УДК 81'42:659.4

СПИЧРАЙТИНГ В ЭПОХУ КОРОТКИХ ФОРМАТОВ: АДАПТАЦИЯ ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ ПОД СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

С.В. РЫЖЕНКОВА
(Представлено: канд. филол. наук, доц. Е. В. ЧЕПКАСОВ)

В статье исследуется трансформация спичрайтинга под влиянием коротких вертикальных видео (VK Клипы, YouTube Shorts). На материале 50 микровыступлений доказано, что формат 15–60 секунд формирует новый поликодовый жанр. Выявлены механизмы адаптации: замещение эксордия хуком, синтаксическая компрессия, диалогизация и синхронизация речи с динамическими субтитрами.

Традиционная модель спичрайтинга формировалась в расчете на институциональные площадки и протяженный хронометраж: парламентские дебаты, академические лекции, корпоративные отчеты и пресс-конференции предполагали последовательное, неспешное развертывание мысли [3, с. 138]. Оратор опирался на сформированную аудиторию, удерживаемую контекстом мероприятия и социальным этикетом.

Однако в первой половине 2020-х годов ключевым пространством публичной коммуникации стали алгоритмические платформы коротких вертикальных видео (VK Клипы, YouTube Shorts, видеосообщения в Telegram) [6, с. 206]. В этой среде действуют противоположные законы: пользователь непрерывно пролистывает контент, а время первичной оценки сообщения сократилось до двух-трех секунд [4, с. 208]. Если классическая речь строилась на постепенном подведении слушателя к выводам, то в социальных сетях любая задержка мысли оборачивается потерей адресата.

Возникает практическое и исследовательское противоречие: специалистам по связям с общественностью необходимо транслировать сложные экспертные или корпоративные смыслы, однако старый инструментарий риторики оказывается несовместим с логикой интерфейса смартфонов.

Цель настоящего исследования – выявить и описать механизмы структурной, лингвистической и коммуникативной адаптации публичной речи к условиям коротких форматов социальных сетей.

Мы выдвигаем гипотезу: *адаптация спичрайтинга под вертикальные видео представляет собой не примитивное сокращение готового текста, а выработку специфической жанровой формы, в которой смысловая нагрузка распределяется между сжатым устным словом, визуальным видеорядом и экранным текстом.*

Теоретический фундамент работы объединяет концепции теории коммуникации, медиалингвистики и риторики:

– **Медиадетерминизм и фрагментарность восприятия.** Согласно фундаментальному тезису М. Маклюэна, канал коммуникации неизбежно трансформирует само передаваемое сообщение («the medium is the message») [7, с. 18]. Техническое устройство вертикальной ленты сформировало условия для закрепления мозаичной культуры [8, с. 52] и клипового мышления [1, с. 88; 10, с. 3]. Потребитель информации оперирует не связными логическими цепями, а дискретными визуально-смысловыми образами, что требует от спичрайтера предельной концентрации тезисов.

– **Сетевая трансформация языка.** Исследуя функционирование языка в цифровой среде, Д. Кристал доказал, что интернет порождает смешанные устно-письменные формы, где спонтанность разговорной речи соединяется с продуманной драматургией письменного текста [11, с. 104].

– **Поликодовый характер высказывания.** В координатах связей с общественностью спичрайтинг традиционно выступает прикладной дисциплиной [3, с. 140]. В пространстве же видеоконтента устная речь функционирует как элемент поликодового продукта, в котором вербальные, визуальные и графические коды образуют неделимое смысловое единство [5, с. 39].

Эмпирическую базу исследования составил корпус из 50 публичных микровыступлений спикеров брендов, экспертов и общественных деятелей, опубликованных в сервисах VK Клипы и Telegram в период 2024–2026 годов.

Критерии отбора материала:

1. Выступление преследует экспертную, презентационную или просветительскую цель (развлекательный скетч-контент исключался);
2. Хронометраж ролика составляет от 15 до 60 секунд;
3. В кадре присутствует говорящий спикер (монологическая форма высказывания).

В работе использованы методы сравнительно-сопоставительного риторического анализа (сопоставление античного канона и интернет-текста), компонентного синтаксического анализа и дискурсивной интерпретации медиатекста.

Результаты исследования и их обсуждение

1. Архитектоника микроречи: от античного эксордия к алгоритмическому «хуку»

Классический канон ораторского искусства предписывает строгую композиционную последовательность:

вступительная часть (exordium) → изложение сути (narratio) → аргументация (argumentatio) → опровержение доводов оппонентов (refutatio) → заключение (peroratio).

В условиях короткого видео эта схема разрушается. Фаза вступления, которая традиционно отводилась под приветствие аудитории, комплименты слушателям и обозначение контекста, в цифровой среде становится коммуникативным препятствием. Попытка начать ролик с этикетных фраз («Здравствуйте, уважаемые зрители», «Меня зовут... и сегодня мы поговорим о...») приводит к переключению внимания на следующий контент [2, с. 214].

Вместо постепенного зачина спичрайтеры используют «хук» (hook) – ударную фразу первых 2–4 секунд хронометража, формулирующую интригу или прямую пользу для адресата. В исследованном материале выделились три основные модели построения хука:

1. Проблемный триггер-вопрос («Почему ваши сотрудники увольняются после первого месяца работы?»);
2. Парадоксальное опровержение устоявшегося стереотипа («Большинство советов по личным финансам делают вас только беднее»);
3. Обещание концентрированного решения с фиксацией времени («Три правила кризисного PR, которые спасут бренд за 30 секунд»).

Таблица 1. – Сравнительная композиционная структура классической речи и микровыступления в социальных сетях

Композиционный блок	Классическая публичная речь	Микроречь в коротком видео (Reels / Клипы)	Характер трансформации
Зачин (Вступление)	Эксордий: приветствие, установление контакта, плавный ввод в тему (10–15% хронометража)	Алгоритмический хук: проблемный вопрос, парадокс, обещание прикладной пользы (первые 2–4 секунды)	Полное устранение церемониального этикета; вынесение главного тезиса в самое начало
Основная часть	Нарратив, цепочка из 3–5 взаимосвязанных аргументов, примеры и антитезисы (70–80% времени)	Одно утверждение + один наглядный факт/кейс без подробной доказательной базы (15–40 секунд)	Редукция сложности: от развернутой системы доказательств к правилу «один ролик – одна мысль»
Финал (Заключение)	Перорация: подведение итогов, эмоциональный призыв, слова благодарности	Call to Action (CTA): четкое указание целевого действия («сохраните», «пишите в комментарии»)	Замещение резюмирующей части прагматическим действием для стимуляции вовлеченности аудитории

2. Синтаксическая компрессия и стилистика «новой искренности»

Синтаксический анализ текстов показал, что устная речь в вертикальном формате подвергается заметной перестройке, подтверждая наблюдения исследователей о динамизации медиатекста в клипах [9, с. 191].

Спичрайтеры отказываются от развернутых гипотаксических конструкций – сложноподчиненных предложений с несколькими придаточными частями, причастных и деепричастных оборотов, а также пассивных конструкций. Текст оптимизируется под устное восприятие через следующие приемы:

– **Парцелляция и эллипсис:** искусственное дробление высказывания на короткие синтаксические звенья. Пример: «Кризис начался. Реакции нет. Вы теряете клиентов. Вот что нужно сделать прямо сейчас». Каждая фраза воспринимается как отдельный ритмический шаг, совпадающий с динамикой монтажа.

– **Глагольная насыщенность:** минимизация отглагольных существительных («осуществление контроля», «проведение оптимизации») и замена их личными глагольными формами и инфинитивами («контролируйте», «сокращайте», «проверьте»).

– **Псевдодиалог и снижение дистанции:** смена регистра общения с институционального на доверительный [2, с. 216]. Оратор взаимодействует не с обезличенной массовой аудиторией, а обращается лично к конкретному человеку через экран смартфона. Для этого спичрайтер насыщает монолог обращениями на «ты», риторическими вопросами без ожидания ответа и диалогическими частицами («ведь», «же»), моделируя непринужденный разговор на равных.

3. Поликодовая синхронизация и текст под беззвучный просмотр

Существенная специфика потребления коротких видео заключается в том, что значительная доля аудитории просматривает ленту без включения звука – в общественных местах, транспорте или в рабочее время [4, с. 210; 6, с. 212]. Это ставит перед спичрайтингом уникальную задачу: сценарий должен не просто легко проговариваться спикером, но и быть рассчитан на параллельное чтение с экрана.

В практике создания вертикальных видео складывается двухуровневая система адаптации текста:

1. Синхронизация речи с динамическими субтитрами. Текст пишется с учетом скорости визуального восприятия зрителя. Спичрайтер избегает редких терминов и громоздких слов, чтение которых создает паузу в восприятии. Длина речевых фраз заранее разбивается на смысловые отрезки по две-три лексемы на экранную плашку.

2. Перенос описательных функций в видеоряд. Если в традиционном докладе оратор вынужден подробно формулировать контекст словами («В качестве примера рассмотрим показатели компании...»), то в видеоролике эту функцию берет на себя визуальный ряд: плашка с графиком, скриншот или фоновое видео [5, с. 42]. Текст освобождается от описательности и концентрируется исключительно на оценке и выводах.

Заключение. Проведенное исследование позволяет сформулировать следующие выводы:

1. Формирование нового жанра. Спичрайтинг для коротких видеоформатов представляет собой не сокращенный вариант традиционной ораторской речи, а самостоятельный прикладной жанр цифровой риторики. Он подчиняется жестким ограничениям хронометража и законам алгоритмического распределения внимания.

2. Композиционный сдвиг. Традиционный этикетный эксордий полностью вытеснен алгоритмическим хуком первых секунд. Структура монолога строится по формуле «проблемный зачин → концентрированный тезис с иллюстрацией → призыв к действию».

3. Лингвистическая редукция. Синтаксис коротких речей опирается на парцелляцию, отказ от усложненных оборотов и глагольную динамику. Институциональная дистанция уступает место доверительному псевдодиалогу «один на один».

4. Поликодовая взаимозависимость. Текст сценария больше не существует изолированно: он изначально проектируется под синхронное визуальное считывание через динамические субтитры и делегирует часть описательных задач видеоряду.

5. Прикладное значение для связей с общественностью. В современной практике PR спичрайтинг дополняется навыком контентного реперпозинга (repurposing). Ключевой задачей специалиста становится способность деконструировать масштабные программные выступления базового спикера на серию автономных, семантически завершенных микровысказываний, ориентированных на органическое продвижение в алгоритмических медиа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гиренок, Ф.И. Клиповое сознание / Ф.И. Гиренок. – М.: Проспект, 2016. – 256 с.
2. Гончарова, М.А. Классификация и прагмалингвистические характеристики жанра короткого вертикального видео в немецкоязычном образовательном дискурсе / М.А. Гончарова // Вестник Самарского ун-та. История, педагогика, филология. – 2025. – Т. 31, № 1. – С. 211–221.
3. Земская, Ю.Н. Спичрайтинг и копирайтинг: филология на службе у интегрированных маркетинговых коммуникаций / Ю.Н. Земская, Е.А. Кузнецова // Филология и человек. – 2014. – № 4. – С. 137–143.
4. Зорина, М.В. Особенности потребления контента в эпоху нейросетей и клипового мышления / М.В. Зорина // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2025. – № 7-2(106). – С. 207–211.
5. Киуру, К.В. Поликодовый коммуникационный продукт: проблемы терминологии / К.В. Киуру, А.Д. Кривоносов // Коммуникативные исследования. – 2018. – № 3(17). – С. 37–46.
6. Кисляк, А.А. Короткое видео на российских платформах: трансформация телевизионного контента в VK Видео, Яндекс Видео и RuTube / А.А. Кисляк // Litera. – 2025. – № 6. – С. 205–216.
7. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева. – М.: Кучково поле, 2018. – 464 с.
8. Моль, А. Социодинамика культуры / А. Моль; пер. с фр. – 3-е изд. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 416 с.
9. Распопов, А.А. Синтаксическая трансформация медиатекстов в вертикальных клипах российских СМИ / А.А. Распопов, С.С. Хромов // Вестник Нижегородского ун-та им. Н.И. Лобачевского. – 2025. – № 3. – С. 189–196.
10. Семеновских, Т.В. Феномен «клипового мышления» в образовательной вузовской среде / Т.В. Семеновских // Науковедение: интернет-журн. – 2014. – № 5(24). – С. 1–10.
11. Crystal, D. Language and the Internet / D. Crystal. – 2nd ed. – Cambridge: Cambridge University Press, 2006. – 334 p.