-schools/> (дата звернення: 05.10.2024)
75. The Need for Oratory Skills in the Digital Age: A Phenomenological Approach to Teaching Speech Today. URL: https://www.academia.edu/82718877/The_Need_for_Oratory_Skills_in_the_Digital_Age_A_Phenomenological_Approach_to_Teaching_Speech_Today (дата звернення: 18.10.2024)
76. The New Media's Role in Politics. URL: <https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/the-new-media-s-role-in-politics/> (дата звернення: 27.10.2024)
77. The Write Move: Hiring a Speechwriter for Elevating Your Message. URL: <https://franticallyspeaking.com/the-write-move-hiring-a-speechwriter-for-elevating-your-message/> (дата звернення: 03.11.2024)
78. Theories of Rhetoric and Composition Pedagogy. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Theories_of_Rhetoric_and_Composition_Pedagogy (дата звернення: 10.07.2024)
79. Top 100 American Speeches. URL: https://highered.mheducation.com/sites/dl/free/007313564x/312066/top100_onlyrev.html (дата звернення: 19.08.2024)
80. Using Your Audience Analysis. URL: <https://open.library.okstate.edu/speech2713/chapter/5-4-using-your-audience-analysis-2/> (дата звернення: 02.09.2024)
81. What Are the 7 Elements of Public Speaking? URL: <https://aspireatlas.com/what-are-the-7-elements-of-public-speaking> (дата звернення: 15.09.2024)
82. What Was the Greatest Speech, Historical or Fictional, Ever Given? URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2013/10/what-was-the-greatest->

- speech-historical-or-fictional-ever-given/309466/ (дата звернення: 25.09.2024)
83. Winning Hearts and Minds: The Psychology Behind Effective Political Campaigns.
URL: <https://theschoolofpolitics.com/blog/winning-hearts-and-minds-the-psychology-behind-effective-political-campaigns/> (дата звернення: 10.10.2024)
84. Winston Churchill: We Shall Fight on the Beaches. URL:
<https://tikvahfund.org/collegiate-forum/winston-churchill-we-shall-fight-on-the-beaches/> (дата звернення: 02.11.2024)