

САИДОЛИМОВ Сандхон Талъат ўғли,
Ўзбекистон халқаро ислом академияси
профессори, сиёсий фанлар доктори

УЛУҒОВ Нурали Абдулла ўғли
тадқиқотчи

СПИЧРАЙТИНГ – САМАРАЛИ СИЁСИЙ ТЕХНОЛОГИЯ СИФАТИДА

СПИЧРАЙТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

SPEECHWRITING AS AN EFFECTIVE POLITICAL TECHNOLOGY

Аннотация. Ушбу мақолада спичрайтинг ҳақида маълумотлар берилган бўлиб, унинг аҳамияти ва самарадорлиги, спичрайтингдан унумли фойдаланиш йўллари ва усуллари, спичрайтингнинг замонавий PR технологиялар орасидаги ўрни, унинг мураккабликлари ва ўзига хосликлари ёритилган. Спичрайтинг бугунги шиддат билан ўзгариб бораётган ижтимоий-сиёсий жараёнларда сиёсий етакчилар ва давлат арбоблари учун муҳим таъсир кўрсатиш воситасига айланиб бораётгани очиб берилган.

Калит сўзлар: спичрайтинг, спичрайтер, риторика, PR технология

Аннотация. В данной статье рассмотрены значение и эффективность спичрайтинга, методы его эффективного использования, место и особенности спичрайтинга среди современных PR-технологий. Выявлено, что спичрайтинг становится важным инструментом влияния политических лидеров и государственных деятелей в современных быстро меняющихся общественно-политических процессах.

Ключевые слова: спичрайтинг, спичрайтер, риторика, PR-технологии.

Abstract. This article discusses the importance and effectiveness of speechwriting, methods of its effective use, the place and features of speechwriting among modern PR technologies. It has been revealed that speechwriting is becoming an important tool for influencing political leaders and government officials in modern rapidly changing socio-political processes.

Key words: speechwriting, speechwriter, rhetoric, PR technologies.

КИРИШ

Жамоатчилик билан муносабатда катта аҳамият касб этувчи сўз, мулоқот, суҳбат инсониятнинг цивилизацион ривожланишида муҳим роль ўйнаган. Тарихан нотиклик ва сўзлардан тўғри ҳамда самарали фойдаланиш орқали кўплаб сиёсий етакчилар ва давлат арбоблари халқни бошқарган ва ҳаракатга келтира олган. Шу боис нотиклик ва сўзлардан фойдаланиш қадимдан фан ва санъат кўринишида пайдо бўлган, ўрганилган ва ривожлантирилган.

Қадимги Грецияда пайдо бўлган риторика (ўзбек тилида нотиклик деб номланади) бугунги спичрайтингнинг (инглизчада speech – сўз, нутқ, writing – ёзма) дастлабки кўриниши экани, хусусан, логограф (грекча logos – фан, сўз, grapho – ёзма) касбининг замонавий шакли экани илгари сурилади [1; 25-39-б].

Аристотель “диалектикага мос келадиган санъат” деб таърифлаган риторика нафақат спичрайтинг, балки сиёсат ва фалсафанинг ҳам асосларидан бирини ташкил этади. XX асрга келиб, сиёсатнинг профессионаллашуви [12; 96-б] билан сиёсий етакчиларнинг нутқлари ва халққа мурожаатларининг ҳам профессионаллашувига олиб келди. Бу эса спичрайтерлик касбининг шаклланишига ва унга бўлган эҳтиёжнинг ортишига сабаб бўлди.

PR технологиянинг ривожланиши ортидан жамоатчилик билан мулоқот учун янги коммуникация воситаларидан фойдаланишда тил ва нутқнинг аҳамияти янада ортиб бормокда. Ю.В.Рождественский мулоқот шакллари (оғзаки нутқ, ёзма нутқ, оммавий ахборот воситалари тили, электрон мулоқот тили) ривожланишининг ҳозирги босқичида юзага келадиган муаммоларни ҳал қилишга қаратилган тадқиқотида ҳозирги замонда риториканинг вазифаларидан бири монологик нутқ яратиш, диалог ўтказиш ва уни бошқариш, ўз ваколатлари доирасида нутқ алоқалари тизимини бошқариш эканини ёзади [4; 512-б].

Айниқса, сиёсий нутқ яратиш янада мураккаб бўлиб, бу ижтимоий-сиёсий ҳаётнинг шиддат билан ўзгариб бораётгани ва замонавий сиёсий етакчиларга босимнинг кучайиши

билан белгиланади. Британиянинг машҳур спичрайтерларидан бири Саймон Ланкастер таъкидлаганидек, спичрайтинг – қадимги санъатдир. Яхши нутқ яратиш веб-сайт яратиш каби қийиндир. Ҳозирги вақтда профессионал спичрайтерлик хизматларидан фойдаланишга талабнинг ортиши бемаънилик ёки дангасалик белгиси эмас, балки бугунги кун раҳбарлари дуч келаётган босимларни тан олишдир. Оддий қилиб айтганда, сиёсий етакчилар ё мамлакатларини бошқариши ёки нутқ ёзиши мумкин — уларнинг иккаласини ҳам қилишга вақтлари йўқ [9].

МУҲОКАМА

Тадқиқотчи А.В. Кульназарованинг фикрига кўра, замонавий дунёнинг ўзгарувчан шароитларига қарамай, спичрайтинг амалий йўналиш сифатида риториканинг минг йиллик тамойилларига асосланади ва уни замонавий технологиялар билан тўлдиради. Замонавий риторика – бу ишонтириш усуллари, тингловчиларга асосан лингвистик таъсир кўрсатишнинг турли шакллари ва керакли эффектни олиш учун тингловчиларнинг хусусиятларини ҳисобга олувчи фан ҳисобланади [2; 42-6]. Спичрайтинг эса технология сифатида самарали нутқни (яъни, тингловчилар онгига таъсир кўрсатишга қодир бўлган ва натижада унинг хатти-ҳаракати ёки ҳар қандай ҳодисага муносабатини ўзгартиришга қодир бўлган нутқни) яратишга қаратилган бўлиб, омма олдида нутқ сўзлаш бир неча сабабларга кўра жуда самарали PR воситаси бўлиши мумкин:

- Томошабинлар билан тўғридан-тўғри алоқа қилиш, тезкор алоқа;
- Очиқликни намойиш этиш имконияти;
- Аудиторияга ҳиссий таъсир қилиш имконияти [2; 42-6].

Оммавий нутқ тайёрлаш мураккаб илмий изланиш ва тадқиқот жараёни бўлиб, ўзига хос усул, ёндашув, технология ва механизмларни ташкил этади. Тадқиқотчилар Н.А. Спицына ва Е.А. Медведева оммавий нутқга тайёргарлик технологиясини қўйидаги бир неча босқичлардан иборатлигини ёзади: 1) маълумотларни йиғиш; 2) маърузачи билан суҳбатлашиш; 3) аудиторияни ўрганиш;

4) оммавий нутқ мавзусини ўрганиш; 5) қўйидаги элементларни ўз ичига олган сиёсий нутқни ёзиш манбалари ва технологияси билан ишлаш: а) нутқ режаси; б) нутқнинг конспекти; с) таркиби; д) материални такдим этиш усуллари; э) аудитория эътиборини жалб қилиш усуллари; ё) алоқа ўрнатиш воситалари; г) нутқнинг самарадорлиги ва ифодалилиги; з) нутқ матнини синондан ўтказиш [5; 117-121-6].

Тадқиқотчилар Томас Х. Нил ва Дана Элиларнинг фикрига кўра, самарали нутқларни ёзиш ёзма ва оғзаки сўз ўртасидаги фарқни доимий равишда билишни талаб қилади: нутқ муаллифи “баланд овоз билан ёзишни” ўрганиши керак. Энг яхши нутқлар ўқилган ва овозли бўлса-да, янги бошловчи нутқ муаллифи кўзга эмас, кулоққа устунлик бериши керак. Унинг нутқи ўқиш учун эмас, балки эшитиш учун ёзилиши керак [13; 22-6].

Шуни айтиш керакки, спичрайтинг шахсларни ҳокимиятга келишида ва лидерлик қобилиятларини кучайтиришда ҳамда жамоатчиликка таъсир ўтказишда катта роль ўйнайди. Масалан, Девид Кэмерон ва Барак Обамани олайлик, иккаласи ҳам ўз партияларининг етакчилигини айнан таъсирчан нутқ орқали қўлга киритганлар. Бизнесда ҳам нутқлар кўпинча натижаларни эълон қилиш, маҳсулотларни ишга тушириш ва сотиб олиш таклифларига қарши курашиш учун ишлатилади. Яхши нутқ ва ёмон нутқ ўртасидаги фарқ жуда муҳим бўлиши мумкин [9]. Шунингдек, оммага ҳавола қилинаётган нутқларда ишлатиладиган таъсирчан шиорлар, иборалар, жаргонлар, ғоялар ўта муҳим аҳамиятга эга бўлиб, улардан оқилона фойдаланиш орқали нотик тезда машҳур бўлиб кетиши мумкин. Айниқса, бундай сўзлар сайловолди компанияларида кўп ишлатилади ва унинг самараси залворлидир. Масалан, АҚШ конгрессмени Гордон Брауннинг нутқидаги “Америка шунчаки алмаштириб бўлмайдиган давлат эмас, бу тўхтатиб бўлмайдиган давлат” (America is not just the indispensable nation, it is the irrepressible nation), деган жумлалар унга катта ғалаба ва обрў келтирган бўлса, АҚШнинг 45-президенти Дональд Трамп “Американи яна буюк қиламиз” (Make America Great Again) шиори уни 2017 йилги сайловларда ғалаба қозонишига тўртки берганди. Буюк

Британиянинг “темир хоним” номини олган бош вазири Маргарет Тэтчернинг “Аёл киши фақат бола боқиш учун эмас” (“Lady’s not for Turning”) ибораси ҳам унга машхурлик олиб келганди.

Умуман олганда, сиёсий етакчиларнинг машхурликка эришиши, сайловларда ғалаба қозониши, жамоатчилик билан алоқаларда юқори таъсир кучига эга бўлган нутқига эга бўлишида спичрайтерларнинг алоҳида ҳиссаси бор. Масалан, Жон Ф. Кеннедининг спичрайтери Тед Соренсен, Маргарет Тэтчернинг спичрайтери Роналд Миллер, Барак Обамани спичрайтери Жон Фавро бўлгани маълум. Ғарбда айниқса, АҚШ ва Буюк Британияда спичрайтер нафақат биринчи рақамли шахснинг ҳамфикр ва ёрдамчиси, балки, давлат сиёсатининг стратеги ва идеологи ҳамдир. Шу боис, улар оммага кенг танилган шахслар ҳисобланади.

Шунингдек, спичрайтер матнларнинг муаллиф-тузувчиси, эксперт, таҳлилчи ва PR ходими бўлиб [6; 235-237-б], юқори даражадаги коммуникатив компетенцияларни эгаллаган билими ва дунёқараши кенг сўз устаси ҳисобланади. Шу билан бирга, спичрайтерлар оммавий нутқ яратишда жамоа бўлиб ишлашади. Тэтчернинг машхур спичрайтери Миллер, Тетчер хоним учун нутқлар ёзаётганда жамоавий ишлаш афзалроқ эканини таъкидлаганди. Унинг ёзишича, иш жараёнида Маргарет Тэтчернинг овози унинг бошида жаранглаши керак ва асосийси, сўзлар худди уларнинг муаллифи маърузачининг ўзи бўлгани каби осон талаффуз қилиниши керак эди. Шу боис, улар Тэтчернинг маърузаси тайёр бўлгунча соатлаб ишлагани, соат кечаси ўн иккида ўзаро учрашувдан кейин ҳам маърузанинг қораламаларини катта стол устига баъзан тўғридан-тўғри пол устига қўйиб бошқатдан нольдан бошлашга ва ёзишга тўғри келганлигини билдириб ўтади [3; 181-185-б]. Бу билан спичрайтерлик ишининг машаққатли ва мураккаб эканлигини тушунишимиз мумкин. Шу боис ҳам “Спичрайтер бўлиш ёзувчи бўлишга ўхшайди, фақат саҳна ортидаги кўпроқ куч ва камроқ мактов билан.”, деб ёзади Сваим ва Латимер каби сиёсий спичрайтерлар ҳақида ёзган Эмма Роллер [7].

НАТИЖАЛАР

Машхур спичрайтерлар ўзининг тажрибаси ва кўникмаларидан келиб чиқиб, нутқ ёзишнинг ўзига хос хусусиятлари, усуллари ва технологиялари ҳақида фикрларини билдириб келади. Шундай спичрайтерлардан бири 2008 йилги президентлик кампаниясида Ҳиллари Клинтоннинг спичрайтери бўлган, кейинчалик Оқ уйда 2009–2017 йиллар Мишел Обаманинг бош спичрайтери ва Барак Обаманинг катта спичрайтери сифатида ишлаган Сара Гурвиц ажойиб ва мукамал нутқни қандай ёзиш бўйича қуйидаги тавсияларни беради: [10].

Спикернинг шахсиятини акс эттиринг – “Нутқ ёзишнинг ҳақиқий санъати кимгадир сценарий тайёрлаш эмас, балки унинг фикрини тўғри этказишдир”. Бунинг учун спикердан оммага ёки аудиторияга “Нима демоқчисиз?”, деб сўраш лозим;

Аудиториянгизни ўрганинг ва тушунинг – “Ким билан гаплашасиз? Уларни нима кизиқтиради? Нега улар билан гаплашяпсиз? Сиз уларни қанчалик яхши биласиз? Қерда учрашасиз? Мисол учун, агар биринчи хоним университетда нутқ сўзламоқчи бўлса, бу университетнинг тарихини ҳисобга олиш ва у эрда таҳсил олаётган бу ёшлар кимлигини тасаввур қилиш муҳим;

Нутқингиз таркибини аниқ тузинг – “Агар нутқ ёмон тузилишга эга бўлса, ундан яхши нарсачиқмайди. Ҳар бир пункт, абзац мантикий равишда биридан иккинчисига ўтган бўлиши керак;

Бир нечта фикрларни сўранг – Ёзганларингиз бўйича бошқаларнинг фикрларини билиш ва ўрганиш жуда муҳим;

Қоидалар ҳақида унутинг – Ўқиш учун ёзиш ва эшитиш учун ёзиш – бу икки хил қобилиятдир. Оғзаки тилда грамматик қоидаларга риоя қилиш шарт эмас. Муҳими ёзганларингизни бир неча бор ўқинг ва таҳрирланг;

Тинглаш яхши нутқ ёзиш учун қалит ҳисобланади – Бу нутқдаги заиф ерларини аниқлашда, нутқни қалбдан чиқиши ва кўпроқ инсоний ёндашувни шакллантиришга ёрдам беради;

Оддий гапиринг – ҳаддан ташқари расмий, бюрократик сўзлардан ва атамалардан қочинг;

Гапирманг, кўрсатинг – баъзан спикерлар маъруза қилаётганда одам зерикиб қолади. Бунинг сабаби спикер маъруза расмини (маъносини) кўрсатмай гапирётганидир;

Технологияни сизга ҳалақит беришига йўл қўйманг – маъруза қилинаётганда микрофон ёки интернетнинг ўчиб қолиши каби технологик камчиликларнинг олдини олинг;

Вақтни қузатиб боринг – Мақсадингиз тингловчиларни чарчатмаслик, аксинча, улар ўзларини таскин, жасорат, далда ёки бошқа нарсаларни ҳис қилишларидир, шунинг учун нутқингизни ёзишда бунинг ёдда тутинг. Нутқнинг узунлигига келсак, сиз уни ҳавола қиладиган аудиторияга ҳам боғлиқ. Тематик мавзулар 20 минутдан ошмаслиги керак;

Маъруза шаклини кўриб чиқинг – маърузада урғу бериладиган жойларни алоҳида белгиланг ва спикерга қулайликни таъминланг.

Сиёсий нутқнинг чиройли чиқиши учун гоёлар ва далилларни аниқ сўзлар, иборалар ва товушлар билан ишлатиш керак. Тўғри услубни танлаш оддий нотикни ҳақиқий нотикдан ажратиб турадиган хусусиятдир. Бу ерда асосий масала декорация бўлиб, у услубнинг вазиятга мос келишини англатади. Одамларнинг сиёсий нутқни ёқтирмаслигининг сабабларидан бири шундаки, маърузачилар маълум бир воқеага мослаштирилмаган ёки мос келмайдиган стандарт клишелар (clichés) дан фойдаланадилар [8; 20-6].

Шуни ҳам айтиш керакки, нутқларнинг чиройли бўлиши яхши, бироқ, сиёсат бу шоу-бизнес эмас. Нутқлар фақат ёки биринчи навбатда оломонни кўнглини олиш ёки хурсанд қилиш билан боғлиқ бўлиши мумкин эмас [8; 20-6]. Муҳими нутқ таъсир кучига эга бўлиши, самарадорлик ва натижадорликка асосланиши керак. Иштирокчилар маърузанинг моҳиятини тушуниши, спикернинг нутқидан тегишли хулоса чиқариши, тўғри йўналишга эга бўлиши, ўзида ва атрофида ўзгариш ясаши керак. Гвинн Мейпс таъкидлаганидек, спичрайтер интеллектуал ва шеърый маҳоратни намойиш этиш учун эмас, балки режиссёрга энг катта аудиторияни қамраб олиш учун ёзадилар. Шу боис, улар лингвистик ишларда кўп қиррали истеъдодга эга бўлиш билан бирга, юқори даражада жамоатчилик билан алоқа

компетенцияларига эга бўлиши керак [11; 1-21-6].

Умуман олганда, спичрайтинг сиёсатчиларнинг жамоатчиликка етказиши керак бўлган фикрлари, мақсадлари ва вазифаларини аниқ ва ишончли тарзда баён қилишдир. Аристотел ёзганидек, “Риторика – бу маълум бир ҳолатда қандай ишонтириш воситалари борлигини аниқлаш кучи” [13; 22-6] экан, спичрайтинг замонавий даврда сиёсатчиларнинг халқни ўйлантираётган, жамиятдаги муаммо ва масалаларни ҳал қилишдаги ёндашувларини, стратегия ва йўналишларини билдириш ва ишонтиришнинг самарали технологияси ҳисобланади.

ХУЛОСА

Хулоса қиладиган бўлсак, замонавий даврда сиёсий жараёнлар ижтимоий-иқтисодий ўзгаришлар остида катта босимга учраб, сиёсий етакчилар ва раҳбарлардан ўз нутқига бўлган эътиборни жуда юқори даражага кўтаришни талаб этмоқда. Ҳар қандай сиёсий шахснинг фикри ва нутқи бугунги технологиялар воситасида кенг ёйилмоқда ва кучли таъсир кучига эга бўлмоқда. Жамоатчиликни ишонтириш, уларни давлат сиёсати билан таништириш, муаммоларнинг ечими бўйича вазифаларни ва йўналишларни халққа етказиш ва уларни бошқаришда спичрайтинг самарали PR технологиялардан бири бўлиб қолмоқда. Бутун жамоатчилик ва бутун халқ сиёсий раҳбарларни ва етакчиларнинг фикрларини диққат билан эшитади ва уларга етказилган фикрлардан баъзан илҳом олади, баъзан тегишли хулоса чиқаради.

Шундай экан, мукамал ва самарали ёзилган нутқ инсонларнинг психологиясига тўғри таъсир кўрсатади ва ўз вақтида етказилган фикрлар ва хабарлар жамиятни тўғри йўлда ривожланишига ва самарали бошқарилишига хизмат қилади. Яна бир муҳим жиҳати, сиёсий шахснинг (президент, бош вазир, вазир, депутат, ҳоким ва бошқалар) ижобий образининг шаклланиши, иш фаолиятининг, мақсад ва вазифаларининг тўғри талқин қилиниши ва жамоатчиликка етказилишида спичрайтинг катта роль ўйнайди.

АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ:

1. Казанцева М.С. Спичрайтинг как технология подготовки политических текстов. Высшая школа экономики: Научно-учебная лаборатория исследований в области бизнес-коммуникаций, № 5. 2010. – С. 25-39.
2. Кульназарова А.В. Технологии спичрайтинга: учебное пособие / А. В. Кульназарова; СПбГУТ. – СПб., 2016. – 42 с.
3. Павлова Т.Н., Роль спичрайтера в формировании языковой личности политического лидера. Политическая лингвистика. 1 (47), 2014. – С. 181-185.
4. Рождественский Ю.В. Теория Риторки. – Москва: Наука. 2006, 512 с.
5. Спицына Н.А., Медведева Е.А., Использование технологий спичрайтинга в политической лингвистике (на примере речи президента США Барака Обамы «О новой странице в отношениях»). Политическая лингвистика 3(37), 2011. – С. 117-121.
6. Якупов Ш.А., Корнейчук Ю.В. Спичрайтинг как одна из разновидностей PR. // Международный научный журнал «Инновационная наука». № 11, 2015. – С. 235-237.
7. Emma Roller, What It's Really Like To Be A Political Speechwriter. July 30, 2015 // <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2015/07/what-its-really-like-to-be-a-political-speechwriter/455706/>
8. Finlayson A., van der Blom H., Crisis of rhetoric: renewing political speech and speechwriting. University of Birmingham, 2019. – 20 p.
9. Lancaster S. "Gordon Brown's speech: cheap at £4.3K". The Guardian, 5 Nov. 2009. <http://www.theguardian.com/commentisfree/2009/nov/05/gordon-brown-congress-speechwriting>
10. Liam Freeman. Как написать отличную речь – объясняет спичрайтер Мишель и Барака Обама. Сара Гурвиц делится советами, 2 ноября 2020 г. // <https://www.vogue.ru/beauty/kak-napisat-rech-obuyasnyayet-spichrajter-mishel-i-baraka-obamy>
11. Mapes Gwynne. The life of a political speech(writer): metadiscursive text trajectories in high-end language work // Journal of Linguistic Anthropology 00, 2023, pp. 1– 21 // <https://doi.org/10.1111/jola.12391>.
12. Max Weber, Politik als Beruf. Anaconda Verlag, 2014, 96 p.
13. Thomas H. Neale and Dana Ely. Speechwriting in Perspective: A Brief Guide to Effective and Persuasive Communication. CRS Report, 2007, 22 p.
14. Nazirov, M., & Abdusalomova, D. (2023). Theoretical Approaches to the Balance of the World Political System // Horizon: Journal of Humanity and Artificial Intelligence, 2(5), 583-586.
15. Nazirov, M. (2021). Contemporary Trends of Uzbekistan's Regional Policy in Central Asia // Asian Journal of Research in Social Sciences and Humanities, 11, 384-389.