

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Исследование становления профессии Spin - доктора и развития технологий Spin - докторинга в политической коммуникации

Шавлохова Кристина Артуровна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия
E-mail: paris-opera@mail.ru*

Сегодня почти за каждым успешным политиком или предпринимателем стоит искусный специалист по коммуникациям, иначе говоря так называемый Spin - доктор.

Правда зачастую вовсе не является неизменной. Она двулика и относительна, вполне может быть текучей, и то, что кажется истинным, совершенно не обязательно является таковым, стоит только лишь вырвать правду из привычного контекста, посмотреть на неё под микроскопом и с другого ракурса.

Именно поэтому профессия "Spin - doctor институционально оформленная в 80х годах 20 века в Америке уже больше никогда не исчезнет. Усовершенствование медиа - пространства всегда будет вести к усовершенствованию Spin - докторинга.

В своей работе я попыталась на примере последней французской предвыборной кампании доказать, что Spin - доктор - это комплексный специалист, и российское понимание его исключительно как "доктора новостей" очень узко и не соответствует действительности. Spin - доктора - это специалисты комплексные: они формируют информационное поле, разбираются с последствиями, вызванными кризисными ситуациями, проектируют события, создают индивидуальный стиль заказчиков, пишут речи, организуют постановочные съемки.

И, в идеале, если работа Spin - доктора видна не будет, будет сделана настолько идеальна, что никто не сможет разобраться ни в одной проблеме, потому что все уже будет сказано, отредактировано запутано и интерпретировано.

Литература

1. 1. Джексон Б. Заслужить доверие СМИ // Справочник по политическому консультированию / Под ред. проф. Дэвида Д. Перлматтера. – М.: ИНФРА-М, 2002. – С.194–202.
2. 2. Мёрфин Р. Технология избирательных кампаний в США. Политические исследования, 1991, № 3.
3. 3. Esser F., Reinemann C., Fan D. Spin Doctoring in British and German Election Campaigns: How the Press is Being Confronted with a New Quality of Political PR // European Journal of Communication. – Jun2000. – Vol. 15. – Issue 2. – P.212.
4. 4. Gollancz Viktor "Sultans of Spin London
5. 5. Moloney, Kevin, Rethinking public relations [electronic resource] : PR propaganda and democracy /, 1943-.

6. 2006
7. 6. Richards, P. (1998) *Be Your Own Spin Doctor*, Harrogate: Take That.
8. 7. Richards P. *Be Your Own Spin Doctor. A Practical Guide to Using the Media.* – Harrogate: Take That, 1998. P. 7.
9. 8. Safire W. *Satire's New Political Dictionary. The Definitive Guide to the New Language of Politics*, 3rd edn. – New York: Random House, 1993. – P. 740–741
10. 9. Tye, L. (1998) *The Father of Spin: Edward L. Bernays and the birth of public relations*, New York: Crown.
11. Электронные ресурсы:
12. 10. PR в работе Белого Дома // <http://black-pr.blogspot.com/2007/01/pr-2.html> [28.01.2012]
13. 11. Andrew Sparrow, Sept 11: 'a good day to bury bad news' // <http://www.telegraph.co.uk/news/11-a-good-day-to-bury-bad-news.html> [3.02.2012]
14. 12. Présidentielle confidentielle : la fabrique des candidats // <http://madame.lefigaro.fr/societe/presidentielle-confidentielle-fabrique-candidats-140412-228278> [14.04.2012]