**Змістовий модуль 1.**

**Спічрайтинг як процес підготовки тексту промови**

**Лекція 1**

**Тема 1. Вступ.** Мета, завдання, предмет, структура курсу. Його місце в системі професійної підготовки фахівців із реклами та зв’язків із громадськістю. Місце спічрайтинга в процесі формування іміджу політика, топ-менеджера, діяча культури тощо. Міждисциплінарні зв’язки курсу. Основні поняття спічрайтингу. Завдання курсу «Спічрайтинг». Сутність етно-специфіки риторичного ідеалу. Сутність історичної динамічності риторичного ідеалу.

1.1 Що таке спічрайтинг?

Останнім часом дуже часто стало вимовлятися таке слово, як спічрайтінг. Спічрайтинг (Speechwriting - англ. «Написання промови») - підготовка і написання текстів для усних виступів перед аудиторією. Послуги спічрайтерів особливо затребувані в соціально-політичних процесах суспільства. Дане явище широко поширене в політичних технологіях. Написання тексту в Спічрайтінг відбувається під контролем політика. При необхідності вказуються, які правки варто внести в текст виступу, на чому зробити акцент і чому, навпаки, приділити мінімум уваги при написанні мови. Завдання спічрайтера - передати думки максимально цікаво для аудиторії, щоб виступ запам'ятався і залишило приємні враження.

Спічрайтінг найбільш затребуваний в таких сферах діяльності, як політика і бізнес. Саме політики і бізнесмени мало не щодня вимовляють великі і маленькі мови, читають доповіді, дають інтерв'ю, звертаються до своєї аудиторії через канали ЗМІ. Керівник або політик, який запам'ятався вдалим жартом, точної констатацією факту, влучним порівнянням, має явну перевагу перед тим, хто говорить сірі, нецікаві, побиті фрази.

Зараз спічрайтінг - це рідкісна і високооплачувана спеціальність, якої, до речі, навчають. Але не можна навчити писати професійні мови будь-якого охочого - для цього потрібен талант.

Що стало модним в Останнім часом, це слово тільки на перший погляд позначає нову професію. Насправді ця спеціальність існує досить давно.

1.2 Історія Спічрайтингу

Спічрайтінг існує з часів виникнення писемності. Ще в стародавній Греції існували В«РечепісциВ». Оратори писали замовні мови багатим людям. Однак, робилося це не на такому професійному рівні, як в наші дні.

Широка географія смислів стала причиною появи рефлексії: коли греки зіткнулися з міццю знань, мають глибокі корені в традиції, виникла задача їх обгрунтування, розуміння, перекладу на грецьку мову. Піфагор і Фалес, взявши у єгипетських жерців вміння обчислювати довжини сторін геометричних фігур, довели, обгрунтували це, не посилаючись на таємне вчення чи міф, а використовуючи розум - Логос.

Нова розумова стратегія йшла паралельно із стратегією політичної - греки створювали Поліс, де головним політичним інструментом стало слово (як про це пише П'єр Наке-Відаль в В«Чорному мисливцяВ»). Причому слово-сенс, а не слово-заклинання - характерний інструмент політичних структур сусідніх держав. Комунікативність політики, політичний дискурс вимагали володіння мовою, мистецтвом мислення і публічного виступу. На запит відгукнулися софісти - 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. Платон і Аристотель, представляли більш розвинений табір, дорікали софістів в торгівлі знаннями, яких ті не мали, і, значить, сприяли інфляції смислів. Так як для благородних знання не мовна гра, що служить захоплення влади, але путівник до благу.

Спічрайтінг самим безпосереднім чином пов'язаний з такою класичною наукою, як риторика, або ораторську майстерність. Хоча риторика - стародавня дисципліна, якій присвячено безліч праць, і вивчають її мало не впродовж усього життя, а спічрайтінг - професія, яка спирається на принципи риторики. Ось чому професійний спічрайтер повинен бути добре знайомий з історією, законами, основними персоналіями цієї науки. Риторику викладають на гуманітарних факультетах вузів у якості основної або факультативної дисципліни, її можна вивчати і самостійно за численними підручниками, науковим працям і класичним текстам відомих ораторів.

Як самостійна технологія політичного консультування спічрайтінг сформувався в XX столітті і не має систематизованої теоретичної бази.

1.3 Хто такий спічрайтер

Спічрайтер (англ. speechwriter) - укладач текстів промов, виступів для високопоставлених осіб держави.

Всі відомі політики мають власних спічрайтерів, які є практично головними їх помічниками. Політичним діячам доводиться постійно виступати на зборах, засіданнях, давати інтерв'ю чи коментарі по радіо і телебаченню. Без людини, який допоможе підібрати потрібну інформацію для доповіді і логічно правильно вибудувати текст, просто не обійтися. Найбільш високопоставленим замовником для спічрайтерів є президент. Наприклад, в адміністрації В.В. Путіна служило трохи менше 40 референтів (старших і молодших). На чолі стояв особистий спічрайтер - Джахан Поллиєва. У комерційних фірмах роботу спічрайтера може виконувати PR-менеджер або секретар-референт. Але найчастіше бізнесмени воліють звертатися в спеціальні компанії, які приймають замовлення на складання промов.

Було б дивно припускати, що політики або бізнесмени самі складають тексти своїх виступів або говорять експромтом. Вони, безумовно, можуть вміти грамотно висловлюватися і навіть володіти даром красномовства, але їх робота полягає зовсім в іншому. А написання для них текстів виступів, презентацій, доповідей і так далі - професійний обов'язок особливого розряду фахівців - спічрайтерів.

Дана професія поки ще не є абсолютно самостійною. Як правило, дослідники включають її в сферу зв'язків з громадськістю (PR). Тобто спічрайтер - різновид піарника. В залежності від масштабів поля діяльності він може займатися як виключно написанням текстів ви

ступів, так і виконанням іншої PR-роботи. Останнім часом намітилася тенденція до відокремлення Спічрайтінг від PR, тому і попит на спічрайтерів зріс, у той час як раніше були необхідні в основному фахівці більш широкого профілю. Однак це зовсім не означає, що спічрайтери тепер можуть обійтися меншою багажем знань і умінь, ніж раніше. Навпаки, вимоги до них підвищилися, а попит зріс саме на професіоналів.

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

1) прекрасне володіння словом

Професіонал повинен не тільки грамотно писати, але й мати талант образного вираження думок. Хорошому Спічрайтер потрібно вміти створювати кілька варіантів текстів промов, тез, доповідей на одну і ту ж тему. Така здатність є далеко не у всіх пишучих, навіть хороших журналістів.

2) знання психології

Спічрайтер повинен інтуїтивно відчути і вловити тон, манеру і стильові особливості мови людини, для якого він пише. Можна скласти чудовий текст, цікавий і бездоганний з точки зору норм російської мови, але абсолютно не відповідний характерним рисам мови та іміджу спікера (того, хто буде його вимовляти). Мова доповідача є частиною його образу, причому дуже важливою. Саме тому особисте знайомство і глибокий аналіз психолінгвістичних якостей мови самого виступаючого - запорука успіху спічрайтера.

3) солідний багаж знань у різних галузях

Основою для Спічрайтінг служить класичне гуманітарну освіту: журналістське, філологічне, історичне, політологічне та інше. Серед можливих спеціалізацій найбільш близькою є PR (зв'язки з громадськістю), але в Як самостійної кафедри, спеціальності і навіть дисципліни мистецтво написання сучасних промов поки не виділилося.

4) досвід

Кращий досвід для спічрайтера - робота в PR службі великої компанії або політичної структури.

5) володіння іноземною мовою (Яким - залежить ві

д галузі діяльності компанії або спікера)

Крім того, необхідно бути досвідченим користувачем ПК, володіти такими особистими якостями, як комунікабельність, стресостійкість та вміння працювати в команді. Слід розбиратися в тій області, теми якої спічрайтер висвітлює в текстах. В іншому випадку не допоможе ні хороший склад, ні тонке психологічне чуття.

Даною професією, як правило, займаються люди, що працюють в сфері журналістики, PR і реклами. Більшість спічрайтерів - колишні журналісти або фахівці, що суміщають роботу в журналістиці і в Спічрайтінг. У будь-якому випадку необхідно вміти і любити писати. Навчитися цьому складно, практично неможливо. Однак є шанс освоїти на практиці певні принципи і прийоми.

Невипадково на Заході спічрайтер - одна з основних професій в області PR. Цей фахівець врахує цілі виступу, аудиторію, характер виступаючого, його манеру говорити, лексичний запас і складе такий текст, який зробить на слухачів потрібне вплив. Спічрайтер повинен бути і психологом, і актором, і літератором, і політологом. Ця професія для В«сірих кардиналівВ»: спічрайтери завжди в тіні, чим вони непомітніше для громадськості, тим краще для їх кар'єри. Прославитися - значить, поставити на ній хрест. Головне для спічрайтера - зрозуміти потреби клієнта та максимально під нього підлаштуватися, буквально стати їм, щоб наділити думки замовника в красиву правильну форму і забезпечити тим самим виграшне виступ.

Безумовно, є політичні лідери, які не потребують команді спічрайтерів. Їм потрібно не стільки готовий текст, скільки основні тези, а далі вони самі розвивають думка. Невже такий яскравий оратор, як Володимир Жириновський, буде читати по папірці? А буває, людина розумна, вміє аналізувати, але недорікуватий, не може висловити свої думки. У цьому випадку без спічрайтерів не обійтися.