

УДК 808.51:32

СПІЧРАЙТИНГ ЯК БАЗОВА ТЕХНОЛОГІЯ ПОЛІТИЧНОГО ПІАРУ

Ісайкіна О. Д.

Публікація присвячена дослідженню спічрайтингу як базової технології політичного піару в Україні та світі.

Сучасний світ став більш динамічним і мінливим, що в свою чергу вимагає змін від політичних лідерів. Політики XXI століття змушені мати налагоджену комунікацію з різноманітною аудиторією виборців, бути більш публічними через виступи та звернення. Сьогодні написання текстів виступів, презентацій, доповідей це, здебільшого, професійний обов'язок особливого розряду фахівців – спічрайтерів.

Спічрайтер – різновид піарника. У залежності від масштабів поля діяльності він може займатися як винятково написанням текстів політичних виступів, так і виконанням іншої PR-роботи. Проте, останнім часом намітилася тенденція до відокремлення спічрайтингу від PR, зріс попит на спічрайтерів-професіоналів.

Відмінною рисою політичного спічрайтингу є його постійність. Якщо бізнесові, громадські та інші організації і компанії можуть використовувати послуги спічрайтера епізодично – у разі необхідності створити фахову комунікацію, то політичні лідери практикують наймати спічрайтерів у штат працівників свого апарату.

Спічрайтер одночасно і психолог, і актор, і літератор, і політолог, при цьому він завжди в тіні, чим він непомітніший для громадськості, тим краще складається його кар'єра.

Найбільш поширена схема діяльності спічрайтера полягає в послідовному виконанні наступних етапів: 1) підготовка; 2) інтерв'ювання; 3) дослідження; 4) організація і написання промови. Крім того, він повинен володіти фаховими знаннями і навичками, які забезпечать професійне виконання поставленого перед ним завдання.

Таким чином, основна мета політичного спічрайтера сьогодні – передати думки політика максимально цікаво для електорату, допомогти політичним лідерам правильно спілкуватися зі своєю аудиторією, знаходити з нею спільну мову і розташовувати до себе, оскільки від цього залежить їх позитивний імідж.

Ключові слова: *спічрайтер, спічрайтерство, PR-фахівець, промова, політичний піар.*

СПИЧРАЙТИНГ КАК БАЗОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПИАРА

Исайкина Е. Д.

Публикация посвящена исследованию спичрайтинга как базовой технологии политического пиара в Украине и мире.

Современный мир стал более динамичным и переменчивым, что определенно требует изменений от политических лидеров. Политики XXI века вынуждены иметь эффективную коммуникацию с разнообразной аудиторией избирателей, быть более публичными в выступлениях и обращениях. Сегодня написание текстов выступлений, презентаций, докладов это, по большей части, профессиональный долг особенного разряда специалистов – спичрайтеров.

Спичрайтер – разновидность пиарщика. В зависимости от масштабов поля деятельности он может заниматься как исключительно написанием текстов политических выступлений, так и выполнением другой PR-работы. Однако, в последнее время наметилась тенденция к отделению спичрайтинга от PR, вырос спрос на спичрайтеров-профессионалов.

Отличительной чертой политического спичрайтинга является его постоянство. Если бизнес, общественные и другие организации и компании могут использовать услуги спичрайтера эпизодически – в случае необходимости создать профессиональную коммуникацию, то политические лидеры практикуют нанимать спичрайтеров в штат работников своего аппарата.

Спичрайтер одновременно и психолог, и актер, и литератор, и политолог, при этом он всегда в тени, чем он более незаметен для общественности, тем лучше складывается его карьера.

Наиболее распространенная схема деятельности спичрайтера заключается в последовательном выполнении следующих этапов: 1) подготовка; 2) интервьюирование; 3) исследование; 4) организация и написание речи. Кроме того, он должен владеть профессиональными знаниями и навыками, которые обеспечат профессиональное выполнение поставленного перед ним задания.

Таким образом, основная цель политического спичрайтера современности – передать мнение политика максимально интересно для электората, помочь политическим лидерам правильно общаться со своей аудиторией, находить с ней общий язык и располагать к себе, поскольку от этого зависит их позитивный имидж.

Ключевые слова: *спичрайтер, спичрайтерство, PR-специалист, речь, политический пиар.*

SPEECHWRITING AS A BASIC TECHNOLOGY OF POLITICAL LAYER

Isaikina O. D.

The article is devoted to the research of the speechwriting as a basic technology of political PR in Ukraine and in the world.

The modern world became more dynamic and changeable, that demands changes from political leaders. Politicians of the XXI century must have established communication with different audience of electorate, be more public through appearances and appeals. Today the writing of appearances' texts, presentations, reports is mainly a professional duty of a class of specialists, called speechwriters.

Speechwriter is a class of PR-specialists. Depending on the scale of the activity, he can as only write texts of political appearances, or do any other PR-work. However, in the last time the tendency to divide speechwriting from PR is outlined, the demand for speechwriter-professionals has increased. The distinctive feature of political speechwriting is its stability. When business, public and other organizations and companies use the speechwriter's service episodically – for creating professional communication, political leaders have speechwriters in the state of their staffs.

Speechwriter is simultaneously psychologist, an actor, litterateur, political scientist and at the same time he is always in the shade, the less noticed he is, the better career he has.

The most common scheme of speechwriter's activity is to successively carry out next steps: 1) preparation; 2) interviewing; 3) research; 4) organization and writing of speeches. Besides, he must possess professional knowledges and skills, which provide a professional performance of given tasks.

That is why the main purpose of political speechwriter is to transmit politician's thoughts more interesting for electorate, to help political leaders communicate right with their audience, find common language, prepossess, since their positive image depends on it.

Key words: *speechwriter; speechwriting, PR-specialist, speech, political PR.*

Постановка проблеми. Спічрайтерство, на сьогодні, передусім є найважливішим засобом комунікації і вираження думки. У сучасній політичній системі спічрайтерство – це основна зброя політичного діяча, своєрідний засіб впливу на свідомість людей. Саме тому, вивченню цієї технології політичного піару

слід приділяти більше уваги, детальніше досліджувати як з метою виявлення особливостей складання промови, так і з метою інформованості про прийоми спічрайтерства і захисту свідомості слухача.

Аналіз досліджень і публікацій. Аналізу зазначеної проблеми присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних учених. Зокрема, заслуговують на увагу дослідження Г. Почепцова, А. Кривоносова, А. Колеснікова, Н. Гоманькова, Е. Калиновського, В. Кулябиної та ін.

Метою публікації є дослідження спічрайтингу як базової технології політичного піару в Україні та світі.

Виклад основного матеріалу. XXI століття ознаменувалося розвитком і формуванням нового комунікаційного середовища, коли інформаційні потоки поступово стають важелями управління суспільними процесами. Світ став більш динамічним і мінливим, що в свою чергу вимагає змін від політичних лідерів. Сучасні політики змушені мати налагоджену комунікацію з різноманітною аудиторією виборців, бути більш публічними через виступи та звернення. Сьогодні написання текстів виступів, презентацій, доповідей це, здебільшого, професійний обов'язок особливого розряду фахівців – спічрайтерів.

Спічрайтер (від англ. *speech* – мова, промова і англ. *write* – писати) – рід занять людини, яка готує доповіді та промови для посадовців, бізнесменів, публічних людей [1]. Спічрайтинг можна розглядати і як процес створення тексту, який готується для публічного проголошення або виступу перед аудиторією.

Тобто спічрайтинг – це особлива PR-технологія, консалтинг тієї чи іншої особи з питань організації публічного виступу, а також створення текстів для цього виступу.

Багато політиків і громадських діячів не користуються послугами спічрайтерів у прямому розумінні, але можуть використовувати їх працю для пошуку фактів з того чи іншого напрямку, наприклад, відомий американський президент Джон Кеннеді не мав попередньо написаних промов взагалі. Його спічрайтери допомагали йому в підборі тих чи інших історичних або статистичних матеріалів з потрібної проблеми, з яких він робив собі тезові записи, які в свою чергу були основою його «імпровізованих» виступів.

Спічрайтери, на відміну від копірайтерів, створюють аналітичні матеріали, розраховані не для конкретного рекламування або PR-просування, а для роботи з аудиторією, популяризації теми, пояснення тих чи інших фактів і подій перед великою кількістю людей. Вони повинні тонко відчувати як аудиторію, так і спікера, який буде виголошувати створений текст.

Професія спічрайтера бере свій початок у Стародавній Греції, в ті часи вона мала назву «логограф». Логографи писали тексти підсудним, які, в переважній більшості, не володіли майстерністю оратора, проте змушені були самостійно захистити себе від звинувачення в суді. Основною вимогою до промови був переконливий текст, який звинувачений, за певного темпу вимови, повинен був виголосити так, щоб присяжні повірили йому і виправдали.

Проте навіть стародавні часи вимагали від політики комунікативності, політичного дискурсу, володіння мовою, мистецтвом мислення і публічного виступу. На запит часу відгукнулися софісти – спічрайтери, іміджмейкери і репетитори Стародавньої Греції, які навчали інтелектуальним і ораторським технікам політиків. Через приватні уроки, навчальні курси та публічні лекції, які служили рекламою їхнього бізнесу.

Як самостійна технологія політичного консультування спічрайтинг сформувався в ХХ столітті, проте ця професія поки ще не є абсолютно самостійною. Як правило, дослідники включають її в сферу зв'язків з громадськістю (PR). Тобто спічрайтер – різновид піарника. У залежності від масштабів поля діяльності він може займатися як виключно написанням текстів виступів, так і виконанням іншої PR-роботи.

Останнім часом намітилася тенденція до відокремлення спічрайтингу від PR, тому і попит на спічрайтерів зріс. Однак це зовсім не означає, що спічрайтери тепер можуть обійтися меншим багажем знань і умінь, ніж раніше. Навпаки, вимоги до них підвищилися, а попит зріс саме на професіоналів.

Професійний PR-фахівець повинен прагнути до того, щоб зробити спікера упевненим в собі і своїх силах оратором. Спічрайтер повинен зосереджуватися швидше не на вигаданих

цікавих метафорах, а на глибокому аналізі даних для виявлення цікавих тенденцій і можливого прогнозування ситуації. Саме аналітика і глибоке розуміння процесів роблять спічрайтера незамінним у будь-якій організації. Крім того, йому необхідно бути досвідченим користувачем персонального комп'ютера, володіти такими особистими якостями як і комунікабельність, стресостійкість та вміння працювати в команді.

Спічрайтер одночасно і психолог, і актор, і літератор, і політолог, при цьому він завжди в тіні, чим він непомітніший для громадськості, тим краще складається його кар'єра. «Якщо на екрані мого комп'ютера з'являється слово «я», я маю на увазі кого завгодно, тільки не себе», – стверджував лідер спічрайтерів США Уільям Новак, що писав тексти виступів для Лі Якокка, Ненсі Рейган і багатьох інших політиків Білого дому. Спічрайтери, що ігнорують «правило Новака», – не примушувати людину бути іншою, а доповнювати її особистість яскравими штрихами, – професіоналами ніколи не стануть [1].

Суть спічрайтерства в тому, що це узаконений і добровільний плагіат. Головне для спічрайтера – зрозуміти потреби клієнта і максимально під нього підлаштуватися, буквально стати ним, щоб «вдягнути» думки замовника в красиву правильну форму і забезпечити тим самим виграшний виступ.

Професійно-особистісні характеристики політичного спічрайтера базуються на наявності наступних навичок:

- знати сферу діяльності, завжди бути в інформаційному полі, оскільки знання сфери бізнесу, останніх тенденцій, розуміння процесів – ключ до успішної діяльності;

- мати комунікаційні знання, базові знання з соціології, розуміти процес роботи засобів масової інформації, мати журналістські навички (написання текстів розмов, статей, прес-релізів тощо);

- мати технічні знання, уміти користуватися комп'ютером, основними програмними продуктами на рівні користувача, використовувати Інтернет в роботі;

- мати широкий кругозір, бути в курсі світових подій, а також того, що відбувається в країні;

- знати і розуміти, як працює бюрократичний апарат;

– мати управлінські навички, без яких неможливо переконати слухачів [10].

На заході спічрайтер – одна з основних професій у сфері PR, але при цьому ставлення до неї неоднозначне: в Німеччині, наприклад, робота найманого спічрайтера славиться продажною, а у Великобританії запитувати у політика або бізнесмена про автора його тексту і зовсім не допустимо. Подібною є ситуація і в Україні. Так, Олег Медведєв – спічрайтер Президента країни, пояснюючи свої доходи за перший квартал 2016 року в розмірі 140 тисяч гривень, стверджує, що заробітну плату він отримує винятково як політичний експерт, а не спічрайтер, оскільки: «...в апараті Президента не існує ні цієї посади, ні подібної функції. Глава держави має чітке стратегічне бачення розвитку країни, високоерудований в тих питаннях, які належать до сфери його конституційних повноважень, і сам професійно формулює свої думки» [5].

Найбільш поширена схема діяльності спічрайтера полягає в послідовному виконанні наступних етапів: 1) підготовка; 2) інтерв'ювання; 3) дослідження; 4) організація і написання промови.

Перший, підготовчий етап передбачає чітку відповідь на питання майбутнього виступу спікера: хто, що, де і коли? Крім того, для спічрайтерського тексту також важлива відповідь на питання навіщо? для чого?

Щоб ефективно впоратися з підготовкою до написання промови спічрайтер повинен мати уявлення про особисті якості, характер, імідж, громадське становище, манеру спілкуватися і триматися на публіці того, для кого він пише текст. Важливий момент полягає в необхідності відчутти особу оратора, його характер, манеру говорити, почуття гумору.

Другий етап підготовки промови полягає в інтерв'юванні особи, якій доведеться виголошувати написаний текст. У процесі спілкування спічрайтерові потрібно чітко виявити об'єкт промови, тобто її мету, з'ясувавши, чого конкретно хоче досягти від аудиторії оратор в результаті виступу. Потім слід визначити основні пункти, важливі смислові моменти, на яких ґрунтуватиметься виступ.

Дослідження – це наступний етап, спрямований, передусім, на розробку теми. У методичній літературі для референтів можна знайти наступні стратегічні установки: встановлення міри вивченості явища або проблеми; вивчення історії явища, визначення міри і характеру та його еволюції; встановлення міри актуальності, практичної важливості теми, що розробляється; ознайомлення з конкретним досвідом діяльності в межах даної теми; встановлення схожості і відмінностей в підходах до явища або проблеми; виявлення невідповідності нових, виявлених спічрайтером фактів усталеним думкам; зіставлення досліджуваного питання з його сучасними аналогами в інших галузях знань, регіонах і проведення можливих аналогій.

Останнім етапом є власне організація і написання промови. Основними складовими побудови спічрайтером публічного політичного виступу є наступні:

I. Необхідно точно зорієнтуватися щодо обсягу і повноти інформації, що повідомляється, з урахуванням поставлених цілей і особливостей аудиторії. Прикладом може слугувати виступ президента Білорусі Олександра Лукашенка присвячений підсумкам минулого 2015 року. Оскільки економічними досягненнями політичний лідер прозвітувати не міг (ВВП в країні впало на 4%), промова на 60% була присвячена ефективно проведеним заходам щодо святкування 70-річчя Великої Перемоги [4]. Ціль – показати результативність і правильність політичного курсу Президента, особливість аудиторії – населення всієї країни, яке необхідно переконати в правильності розвитку країни.

II. Важливо бути точним у викладі думок. Так, канцлер Німеччини Ангела Меркель виступаючи в Бундестазі з промовою про терористичні акти в Парижі 2014 року обмовилася сказавши, що «...антисемітизм є нашим урядовим і громадянським обов'язком». Свою помилку Меркель не помітила, продовживши виступ далі. З контексту було зрозуміло, що вона мала на увазі саме боротьбу з антисемітизмом і у виступі пропустила слово «боротьба», проте журналісти і громадськість звинуватили в неувважності канцлера та її спічрайтера [6]. Іншим прикладом є плагіат спічрайтера дружини Дональда Трампа Меланії, яка

змушена була просити вибачення за те, що помилково запозичила декілька абзаців з аналогічної мови, з якою вісім років тому виступила нинішня перша леді Мішель Обама [9].

III. Усна мова краще сприймається, коли вона образна, багата порівняннями і вдалими цитатами. Прикладом можуть слугувати відомі нам фрази, що записані в історії як вислови великих, проте насправді вони належать саме спічрайтерам. Від слів Джона Кеннеді «не питай в країни, що вона може дати тобі, спитай себе, що ти можеш дати країні» до слів Ю. Андропова про власну країну, яку ми не знаємо. Слова Кеннеді належать Т. Соренсену, слова Андропова – Б. Владимирову, колишньому помічникові Суслова, а потім і Андропова [10].

IV. Гумор – тепла емоція, коли він доречний. Сьогодні відомі політичні діячі навіть мають у штаті окремих спічрайтерів, які займаються виключно написанням жартів, що використовуються під час публічних промов. Прикладом можуть бути американський президент Барак Обама та його спічрайтер з жартів – Девід Літт. Своє почуття гумору Обама почав демонструвати з перших днів президентства. Зокрема, відомим є його жарт під час першого публічного виступу в ролі глави держави: «...якщо бути до кінця чесним, я не хотів приходити сюди сьогодні. Але я знав, що повинен. Ще одна проблема, яку я успадкував від Буша-молодшого» [3].

IV. Важливо позначити свою особисту зацікавленість в обговоренні проблеми та взаємовигідні перспективи співпраці. Так, промова першої леді США Мішель Обама, яка виступила на з'їзді Демократичної партії, стала однією з найяскравіших. У ході свого виступу Обама гаряче закликала підтримати на виборах кандидатуру Хіларі Клінтон і жорстко критикувала Дональда Трампа – причому жодного разу не назвавши його імені [2].

V. Завершувати виступ потрібно на позитивній ноті, оскільки та інформація, яка прозвучала останньою буде сприйнята слухачами найкраще і запам'ятається найдовше, а виступ політика повинен запам'ятатися і залишити приємне враження у слухачів.

Слід зазначити, що відмінною рисою політичного спічрайтингу є його постійність. Якщо бізнесові, громадські

та інші організації і компанії можуть використовувати послуги спічрайтера епізодично – у разі необхідності створити фахову комунікацію, то політичні лідери практикують тримати спічрайтерів у штаті працівників свого апарату. Так, Сара Хурвіцтц займає посаду старшого спічрайтера президента та першої леді США, а також старшого радника Ради у справах жінок і дівчат [2]. Спічрайтер Бориса Єльцина і Володимира Путіна Джахан Поллієва призначена керівником апарату Держдуми [8]. З моменту приходу до влади Франсуа Олланда, його спічрайтер Пьер-Ів Боке займав пост глави місії з соціального захисту при президентові Франції [7].

Висновки. Таким чином, основна мета політичного спічрайтера сьогодення – передати думки політика максимально цікаво для електорату, допомогти політичним лідерам правильно спілкуватися зі своєю аудиторією, знаходити з нею спільну мову і розташовувати до себе, оскільки від цього залежить їх позитивний імідж.

Список використаних джерел

1. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org>.
2. Кто пишет речи для Хиллари Клинтон и Мишель Обамы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://meduza.io/feature/2016/07/27/kto-pishet-rechi-dlya-hillari-klinton-i-mishel-obamy>
3. Кто пишет шутки для президента США [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.diasporanews.com>
4. Лукашенко ставит в тупик своих спичрайтеров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.belaruspartisan.org/m/politic/329147/>
5. Медведев пояснил, за что ему платит Порошенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/rus/news/2016/08/8/7117196/>
6. Меркель ошибочно назвала антисемитизм гражданским долгом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://podrobnosti.ua/1011584-merkel-obmolvilas-nazvav-antisemitizm>
7. Новым спичрайтером Франсуа Олланда стал специалист по гангста рэпу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.rfi.fr/frantsiya/20140310-novym-spichraiterom-fransua-ollanda-stal-spetsialist-po-gangsta-repu>

8. Спичрайтер Путина возглавила аппарат Госдумы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.gazeta.ru/politics/2012/01/13_kz_3962033.shtml

9. Спичрайтер Меланії Трамп извинилась за плагіат [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ns2.interfax.by/news/world/1209638>

10. Фомина Е. О., Лобачева О. И. Спичрайтинг як засіб політичного піару [Електронний ресурс]. – Режим доступу: sibac.info/sites/default/files/conf/file/stud

References

1. Wikipediia [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://uk.wikipedia.org>.

2. Kto pyshet rechy dlia Khyllary Klynton y Myshel Obamy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <https://meduza.io/feature/2016/07/27/kto-pishet-rechi-dlya-hillari-klinton-i-mishel-obamy>

3. Kto pyshet shutky dlia prezydenta SSHA [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.diasporanews.com>

4. Lukashenko stavyt v tupyk svoikh spychraiterov [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.belaruspartisan.org/m/politic/329147/>

5. Medvedev poiasnyl, za chto emu platyt Poroshenko [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.pravda.com.ua/rus/news/2016/08/8/7117196/>

6. Merkel oshybochno nazvala antysemytyzm hrazhdanskym dolhom [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://podrobnosti.ua/1011584-merkel-obmolvilas-nazvav-antisemitizm>

7. Новым спичрайтером Франсуа Олланда стал спецыялыст по ханхста рэпу [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://ru.rfi.fr/frantsiya/20140310-novym-spichraiterom-fransua-ollanda-stal-spetsialist-pogangsta-repu>

8. Spychraiter Putyna vozghlavyla apparat Hosдумы [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://www.gazeta.ru/politics/2012/01/13_kz_3962033.shtml

9. Fomina E. O., Lobacheva O. Y. Spichraitynh yak zasib politychnoho piaru [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: sibac.info/sites/default/files/conf/file/stud

ДАНІ ПРО АВТОРА

Ісайкіна Олена Дмитрівна, кандидат історичних наук, доцент кафедри документознавства

ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»

вул. Сухомлинського, 30, Переяслав-Хмельницький, Київська обл., Україна
08401

e-mail: isaykina08@mail.ru

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Исайкина Елена Дмитриевна, кандидат исторических наук, доцент
кафедры документоведения

ГВУЗ «Переяслав-Хмельницкий государственный педагогический
университет имени Григория Сковороды»

ул. Сухомлинского, 30, г. Переяслав-Хмельницкий, Киевская обл., Украина
08401

e-mail: isaykina08@mail.ru

DATA ON AUTHOR

Isaikina Olena D., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of
Document Science Department

Pereyaslav-Khmenytskyi Hryhoriy Skovoroda State Pedagogical University

*30, Sukhomlynskyi Street, Pereyaslav-Khmelnytskyi, Kyiv region, Ukraine,
08401*

e-mail: isaykina08@mail.ru

УДК 316.42

КУЛЬТУРНА І МОРАЛЬНА СКЛАДОВІ ЯК ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ РОЗВИНЕНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

Євдокимова В. В.

Стаття присвячена актуальній проблемі ціннісних орієнтацій як в українському суспільстві, так і в світі. Метою статті є розкрити важливість культурної складової як одного із чинників системного підходу до формування розвиненого суспільства в Україні, що є необхідною умовою досягнення високого рівня людського та економічного розвитку.

Показано розуміння важливості культурної складової в розвитку країн світовою спільнотою та участь України у заходах світового масштабу з даної проблематики. Проаналізовано, використовуючи