

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДГОТОВКИ ТА НАПИСАННЯ ТЕКСТУ ПРОМОВИ

Тема 5. Підготовка до публічного виступу

Зміст

- 5.1. Умови написання тексту успішної публічної промови.
- 5.2. Вивчення індивідуальних особливостей оратора
- 5.3. Техніка збору та оброблення інформації в процесі підготовки до написання промови.

5.1. Умови написання тексту успішної публічної промови

Чим вищий рівень професіоналізму і культури доповідача, тим менше часу потрібно йому для підготовки. Недосвідченим ораторам на підготовку необхідно більше часу, ніж досвідченим. Існує важлива закономірність, що пов'язана з тривалістю виступу. Чим коротший виступ, тим більше часу повинно витрачатися на його підготовку.

Звичайно, йдеться не про *виступ-репліку*, а про відповідальну промову, **коли за 5-7 хвилин необхідно переконати аудиторію**. Для того щоб знайти необхідні аргументи, які в найкоротший час переконують слухачів, потрібно:

- виконати величезну аналітичну роботу,
- відібрати найголовніше,
- вибудувати аргументи у відповідний ланцюжок так, щоб забезпечити переконливість виступу лектора.

Оратор повинен у 2-3 рази більше від слухачів знати про предмет своєї промови. Забезпечити таку перевагу у знаннях можна за рахунок загальної ерудиції, професійної підготовки та за рахунок безпосередньої підготовки перед виступом.

Де брати час для ґрунтовної підготовки?

У сучасному швидкозмінному світі інформація стрімко оновлюється, і щоб бути ерудованим, необхідно багато читати. Часу для читання катастрофічно не вистачає. Досвід відомих ораторів сучасності дозволяє назвати найбільш поширені та ефективні способи вирішення цієї проблеми:

- 1) освоїти техніку швидкочитання;
- 2) ефективніше використовувати час для читання;
- 3) освоїти систему раціонального витрачання часу;
- 4) використовувати метод Аврама Лінкольна.

Техніка швидкочитання дозволяє прискорити в 4-5 разів прочитуваність текстів при цілковитому їх засвоєнні. Досягається це **за рахунок спеціальної техніки сприйняття зорової інформації**. Навчитися цієї техніки можна самостійно, краще - на спеціальних заняттях. Перші два *прийоми швидкочитання*: не "промовляти" слова і не концентрувати погляд на прочитуваному слові, а "бачити" відразу цілий рядок.

Час на читання. Досвід показує, що попередній перегляд по діагоналі дозволяє економити багато часу. На думку В. Шейнова, по-справжньому цікаві, високоінформативні тексти зустрічаються досить рідко, і багато що з прочитаного - "словесне лушпиння". Тому потрібно **вчитись відокремлювати головне від другорядного**, економити час та зосереджувати увагу саме над цінною інформацією.

Цю думку підтверджує вислів відомого англійського філософа Ф. Бекона: "Одні книжки можна лише спробувати, інші - проковтнути і, нарешті, небагато - потрібно розжувати і переварити".

Виписки. Знайшовши у джерелах інформації **цікаву думку, необхідно обов'язково виписати її!** Д. І. Менделєєв говорить: "Знайдена, але не записана думка - це знайдений і втрачений скарб". Найпростіший вид запису - це виписки. Виписують те, що відноситься до теми чи її складових питань, а також матеріали, які можуть бути використані згодом. Проте цей вид записів не завжди здійснюється правильно. Найбільш типовою помилкою є те, що такі записи ведуть з обох боків аркуша паперу. Користуватися такими виписками незручно.

Джерела. Часто, здійснивши **виписку цікавої інформації, лінуються вказувати початкове джерело та автора матеріалу**. Такі записи важко, а інколи неможливо використовувати в подальшій роботі, оскільки забувається джерело інформації, у разі потреби не можна її уточнити, неможливо цитувати. Для того щоб виписками було зручно користуватися у майбутньому, варто правильно їх оформляти.

Рекомендується виписки робити на картках. Бажано, щоб вони були однакового розміру. На кожній картці робити не більше одного запису. У верхній частині картки вказують тему, до якої відноситься запис, потім - сам запис, в нижній частині - **вихідні дані джерела**:

- автора,
- назву книги,
- місце і рік видання.

Обсяг записів. Деякі, вивчаючи літературу, виписують відразу багато інформації, тобто все, що здається цікавим. Для цього витрачається багато часу, а виписаний матеріал часто залишається майже невикористаним, оскільки є широким і багатослівним. Тому захоплюватися виписками не варто!

Якщо джерело інформації (книжка, газета, журнал тощо) власне, доцільно зробити "розмітку" джерела. Ручкою, олівцем, фломастером виділяються

ключові слова, фрази або абзаци. За цієї умови повторний перегляд джерела дозволить зекономити час.

Раціональне використання часу. Метод А. Лінкольна полягає у тому, що лектор не повинен намагатися підготувати промову за тридцять хвилин, оскільки її не можна "спекти" на замовлення, як пиріг. **Промова має визріти. Для цього необхідно:**

- обдумувати її у вільний час,
- виношувати, не забувати про неї,
- обговорювати її з друзями,
- робити її предметом бесід,
- Ставити самому собі усілякі запитання з даної теми,
- записувати на папері всі думки і приклади, які згадалися.

Ідеї, міркування, приклади згадуватимуться Вами в різний час - під час відпочинку, прийому їжі, у транспорті тощо.

Цим методом користувалися майже всі успішні оратори.

План виступу. Для оратора повинен бути фарватером виступу, основою структури публічної промови. Досвід засвідчує, що цікаві, захоплюючі промови - це результат ретельно продуманого плану, вдалої її структури, логіки промови.

Текст виступу. Античні теоретики ораторського мистецтва вважали писання тексту промови єдиною правильним способом підготовки до публічного виступу. Цицерон стверджував, що потрібно якомога більше писати: "Як руханий корабель навіть після припинення веслування продовжує плисти звичним ходом, хоча натиску весел вже немає, так і промова у своїй течії, одержавши поштовх від письмових заміток, записів, продовжує йти тим же ходом, навіть коли замітки вже вичерпалися". Дійсно, написання промови - прекрасна школа логічного мислення. Саме у написаному вигляді простіше побудувати переконливий логічний ланцюжок думок у змісті інформації, побачити зайве чи те, чого не вистачає виправити недоліки написаного варіанта промови з тим, щоб не допустити помилок та прорахунків у самому виступі.

Внаслідок роботи над текстом можна створити досконаліший, переконливіший і коротший текст порівняно з його первинним варіантом.

"Лише за допомогою написання промови можна досягти її легкості",- запевняв римський оратор Квінтіліан.

В окремих випадках повне написання тексту виступу є обов'язковим. Наприклад, для особи, що захищає дисертацію або диплом.

Проте є й інша точка зору щодо недоцільності написання тексту лекції, оскільки це пов'язано з великими та непродуктивними витратами часу.

Переваги написання тексту виступу. Хоча написання тексту виступу - справа нелегка, тривала та відповідална, вона має багато переваг. Написану промову можна перевіряти, виправляти. Її можна показати колегам, дати на перевірку фахівцеві, що об'єктивно сприятиме поліпшенню змісту і форми

викладу, чого не досягнеш, якщо виступ існує в думці доповідача.

Написаний виступ легше запам'ятовується і довше утримується в пам'яті, ніж не оформлений у письмовому вигляді матеріал. Написаний текст *дисциплінує оратора*, дає йому можливість уникати повторень, недосконалих формулювань, запинань, робить його мову впевненішою тощо.

Спочатку варто писати начорно, не звертаючи уваги на стилістичні огріхи, а потім переписувати, виключаючи все зайве, виправляючи помилки, коректуючи неправильні і неточні вислови. *Писати краще на одному боці окремих аркушів.*

Тези виступу

Альтернативою повному тексту виступу є підготовка тез. За умови досвідченості лектора та знанні теми підготовка тез є достатньою умовою успішного виступу.

У змісті тез важливою є *фіксація ключових слів*. Їх використання скорочує, а головне - покращує виклад змісту виступу. Тому тези повинні об'єднувати ці ключові слова, для зручності вони мають бути виділені.

Репетиція

Дуже важливо побачити і почути себе з боку. Допомогти лектору в цьому може аудіо - чи відеозапис виступу під час репетиції. Особливо помітними є недоліки через декілька днів після репетиції.

Знамениті оратори витрачали багато часу на підготовку своїх промов. Як виявлялось, блискучі "експромти" ораторів були вдалими за рахунок попередніх репетицій. Відомо, наприклад, як ретельно готувався до своїх виступів відомий фізіолог І. П. Павлов. Кожен свій виступ він так відшліфовував на етапі підготовки, що після виступу, за свідченням його учнів, його можна було відразу подавати до друку.

Доцільно запросити на одну із завершальних репетицій кого-небудь, здатних вказати на недоліки виступу (своїх друзів, компетентних колег, досвідчених лекторів). Не варто хворобливо реагувати на зауваження, оскільки вони корисні для доповідача.

Чи зачитувати текст виступу?

Як показує досвід, зачитування промови не приносить успіху доповідача. Слухачі погано сприймають читання тексту, оскільки це ускладнює безпосередній контакт між оратором та аудиторією.

До того ж зачитування написаного виступу у багатьох асоціюється з *недостатнім знанням питання або із некомпетентністю доповідача*.

Зачитуючи текст, доповідач керується прагненням максимально донести зміст виступу до слухачів. Проте такий спосіб подачі інформації суттєво ускладнює емоційну складову її сприйняття аудиторією: коли доповідач занурюється в читання тексту виступу, слухачам важко довго утримувати на цьому увагу, оскільки письмове й усне мовлення - різновиди, кожний з яких має свої, відмінні від іншого особливості.

Заучування

Іноді, коли потрібно бути точним у формулюваннях, доводиться заучувати зміст промови. Наприклад, вітання на урочистому заході, зустрічі з діловими партнерами, бенкеті.

Якщо промова невелика, то це зробити порівняно нескладно. Якщо ж велика (лекція, доповідь), то вимагає значних витрат зусиль і часу доповідача. В цьому разі доцільними можуть бути такі прийоми: виступ з опорою на текст та тези виступу.

Виступ з опорою на текст. Написаний текст добре осмислюється, кілька разів прочитується (у тому числі і вголос), сприяє фіксації в пам'яті основних моментів.

Для цього текст виступу розмічується (наприклад, кольоровими фломастерами): *виділяються ключові фрази і слова, прізвища, найменування, найважливіші цифрові дані, цитати.*

Таким текстом легко користуватися під час виступу. Достатньо опустити погляд на сторінку, щоб відновити хід викладу думок, знайти потрібний матеріал. Виступ з опорою на текст створює враження вільного володіння матеріалом, дає можливість оратору упевнено поводитися з аудиторією.

Так само зручно користуватися *тезами виступу* з виділеними ключовими словами.

Обсяг виступу

Окреслюючи обсяг виступу, важливо не намагатися "втиснути" дуже багато матеріалу в обмежений час. Ще Шекспір говорив: "Де мало слів, там вагу вони мають". *Якщо ж матеріалу забагато* - це може зумовлювати під час виступу перевищення доповідачем відведеного часу, перескакування з одного на інше в процесі висвітлення змісту лекції, що, безумовно, негативно позначиться на якості виступу.

Не варто використовувати у виступі весь наявний матеріал. Тому його необхідно *структурувати відповідно до ступеня переконливості*: більш та менш переконливий. Більш переконливий використати у виступі, решту матеріалу можна згадати і запропонувати охочим ознайомитися з ним після доповіді або самостійно.

Щоб розрахувати обсяг виступу і не перевищувати час, слід виходити з того, що читання однієї сторінки машинописного тексту, надрукованого через півтора інтервали, якщо не робляться відступи, триває дві хвилини.

Назва промови чи виступу

Відомо, що дати назву доповіді для автора не завжди легка справа, оскільки вона має бути *лаконічною, виразною, привабливою*. Дотриматися усіх цих вимог у формулюванні назви лекції не просто. Зазвичай влучна назва приходить на завершальному етапі роботи над виступом. Нерідко коротке формулювання стрижневої ідеї є найбільш вдалою назвою. Доцільно мати і підзаголовок, що уточнює коротку назву. Це дозволяє уникнути непорозумінь та пов'язаних з ними

розчарувань слухачів щодо очікувань почути щось інше.

Загальні поради з підготовки до виступу

1. Із самого початку налаштуватися на успіх.
2. Почати готуватися відразу, не відкладаючи на останній момент.
3. Визначитися з метою виступу: якої реакції чи дій аудиторії Ви чекаєте в результаті виступу.
4. Визначитися з аргументами для переконання аудиторії.
5. Скласти план виступу.
6. Не бажано писати текст виступу повністю - це тільки ускладнить завдання.
7. Проводити репетиції свого виступу, спочатку підглядаючи в план, з кожною репетицією все частіше відриваючи погляд від паперу і все довше затримуючи його на уявній аудиторії.
8. Кожний пункт плану бажано записувати на невеликому прямокутнику з щільного кольорового паперу. Їх зручно тримати в руці під час виступу, звіряючись у разі потреби, не відволікаючи уваги слухачів та не справляючи враження не зовсім компетентного та невідготовленого лектора.
9. Проводити репетицію у присутності доброзичливої публіки: друзів або родичів.
10. Перед виступом обов'язково потрібно відпочити.

Поради з формування структури доповіді

1. Надавати суттєвої уваги початку виступу - він задасть відповідний тон на основну та заключну частини.
2. Надавати суттєвої уваги фіналу виступу - це закріпить досягнуте.
3. У вступі обов'язково потрібно сказати, скільки триватиме виступ і про що піде мова.
4. Ніколи на початку промови не говорити, що не готувалися. Не говорити також про своє хвилювання.
5. Пам'ятати, що початок і фінал виступу спрямовують до відчуттів і почуттів, а не до розуму слухачів.
6. Основна частина виступу повинна займати не більше трьох четвертих загального часу виступу. Одна четверта - це вступ і висновки.
7. Відповідати на запитання аудиторії необхідно в кінці основної частини виступу, перед завершальною.
8. Доцільно завчити перші та останні фрази свого виступу напам'ять.
9. Формуючи структуру виступу, продумуйте його тривалість на 20 % меншою відведеного на виступ часу.
10. Не вносити істотних змін у структуру виступу безпосередньо перед його початком.

Поради з підготовки приміщення для виступу

1. Розсадити учасників так, щоб усі бачили доповідача і він бачив кожного.
2. В аудиторії не повинно бути тих, хто сидить боком або спиною до

доповідача.

3. Якщо передбачається президія, вона повинна розміщуватись на одній лінії з оратором або бути трохи попереду.

4. Якщо стільців у залі більше, ніж учасників, варто поклопотатися, щоб слухачі розміщувалися щільно у перших рядах.

5. Прибрати з приміщення все і всіх, що не пов'язане з виступом.

6. Розставити мультимедіа обладнання так, щоб екран і фліп були ліворуч від доповідача.

7. Розставити меблі в аудиторії так, щоб доповідач міг вільно переміщуватися по ній, не ризикуючи що-небудь зачепити.

8. Оратор зі свого місця повинен бачити вхідні двері.

9. Розставити стільці і розсадити людей так, щоб ті, що спізналися, найменшим чином турбували тих, що прийшли вчасно.

10. Підібрати освітлення так, щоб зображення презентації на екрані було чітким.

5.2. Вивчення індивідуальних особливостей оратора

Ступінь ідіоматичності мови оратора. Ритмічна організація висловлювань. Манера спілкування. **Соціологічні чинники забезпечення ефективного мовленнєвого впливу:**

- вік,
- стать,
- професія,
- мова,
- віросповідання,
- місце проживання,
- національна приналежність тощо.

Відомий афоризм "якщо вам треба щось сказати, то найкраще- сказати саме те, що ви хочете" приводить нас до **проблеми стратегії і тактики**. Дійсно, про що ви збираєтесь говорити? Від початку треба з'ясувати, що ви маєте довести або розвинути. Все має бути чітко спланованим, виваженим, мати чітку спрямованість. З того, що ви хочете сказати складається **каркас вашої промови**, на який в подальшому нарощуватимуться інші елементи.

Наразі необхідно **усвідомити ключову думку**, яка є основою вашої промови. Все інше – факти, докази, приклади тощо – доповнюватимуть і розкриватимуть основну думку. Але нічого не повинно закривати те, заради чого створюється промова, і як говорив Плутарх, промови декотрих ораторів можуть бути такими, як кипариси: "Вони такі великі й красиві, але, на жаль, не мають плодів", недостатньо лише добре триматися під час виступу, треба щось і сказати; будь-яка аудиторія розраховує на те, задоволення не приходять від пустих слів.

Для того, щоб переконати аудиторію, необхідно додержуватися деяких правил, а саме: *слід розпочинати промову з великим прагненням досягти поставленої мети; належить твердо знати те, про що йтиметься*. Ораторові треба спрямувати всі зусилля на те, щоб привернути, немов присувати, до себе увагу аудиторії, зацікавити промовою слухачів з першої миті виступу.

Якщо людина не обміркувала, не спланувала заздалегідь промову, вона буде почуватися невпевненою перед слухачами і навряд чи зможе їх переконати у будь-чому.

Промова – це не просто набір речень, вона містить у собі низку певних елементів, без яких була б безглуздою і нікому не потрібною. По визначенні теми виступу і моделювання аудиторії (складання її портрета) важливо розробити стратегію промови (виявити основні її напрями), а потім будувати її тактику – мати зовнішню структуру доказу ідеї, реалізовувати в ході виступу відповідні принципи мовлення, способи та прийоми доказу.

Розглянемо тепер у загальних рисах, які елементи охоплює той складний процес, що дістав назву "**розробка стратегії і тактики промови**".

Стратегія оратора – це загальний, всебічний *план досягнення цілей*, вона представляє собою розробку *основних напрямків промови*.

Тактика виступає як:

- сукупність прийомів, методів реалізації стратегії,
- це зовнішньомовна структура промови,
- форма розкриття основної ідеї виступу оратора.

В ораторському мистецтві **стратегія** – це:

- загальна схема спілкування,
- загальний план його організації,

Тактика ж – система послідовних дій, що веде до реалізації обраної стратегії.

Стратегію визначають:

- мета (спільна чи індивідуальна)
- комунікативні установки (маніпулятивні чи гуманістичні),
- характер спілкування (діалогічний чи монологічний).

У деяких випадках люди, спілкуючись, можуть і не ставити будь-якої мети, це вірно. Однак, коли оратор готує виступ перед аудиторією, то він завжди ставить певну мету, ретельно обмірковуючи і точніше формулюючи її.

В залежності від мети, стратегії можуть бути різноманітними.

Наприклад:

- гуманістично-діалогічні, коли оратор бажає досягнути *спільної мети з аудиторією*,
- маніпулятивно-монологічні, якщо промова спрямована *на задоволення індивідуальної мети оратора*.

Одну і ту ж стратегію можна втілити в різних тактиках. **Побудова**

стратегії залежить від:

- індивідуальних особливостей оратора,
- специфіки аудиторії, на яку розрахована певна промова,
- від їх системи цінностей, інтересів, соціальних установок.

Побудова тактики базується, перш за все, на знаннях про ситуацію та особливості співрозмовників (оратора й аудиторії). Стратегія впливає на тактику, визначаючи в ній систему дій, яку застосовує оратор, передаючи певну інформацію.

Будь-який вплив співвідноситься з метою оратора, з закріпленням або реконструкцією установок, поглядів, почуттів, взаємної дії тощо і це має бути відбитим у стратегії і тут тактика вирішує питання способів впливу. Скажімо, в одній аудиторії для досягнення мети (наприклад, зміни установки) необхідно використати навіювання, в іншій аудиторії – наслідування, в наступній – психологічне: зараження тощо, адже всі види впливу не однакові, вони мають свою специфіку і застосовуються за певних умов.

Отже, **стратегія дій становить таку послідовність:**

- необхідно визначити установки;
- вичленувати з концепції запитання, що розраховані на певну аудиторію;
- знайти систему коротких відповідей суб'єкта на поставлені запитання, зробити їх аналіз;
- сформулювати тезу, тобто основну думку промови.

Стратегія, хоча і являє собою певне уточнення концепції, все-таки є досить загальним явищем, яке потребує подальшої конкретизації:

- розгортання тези та її обґрунтування,
- нейтралізації опонентів,
- схилення на свій бік тих, хто вагається.

Щоб досягти даної мети, необхідно розробити тактику виступу.

Тактика оратора. Тактика являє собою *систему дій, спрямованих на ефективну реалізацію стратегії.*

Змістом тактики є аргументація і активізація мислення та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії. Тактику можна визначити як зовнішньомовну побудову промови, як сукупність принципів, способів та прийомів розгортання тези.

Аргументація засновується на логічному обґрунтуванні суб'єктом тези шляхом доказу, переконання. **Аргументація – явище комунікативне, яке містить два аспекти:**

- гносеологічний (пізнання предмета, поглиблене його розуміння, пошук істини, поширення істинних думок та їх обстоювання);
- етичний (оратор та аудиторія визнають себе рівноправними сторонами пізнання істини).

Аргументація як частина тактичного закону спрямована головним

чином на реалізацію завдання (переконання), тобто передбачає активну діяльність передусім з боку оратора, при цьому аудиторія знаходиться у більш-менш пасивному стані (набуває нової інформації). **Для цілковитого досягнення установки необхідно, щоб аудиторія:**

- вбирала інформацію, нехай навіть дуже сумлінно,
- активно її опрацьовувала,
- проектувала на себе, на свою діяльність, свій досвід,
- щоб аудиторія виявлялася на рівні застосування набутих знань.

Для здійснення цього необхідно звернутися до іншої частини тактичного закону – **активізації** мисленнєвої та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії, яка спрямована на реалізацію надзавдання, тобто досягнення практичної мети – спонукування до дії.

Активізація передбачає таку послідовність дій:

- необхідно зацікавити аудиторію;
- створити в аудиторії атмосферу розмірковування;
- вивести аудиторію на рівень обговорення.

Насамперед **слід зацікавити аудиторію**, тобто передати емоційно-естетичний мотив адресату, що **досягається використанням:**

а) **аудіовізуальних прийомів** такими, як:

- статичні (графіки, таблиці, малюнки, схеми);
- динамічних (відеоматеріали тощо.).

Відомо, що ця група прийомів становить основу близько 20 % засвоєння інформації, концентрує увагу слухачів, знімає втому.

б) **психологічних прийомів** наприклад:

- реклами, за допомогою якої можна захопити аудиторію ще на початку комунікативного етапу;
- шокової терапії, тобто створення несподіваного ефекту, який дозволяє швидко переключати увагу аудиторії, концентрувати її на потрібних мовцеві аспектах, знімати втому слухачів і, головне, оперативно збуджувати зацікавлену аудиторію і підтримувати її в процесі спілкування.

Завдяки **першому етапу активізації** можна уникнути морально-дисциплінарного мотиву спілкування, позбавитися байдужого ставлення, викликати особистісну потребу спілкування, вийти на другий ступінь розуміння питань, що обговорюються, вищий рівень осягнення змісту предмета.

Сутність **другого етапу активізації** – створення в аудиторії **творчої атмосфери розмірковування** – полягає в том щоб викликати у слухачів потребу обміну думками з приводу питань, що обговорюються. Це досягається логічними, психологічними та дидактичними засобами.

Цей **етап активізації** мисленнєвої та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії (**міркування**) **сприяє:**

- появи інтелектуально-пізнавального мотиву,

- нейтралізації байдужого ставлення,
- розвитку особистісної та професійної потреби,
- поглибленню розуміння проблеми.

Нарешті, **третій етап активізації** – виведення аудиторії на рівень обговорення та прийняття рішення – передбачає **пошук загальних точок зіткнення**, який досягається логіко-психологічними та аудіовізуальними прийомами.

Третій етап активізації (обговорення) сприяє:

- закріпленню інтелектуально-пізнавального мотиву,
- розв'язанню конфліктних ситуацій,
- встановленню конструктивних відносин,
- розвитку суспільної потреби,
- досягненню глибинного рівня розуміння.

Тактика, таким чином, дозволяє ораторові знайти ефективні засоби впливу на аудиторію, завдяки чому здійснюється реалізація установки (**завдання та надзавдання**) і розгортання тези.

5.3. Техніка збору та оброблення інформації в процесі підготовки до написання промови.

Техніка збору та оброблення інформації в процесі підготовки до написання промови.

Характеристики інформації:

- повнота,
- сучасність,
- точність.

Техніка роботи з джерелами.

Використання промов попередніх ораторів.

Інтерв'ю із спеціалістами як засіб отримання якісної та достовірної інформації.

Вміння шукати джерела інформації

Вміння працювати з джерелами інформації

Вміння аналізувати інформацію

Вміння сприймати інформацію

Вміння створювати та передавати об'єктивну інформацію

Вміння використовувати та застосовувати інформацію

Вміння систематизувати інформацію

Технічна спритність при роботі з інформацією

Володіння технікою моніторингу

Вміння комунікувати з різними стейкхолдерами

Вміння працювати з інформацією в стресових ситуаціях
Вміння об'єктивно сприймати інформаційний плюралізм
Вміння працювати з дезінформацією
Вміння працювати з великими обсягами інформації
Вміння будувати автоматизовані системи обробки інформації
Вміння ідентифікувати пріоритети у великому масиві інформації
Вміння застосовувати фільтри аналізу інформації
Вміння використовувати інноваційні способи роботи з інформацією
Вміння уникати маніпулятивного впливу інформації
Вміння визначати інформаційну цінність джерела (недооцінка/переоцінка)
Навички Е-урядування

Література

1. Кацавець Р.С. Ораторське мистецтво: підручник / Р. С. Кацавець. – 2-ге вид., доповн. – К.: Алерта, 2018. – 216 с. <http://www.alerta.kiev.ua>
2. Ораторське мистецтво: навч.-метод. посіб. / авт.-уклад. : І. М. Плотницька, О. П. Левченко, З. Ф. Кудрявцева та ін. ; за ред. І. М. Плотницької, О. П. Левченко. – 2-ге вид., стер. – К. : НАДУ, 2011. – 128 с.
3. Ораторське мистецтво : підручник / М. П. Требін, Г. П. Клімова, Н. П. Осипова та ін. ; за ред. М. П. Требіна і Г. П. Клімової. – 2-ге вид. – Х. : Право, 2015. – 208 с
4. Почепцов Г. Агенти впливу й тексти впливу [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/8505>.
5. Почепцов Г. Спічрайтер і його робота [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/4079>.
6. Прокопчук Л.В. Риторика. Модульний курс: навч. посіб./ Л.В.Прокопчук. – Вінниця: Нілан-ЛТД, 2017. – 206с.
7. Риторика: навч. посібн. (упор. Т.К.Ісаєнко, А.В.Лисенко). – Полтава: ПолтНТУ, 2019. –247с.

Питання для самоконтролю:

1. Які існують умови написання тексту успішної публічної промови.
2. Які індивідуальні особливості повинен мати оратор для успішного виступу.
3. Що розуміють під собою соціологічні чинники забезпечення ефективного мовленнєвого впливу.
4. Яка поведінка оратора під час виступу.
5. Яка техніка збору та оброблення інформації в процесі підготовки до написання промови?