УДК 808.51:32

**© А. В. Литвин, к.іст.н., доцент,
КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, Україна**

СПІЧРАЙТИНГ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ПОЛІТКОНСАЛТИНГУ

У статті здійснено спробу окреслити питання, пов'язані з технологією підготовки політичної промови — спічрайтингом, оскільки публічні виступи є обов'язковою частиною суспільного комунікаційного процесу і спрямовані на формування громадської думки. Виявлено функції, які має виконувати спічрайтер, взаємодіючи з клієнтом-політиком. Для кращого розкриття проблеми розглянуто поняття «спічрайтинг», «спічрайтер» та виявлено відмінність політичного спічрайтингу від ділового. Зауважено, що спічрайтер, готуючи текст промови, має враховувати чотири основні завдання PR-комунікації. Перераховано навички, якими має оволодіти спічрайтер для здійснення успішної професійної діяльності.

Ключові слова: політичний спічрайтинг; спічрайтингові технології; спічрайтер; політичний консалтинг; політконсультант.

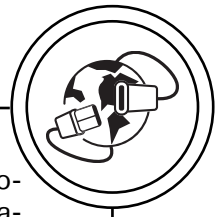
Постановка проблеми

У багатьох країнах світу послуги для політиків, державних діячів у вигляді порад, рекомендацій, досліджень, що їх надають консультанти з різних напрямів діяльності, вже мають значну історію, традиції. Зокрема, більше століття такі фахівці працюють у політичному середовищі держав Західної Європи та США, що й призвело до виникнення широкого спектру методів і підходів, якими щораз користуються навіть сучасні політконсультанти.

Оскільки сфера діяльності політичного консалтингу не була окреслена в Україні певний час, то й функції політконсультантів повністю або частково виконували люди, котрі за своїми обов'язками були наближені до політика, це — прес-секретарі, журналісти, радники, знайомі або навіть члени родини. Але зміни у масовій комунікації почали вимагати більш професійного підходу до політичного процесу, зокрема виникла потреба у фахівцях, які б здійснювали свою діяльність не інтуїтивно, а базуючись на теоретико-прикладних знаннях, попередньому успішному власному досвіді у цій галузі. Саме тому виникла потреба у таких фахівцях як іміджмейкери, спічрайтери, копірайтери, політичні психологи тощо. І від їхнього професійного рівня та вміння працювати у команді залежить успішність переважної більшості політичних кампаній.

© 2017 р.

ISSN 2077-7264.— Технологія і техніка друкарства.— 2017.— № 4(58)



Аналіз попередніх досліджень

Серед українських науковців до проблем політичної комунікації, зокрема й підготовки текстів для публічних осіб, зверталися О. Ісайкіна, Л. Кочубей, В. Петренко, Г. Почепцов, О. Шевченко, О. Шавадова, А. Яковець та інші фахівці, які працюють у практичному політико-професійному середовищі, зокрема А. Біденко, Д. Лубківський, В. Маргалик, О. Медведєв, О. Покальчук, Ю. Рубан, В. Чепінога та інші. Оскільки частина нашої історії тісно переплітається з історичним минулим Російської Федерації, ми не можемо лишити поза увагою доробки російських фахівців у цій галузі В. Александрова, Н. Гуманькова, А. Колеснікова, П. Кузнецова, Г. Тульчинського. Зарубіжні джерела також становлять для нас неабиякий інтерес, оскільки вони здебільшого базуються на спогадах фахівців-практиків, котрі застосовували спічрайтингові технології, зокрема Р. Ейлса, Ф. Лунца, П. Нунена, Д. Хьюмса.

Мета роботи

Окреслити питання, пов'язані з технологією політичного консалтингу — спічрайтингом; виявити аспекти професійної комунікації спічрайтера та політика-клієнта.

Щодня ми опиняємось в ситуації, що вимагає від нас певних комунікаційних навичок, адже це є передумовою успішної професійної діяльності. Соціальна комунікація зразка початку XXI ст. передбачає вміння грамотно подавати та приймати інформацію. Публічні виступи є обов'язковою частиною комунікаційного процесу, що спрямований формувати громадську думку, а в багатьох випадках — навіть докорінно її змінювати. Це можуть бути великі аудиторії й зовсім вузьке коло слухачів, заздалегідь підготовлені виступи чи імпровізаційні промови, це можуть бути політичні майданчики, а можуть — звичайні тости під час корпоративного заходу, родинного свята. Підготовкою таких виступів спікер може займатись як сам, так і може вдаватися до послуг консультантів — спічрайтерів.

Спостерігаючи за будь-яким політиком, ми майже ніколи не замислюємося над тим, чи особисто він підготував цей текст виступу, чи за його рядками, думками, висловами стоїть задум іншої людини. У більшості випадків ми сприймаємо промову несвідомо, оцінюючи її емоційно: «цікаво–нецікаво», «хотілося–не хотілося слухати» тощо.

Результати проведених досліджень

Аналіз публічних виступів політичних діячів різних країн свідчить, що у багатьох випадках спікер лише озвучує підготовлений спічрайтером текст, навіть не вносячи до нього правок. Відомі світові політики вміли мотивувати, активізувати та згуртовувати свою націю за складних історичних часів силою слова: «Нова свобода» Вудро Вільсона, «Новий курс» Франкліна Рузвельта, «Добробут для всіх» Людвіга Ерхарда, «Нові рубежі» Джона Кеннеді, «Велике суспільство» Ліндона Джонсона. У більшості випадків ці мотивувальні вислови належать їхнім спічрайтерам [1].

ISSN 2077-7264.— Технологія і техніка друкарства.— 2017.— № 4(58)

ISSN 2077-7264.— Технологія і техніка друкарства.— 2017.— № 4(58)

Виступ політика — це добре спланована подія, яка вимагає довготривалої й ретельної підготовки з боку команди фахівців. Це доволі складний процес, оскільки здебільшого політичні спікери під час виступу мають не просто інформувати громадськість стосовно певного аспекту суспільного життя, а й уміти завоювати її прихильність, щоб переконати зайняти ту чи іншу позицію.

А. Маліна звертає увагу на те, що промова політика (за незначними винятками) оперує символами, а її успіх зумовлюється тим, наскільки ці символи співзвучні з масовою свідомістю: політик повинен вміти торкнутися потрібної струни в цій свідомості; висловлювання політика мають укладатися у «всесвіт» думок і оцінок його адресатів, «споживачів» політичного дискурсу [2].

Тож з огляду на зазначену тему, насамперед маємо розібратися в тому, що представляють такі поняття як «спічрайтинг», «спічрайтер». Це дещо новомодне у суспільних і політичних комунікаціях, чи цей напрям існував раніше й має історичні передумови?

А. Кривоносов визначає спічрайтинг як «специфічну PR-технологію, яка представлена у вигляді підготовки та написання PR-тексту, призначеного для усного виконання, а також консалтинг будь-якої особи з організації публічного виступу та його виконання» [3].

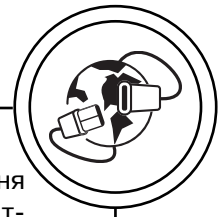
Отже, спічрайтинг — специфічна технологія підготовки та написання тексту, призначеного для усного публічного виступу керівника, політичного діяча. До спічрайтингу також зараховують і консультування промовця з організацією публічного виступу.

Спічрайтер (від англ. speech — мова, промова і англ. write — писати) — рід занять людини, що готує доповіді та промови для посадовців, бізнесменів, публічних людей [4].

Спічрайтер або команда спічрайтерів, окрім самої промови, мають підготувати для політика список можливих запитань і варіанти відповідей на них. Якщо підготовка спікера до зустрічі з громадськістю здійснюється професійно, то у більшості випадків він знає, як краще відповідати на досить гострі й складні запитання, що можуть виникати під час виступу.

Зазвичай спічрайтинг поділяють на політичний і діловий (комерційний). Політичний спічрайтинг включає написання промов для лідерів політичних партій та організацій. Для його здійснення дуже важливим є добір і ретельний аналіз даних з теми промови. До того ж спічрайтеру слід врахувати безліч чинників, а саме: до кого спікер буде звертатись, де проходитиме захід, чому він присвячений і коли буде відбуватися. Текст промови має бути максимально наближеним до рівня слухачів, коли усі слова зрозумілі, а пропозиції лаконічні.

Діловий (комерційний) спічрайтинг призначений для керівників, які мають виголошувати промови перед членами колективу, інвесторами, партнерами, клієнтами з нагоди корпоративних заходів, відкриття або закриття компанії, вручення нагород, вирішення кризових ситуацій тощо.



Існує думка, що політичний спічрайтинг має менший попит, і передусім це зумовлено скороченням виборчих кампаній, що проводяться в Україні [5]. Він пов'язаний з наданням послуг як для фізичних осіб з політичної сфери, так і для суспільно-політичних груп і організацій, які прагнуть через механізми іміджування створити свій конкретний образ.

Але аналіз останніх політичних та комерційних комунікаційних процесів у нашому суспільстві свідчить про те, що якраз політики найчастіше й звертаються до послуг спічрайтерів, тоді як керівники організацій не завжди усвідомлюють важливість професійних підходів до підготовки публічних промов. І тому кількість людей, які спеціалізуються на написанні політичних текстів постійно збільшується.

Перерахуємо навички, які вельми бажано мати спічрайтеру-початківцю для того, щоб його професійна діяльність була успішною:

— освіченість, високий рівень мовної компетентності й комунікативної культури;

— навички роботи з текстами, гарна ерудиція й загальна культура;

— моральна гнучкість, широкий кругозір й моральність;

— соціальна активність й особистісна відповідальність;

— лояльне ставлення до замовника-спікера, який буде виголошувати текст;

— нестандартний підхід, креативне мислення під час рішення непростих завдань;

— гарна витримка, терпіння й динамічне мислення для миттєвої реакції на зауваження замовника [6].

Турбуючись про підготовку політика до виступу, спічрайтер обов'язково має враховувати особливості його невербальної комунікації, вміти її аналізувати та коректувати, оскільки якість виступу залежить як від підготовленого тексту, так і від уміння спікера його озвучувати.

Також спічрайтер, готуючи текст промови, має враховувати чотири основні завдання PR-комунікації, на яких наголошував ще С. Катліп [7]. До першого завдання належить потреба привернути увагу цільової громадськості, другим завданням є стимулювання інтересу до змісту повідомлення. Третє завдання — сформувати у слухачів потребу й наміри діяти згідно з цим повідомленням. І четверте — спрямовувати дію тих, хто вже поводить себе відповідно до цього повідомлення. Під час виконання окреслених завдань спічрайтер обов'язково повинен застосовувати психологічні знання, зокрема враховувати психічні процеси, стани, індивідуальні та інші особливості тих представників груп громадськості, з якими буде взаємодіяти політик.

За даними досліджень, 7 % успіху політика залежить від того, що він говорить, 55 % від враження, яке він справляє [8]. Слова, манери, тональність виступу, образний ряд, емоційне забарвлення, орфоепія, одяг — усі ці компоненти визначають імідж політика. Тому під час його формування дуже важливо враховувати особливості вербальної та невербальної комунікації клієнта

ISSN 2077-7264.— Технологія і техніка друкарства.— 2017.— № 4(58)

ISSN 2077-7264.— Технологія і техніка друкарства.— 2017.— № 4(58)

і на основі цього готувати його до публічних виступів та різних видів політичних промов. Саме ці функції виконує спічрайтер під час політичного консультування.

Г. Почепцов, аналізуючи роль спічрайтерів у політичній комунікації, виокремлює причини, через які їхня роль оцінюється аж так високо, що деякі з них підіймаються ієрархічними сходами до рівня заступників голови адміністрації, як це відбувається, зокрема, у США. Цими причинами є:

— завищений статус промовця, який виступає з текстом, до якого спічрайтери причетні;

— завищена увага до цих слів, які часто стають подією;

— завищений рівень виконання цього вербального завдання, до якого долучається багато людей, окрім спічрайтерів і самого промовця [9].

Висновки

Отже, для підготовки політика до роботи з масовою аудиторією мають працювати фахівці різних галузей діяльності. І особливо важливо, щоб вони відпрацьовували не лише зовнішні прояви іміджу клієнта, так званий габітарний імідж, а й усі аспекти його особистості. Значне місце серед таких фахівців займають спічрайтери, від яких залежить якість публічного виступу політика. Для цього їм необхідно володіти певним комплексом знань, уміти їх систематизувати і згодом вдало використовувати під час підготовки тексту політичної промови та консультування політика-клієнта. І все це спічрайтер має співвідносити з його можливостями та індивідуальними особливостями.

Список використаної літератури

1. Колесников А. Спичрайтеры: Хроника профессии, сочинявшей и изменявшей мир / А. Колесников. М.: АСТ: АСТ Москва: ХРАНИТЕЛЬ, 2007. 318 с.

2. Малина А. Д. Политическая риторика: лингвистические стратегии аргументированного дискурса в современном английском языке [Электронный ресурс] / А. Д. Малина / III Общероссийская студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум» 15–20 февраля 2011 года. Режим доступа: https://www.rae.ru/forum2011/18/1582.

3. Кривоносов А. Д. Основы спичрайтинга: учеб. пособие / А. Д. Кривоносов. СПб.: Лаборатория оперативной печати факультета журналистики СПбГУ, 2003. 56 с.

4. Спічрайтер [Електронний ресурс] // Вікіпедія. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Спічрайтер.

5. Політичний спічрайтинг [Електронний ресурс] // Вікіпедія. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Політичний_спічрайтинг.

6. Немного про технологию спичрайтинга [Электронный ресурс] // Территория текстового контента. Режим доступа: http://txtwww.ru/2016/08/11/technology-speechwriting/.

7. Литвин А. В. Особливості підготовки текстів у процесі PR-діяльності / А. В. Литвин // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української Держави: зб. наук. праць ін-ту соціальної та політичної психології. Київ, 2011. С. 201–208.

8. Горбатенко В. П. Прикладна політологія: навч. посіб. [Електронний ресурс] / В. П. Горбатенко. Режим доступу: http://kornienko.vk.vntu.edu.ua/file/dabf79782b3be43fd20a6693f491c279.pdf.

9. Почепцов Г. Спічрайтер і його робота [Електронний ресурс] / Г. Почепцов // MediaSapiens. Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/spichrayter_i_yogo_robota.

References

1. Kolesnikov, A. (2007). *Spichritery: chronica profesii, sochinyavshei I izmenyavshei mir*. Moscow: AST Khranitel', 318 p. [in Russian].

2. Malina, A. D. (2011). Politicheskaya ritorika: lingvisticheskie strategii argumentirovannogo diskursa v sovremennom angliyskom yazyke. III *Obshcherossiyskaya studencheskaya elektronnaya nauchnaya konferentsiya 'Studencheskiy nauchnyy forum'*. Retrieved from https://www.rae.ru/forum2011/18/1582 [in Russian].

3. Krivonosov, A. D. (2003). *Osnovy spichraytinga*. Sankt-Peterburg: Laboratoriya operativnoy pechati fakul'teta zhurnalistiki SPbGU, 56 p. [in Russian].

4. Spichrayter. *Vikipediya*. Retrieved from https://uk.wikipedia.org/wiki/Спічрайтер [in Russian].

5. Politychnyi spichraitynh. *Vikipediia*. Retrieved from https://uk.wikipedia.org/wiki/Політичний_спічрайтинг [in Ukrainian].

6. Nemnogo pro tekhnologiyu spichraytinga. *Territoriya tekstovogo kontenta*. Retrieved from http://txtwww.ru/2016/08/11/technology-speechwriting/ [in Russian].

7. Lytvyn, A. V. (2011). Osoblyvosti pidhotovky tekstiv u protsesi PR-diialnosti. *Journal of Problemy politychnoi psykholohii ta yii rol u stanovlenni hromadianyna Ukrainskoi Derzhavy*, 201–208. Kyiv [in Ukrainian].

8. Horbatenko, V. P. *Prykladna politolohiia*. Retrieved from http://kornienko.vk.vntu.edu.ua/file/dabf79782b3be43fd20a6693f491c279.pdf [in Ukrainian].

9. Pocheptsov, H. Spichraiter i yoho robota. *Journal of MediaSapiens*. Retrieved from http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/spichrayter_i_yogo_robota [in Ukrainian].

В статье предпринята попытка очертить вопросы, связанные с технологией подготовки политической речи — спичрайтингом, поскольку публичные выступления являются обязательной частью коммуникационного процесса и направлены на формирование общественного мнения. Выявлены функции, которые должен выполнять спичрайтер, взаимодействуя с клиентом-политиком. Для лучшего раскрытия проблемы рассмотрены понятия «спичрайтинг», «спичрайтер» и выявлено различие политического спичрайтинга от делового. Замечено, что спичрайтер, готовя текст речи, должен учитывать четыре основные задачи PR-коммуникации. Перечислены навыки, которыми должен овладеть спичрайтер для осуществления успешной профессиональной деятельности.

ISSN 2077-7264.— Технологія і техніка друкарства.— 2017.— № 4(58)

Ключевые слова: политический спичрайтинг; технологии спичрайтинга; спичрайтер; политический консалтинг; политконсультант.

The aim of this article is to outline the issues related to the technologies used for drafting a political speech — speechwriting. The reason for this process is that public appearance is an integrated part of communication processes and aimed at forming a public opinion. We managed to identify the functions which a speechwriter has to provide when working with a client who is a politician.

Keywords: political speechwriting; technologies in speechwriting; speechwriter; political consulting; political consultant.

Рецензент — Н. М. Фіголь, к.філол.н., доцент, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Надійшла до редакції 19.01.18