**Практичне заняття 6**

 **Спічрайтерство в роботі секретаря-референта**

**План**

1. Спічрайтерська діяльність у роботі секретаря-референта. Поняття про спічрайтерство.
2. Складові опрацювання теми: аспектуалізація, класифікація, вироблення авторської позиції. Техніка написання роботи.
3. Різновиди текстів усних жанрів: промова і доповідь. Підготовка тексту усного виступу керівника. Мета і зміст усного виступу. Структура виступу.
4. Особливості особистості керівника й підготовка виступу для нього. Способи наближення письмового тексту до усного.

**🖉Основні терміни і поняття**: спічрайтерство, джерела інформації, конспектування (реферування), картографування, ксерокопіювання, аспектуалізація, класифікація, вироблення авторської позиції, промова і доповідь

**Метою практичного заняття є** з’ясувати поняття спічрайтерської діяльності у роботі секретаря-референта, ознайомитися з етапами роботи,, вивчити різновиди джерел інформації, способи фіксування інформації, різновиди текстів усних жанрів, та технологію підготовки тексту усного виступу керівника.

**🕮Методичні рекомендації**

🕭**Перше питання** присвячене висвітленню основних аспектів спічрайтерської діяльності у роботі секретаря-референта.

Під час підготовки до цього запитання, зверніть увагу на таку дефініцію:

**Спічрайтинг** – підготовка і написання текстів для **усних** виступів перед аудиторією.

Треба зазначити, що послуги спічрайтерів особливо вимогливі в соціально-політичних процесах суспільства. Це явище широко поширене в політичних технологіях. Написання тексту в спічрайтингу відбувається під контролем автора тексту. При необхідності вказується, які правки варто внести до тексту виступу, на чому зробити акцент і чому, навпаки, приділити мінімум уваги при написанні мови.

Запам’ятайте, що завдання спічрайтера – передати думки **максимально цікаво** для аудиторії, щоб виступ запам’ятався і залишив приємні враження.

Спічрайтер виконує такі**функції***:*

* інформаційно-довідкове документальне забезпечення підприємства;
* швидке і ефективне написання релізів, статей, доповідей;
* - документування нарад на підприємстві;
* - оперативне організаційне обслуговування керівництва.

Спічрайтерство ділиться на:

1. політичне (призначене для політичних лідерів);
2. ділове (призначене для керівників).

Спічрайтер враховує всі нюанси при написанні тексту: мету виступу, перспективну аудиторію, характер промовця, його лексичний запас, манеру говорити і складає текст, який справить на слухача необхідне враження. Специфікою роботи спічрайтера є те, що він має завжди залишатися «в тіні». Чим непомітніше його робота, тим краще для його кар’єри. Хороший спічрайтер володіє наступними межами: гуманітарним складом розуму, комунікативною культурою, професійними навиками роботи з текстом, умінням чітко і лаконічно виражати свої думки у письмовій формі, ерудицією і високою загальною культурою, професійною підготовкою як фахівець із зв’язків з громадськістю, креативністю, емоційною стійкістю в стресових ситуаціях, відповідальністю.

🕭**Друге питання** присвячене складовим опрацювання теми (аспектуалізації, класифікації, виробленні авторської позиції), аналізується техніка написання спіча (промови).

Під час підготовки відповіді на запитання, зверніть увагу на такі **моменти**:

Перед початком роботи спічрайтер(ка) аналізує:

* Тему і проблему, яку висвітлюватиме текст.
* Аудиторію, на яку він буде розрахований.
* Час доби, місце, інші обставини, в яких буде виголошуватися промова, здійснюватися виступ.
* Час, який спікеру відведено для виступу (оптимально – до 15 хвилин, але можливі як довші, так і коротші виступи залежно від статусу спікера і обставин).
* Фактаж, цитати – які мають бути достовірними і мати підтвердження із надійних джерел, не базуватися на чутках.
* Ризики потенційних репутаційних втрат – відсутність расистського, сексистського, націоналістичного чи іншого лінгвістичного ряду, що може сприйматися різко негативно певними частинами цільової аудиторії, референсів до неприйнятних авторитетів, чутливих подій чи дат.
* Відповідально ставиться до структури і стилістики тексту, пам’ятає про аудіальний (для слуху, а не для читання) формат, залишає місце для стриманих, проте доречних емоцій.

🕭Відправним моментом відповіді на **третє питання** є вивчення різновидів текстів усних жанрів (промова і доповідь) та основ ораторської майстерності

Опрацьовуючи матеріали, зверніть увагу на те, що в практичній роботі секретаря-референта досить часто виникає необхідність публічного виступу на тих чи інших заходах. Отже, він має знати хоча б елементарні основи ораторського мистецтва, володіти методами і прийомами успішного публічного виступу. Адже, перебуваючи в аудиторії в ролі слухачів, ми й не замислюємось над тим, чому одного виступаючого ми згодні слухати годинами, а інший викликає незадоволення уже після 5 хв. спілкування. Очевидно, що перший оратор володіє секретами ораторського мистецтва, другий – ні.

Зверніть увагу на такі основні моменти у підготовці публічних виступів (за Н. П. Осиповою).

Мистецтво вдалого виступу можна визначити як комплекс знань, умінь і навичок оратора щодо підготовки і проголошення переконливої промови. Маємо на увазі цілий комплекс знань і умінь:

* формулювання проблеми;
* висунення ідеї (знаходити предмет розмови);
* мистецтво побудови самої промови, її композиції;
* знання прийомів впливу на аудиторію,
* уміння доводити і спростовувати, вміння переконувати;
* мовна майстерність.

Предмет ораторського мистецтва розкривається через низку законів: аудиторії, стратегії, тактики, мовного (мовленнєвого), ефективної комунікації (динаміки діяльності оратора) та контрольно-аналітичного (рефлексії). Сутність закону аудиторії така: **не існує безадресних промов.** Тобто, кожна промова має свого певного, конкретного адресата, аудиторію, і чим краще оратор знає свою аудиторію, чим ретельніше він окреслить її портрет, тим ефективнішою буде його промова.

**☝Закон аудиторії** формує і розвиває в ораторові вміння вивчати систему ознак аудиторії (формально-ситуативних, соціально-демографічних, соціально-психологічних) і, спираючись на них, вести прицільний пошук ідеї та шляхи подальшого її розкриття.

**Закон стратегії** вимагає від оратора розробки основних напрямків промови програми діяльності з урахуванням характеристики аудиторії. Під напрямками діяльності розуміється послідовне, поетапне визначення мети діяльності, тобто цільової установки, що складається, насамперед, з завдання й надзавдання та тези, головної ідеї промови. Закон стратегії формує і розвиває в особистості вміння розробляти програму діяльності на основі певної концепції знань і зважаючи на характеристику аудиторії. Під тактикою оратора розуміється сукупність принципів, способів і засобів (прийомів) реалізації стратегії, тобто розгортання й доведення тези. Цей закон формує і розвиває в особистості вміння оперувати фактами, вибудовувати композицію при застосуванні комплексу основних принципів (логічних та дидактичних), композиційних прийомів та вибору способів розгортання тези. Крім того, тактика – це і використовування засобів активізації мисленнєвої активності аудиторії.

***Мовний закон*** говорить про те, не можна говорити однаково в різних аудиторіях. Кожна аудиторія потребує як певної лексики і певного стилю, так і дотримування мовної норми; грамотності, повної ясності, відповідності ситуації й теми спілкування. Наслідком дотримування мовного закону є вміння людини втілювати свою думку в словесну дію – інтелектуальну і чуттєву (передаючи зміст думки і своє ставлення до неї вербальним способом і підбором емоційно забарвлених слів).

**Закон ефективної комунікації** (динаміки діяльності оратора) є законом «виконання» вже підготовленої промови. Під час спілкування виявляється, що «словесна дія» може відбуватися зовсім не так, як її підготував промовець. Сприйняття думки аудиторією буде тим ефективнішим, чим краще оратор зможе встановити, зберегти і закріпити контакт з нею (аудиторією). Від цього залежить результат промови, реалізація мети оратора.

**Контрольно-аналітичний закон** – це оцінка оратором власного стану; результатів мовної діяльності (промови), це вміння оцінювати якість і ефективність виступу. Закон формує і розвиває в особистості вміння рефлексувати, виявляти й аналізувати власні відчуття, робити висновки з помилок – своїх і чужих, а відтак, вміти аналізувати публічні виступи і знати ймовірні практичні результати впливу проголошеної промови.

Врахуйте, що починається діяльність оратора з вивчення аудиторії (не з вивчення проблеми, бо мається на увазі, що оратор виступає перед аудиторією з тих проблем, в яких він обізнаний).

Після того, як оратор знайшов місце кожному арґументу, вивірив композиційну форму промови, можна приступати до її вербального оформлення, стилістичного та технічно-мовного (обмірковувати й визначати необхідну інтонацію, аби вірно передати зміст думки і своє ставлення до неї).

Наступний етап – виконавчий (підготовка вже закінчена), коли оратор виголошує свою промову.

Розглядаючи третє питання, також зверніть увагу на такі моменти.

☝Існує ***п’ять основ ораторського мистецтва: лінгвістична (мовна), техніко-інтонаційна, психологічна, педагогічна (дидактична), логічна.*** Чотири перші можна назвати зовнішніми, вони впливають опосередковано; остання – внутрішня, вона впливає безпосередньо.

Таким чином, кожен оратор, усвідомлює він це чи ні, має три «обличчя»:

1. Це особа, яка професійно висловлюється про певний предмет, тобто має :

а) фундаментальні знання у певній галузі;

б) знання найбільш типових точок зору;

в) розуміння гострих проблем з предмета промови.

2. Це виразник громадської думки і вихователь: підкоряється при здійсненні ораторської діяльності принципам:

а) відповідності особистої поведінки тим ідеям, які він проголошує у своєму виступі;

б) єдності слова і справи;

в) неухильного дотримання етичних стосунків з аудиторією.

3. Це людина, яка не тільки досконало володіє прийомами доказовості ораторської майстерності, а також має такі риси:

а) любов до істини;

б) ясність мислення й висловлювання;

в) емоційність;

г) повагу до аудиторії.

**☝Соціально-психологічні способи які є внутрішніми механізмами контакту для концентрації уваги слухачів:**

**Зараження** – це несвідома, мимовільна схильність людини до визначеного психологічного стану. Воно здійснюється як передача особистості психічного настрою іншої особистості, що володіє великим емоційні зарядом. При цьому емоційне співпереживання оратора і аудиторії в процесі виступу виступає одночасно і як фон, і як основний пусковий механізм їхнього контакту. Складніші справи щодо механізму наслідування, що грало завжди велику роль в історії ідей, смаків, моди, звичаїв.

**Наслідування** – це імітація людиною якихось зовнішніх рис і зразків поведінки, манер, учинків, що характеризуються визначеною раціональною й емоційною спрямованістю. Тобто значення і зараження, і наслідування в тому, щоб забезпечити такий стан аудиторії, коли підсилюється момент єдиного співпереживання слухачів і оратора. А це допомагає кращому засвоєнню інформації.

**Навіювання** – це словесний вплив особистості на людей. Це такий спосіб комунікативного впливу, що розрахований на некритичне, бездоказове сприйняття інформації. Володіння «ефектом навіювання» припускає знання двох основних груп умов. Перша група пов’язана з тим, кому вселяють, друга – з тим, хто вселяє. Сприйнятливість навіювання залежить від віку, від індивідуальних особливостей людини, її переконань, волі, емоцій і т.ін. «Ефект навіювання» багато в чому залежить від внутрішнього стану особистості. Одна і та сама людина в один час доже піддатися навіюванню, а в інший – не може. Це трапляється, коли людина стомлена або переживає розгубленість, страх. У такі хвилини треба вміти «перекрити» цей стан і привернути до сприйняття необхідної інформації.

**Переконання** – логічно обґрунтоване впровадження у свідомість слухачів певних положень. За допомогою переконань можна досягти перебудови свідомості, мотивів діяльності, сформувати бажання, змінити спосіб життя особистості.

**☝Педагогічні прийоми переконання:**

**Показ** і **роз’яснення наслідків** певного учинку. Оцінка вчинку, обґрунтування його правомірності (або не правомірності) впливають на почуття і розум, сприяють переосмисленню людиною своєї поведінки. Інший прийом – порівняння дій того або іншого індивіда з поведінкою авторитетних людей, літературних героїв тощо. Інтонація може донести до 40 % інформації. Міміка і жести також впливають на сприйняття.

**Стратегія і тактика оратора.** 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 накладатимуться інші елементи.

Наразі необхідно уяснити ключову думку, яка є основою вашої промови. Все інше – факти, докази, приклади – 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».

🕭Під час підготовки відповіді на **четверте питання**, зосереджуємося на **особливостях особистості керівника й підготовки виступу для нього.**

Зверніть увагу, що 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 є певним уточненням концепції, все-таки є досить загальним явищем, яке потребує подальшої конкретизації: розгортання тези та її обґрунтування, нейтралізації опонентів, схиляння на свій бік тих, хто вагається. Щоб досягти даної мети, необхідно розробити тактику виступу.

**Тактика оратора**. Тактика є системою дій, спрямованих на ефективну реалізацію стратегії. Змістом тактики є арґументація і активізація мислення та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії. Тактику можна визначити як зовнішньомовну побудову промови, як сукупність принципів, способів та прийомів розгортання тези. Арґументація засновується на логічному обґрунтуванні суб’єктом тези шляхом доказу, переконання.

 **Арґументація** – явище комунікативне, яке містить два аспекти : **гносеологічний** (пізнання предмета, поглиблене його розуміння, пошук істини, поширення істинних думок та їх обстоювання) і **етичний** (оратор та аудиторія визнають себе рівноправними сторонами пізнання істини). Арґументація 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 не тільки вбирала інформацію, нехай навіть дуже сумлінно, але й досить активно її опрацьовувала, тобто проєктувала на себе, на свою діяльність, свій досвід, іншими словами, щоб аудиторія виявлялася на рівні застосування набутих знань.

Насамперед варто зацікавити аудиторію, тобто передати емоційно-естетичний мотив адресату, що досягається використанням аудіовізуальних прийомів як статичних (графіки, таблиці, малюнки, схеми), так і динамічних (відеоматеріали і т. ін.); відомо, що ця група прийомів становить основу близько 20% засвоєння інформації, концентрує увагу слухачів, знімає втому.

**☝Основні етапи підготовки промови:**

**1. Вибір теми.** Підготовка до будь-якого виступу розпочинається з визначення теми промови. При цьому можливі різні ситуації: або пропонують виступити з певною темою, тобто тема є заданою, або тему виступу ви обираєте самі. В першому випадку оратору необхідно лише конкретизувати її. Складніша справа – визначити і сформулювати свою тему виступу. Інколи тему промови підміняють її об’єктом:

* + - Обирайте тему, яка відповідає вашим знанням і інтересам. По-перше, подумайте про ті галузі знання, в яких ви маєте особливий досвід або теоретичну підготовку. По-друге, поспілкуйтесь на будь-яку цікаву тему зі своїми товаришами чи друзями. По-третє, зверніться до книги. Продивіться довідники, свіжі журнали і газети.
		- Підбирайте доречну тему. Настрій аудиторії залежить від місця і часу. В аудиторії він один, в приватному житті – інший. В побутовій ситуації слухачі сприйматимуть як досить природну річ те, що в аудиторії їм може здатися нецікавим, смішним, шокуючим.
		- Обирайте тему, яка відповідає аудиторії. Тема повинна бути досить цікава, досить важлива, досить зрозуміла для слухачів. Для того, щоб вирішити, чи буде вона відповідати цим вимогам, необхідно мати уявлення про рівень знань слухачів, їх виховання, вік, особливі інтереси. Обравши тему, потрібно подумати про її формулювання.
		- Збирання матеріалу. Якщо зміст промови взято не тільки з особистих переживань, матеріал можна добирати з багатьох джерел. Прочитайте не одну, а декілька журнальних статей, зберіть інформацію не з однієї, а з декількох з них. Розкрийте точки зору різних авторів, зіставте їх. Поспілкуйтеся з оточенням, запишіть думки і факти, що приходять в голову і про які прочитали.

**Підбір матеріалів для ораторської промови.** Існує чотири основних джерела накопичення матеріалу:

1) особистий досвід;

2) роздуми і спостереження;

3) інтерв’ю і бесіди;

4) читання.

Не обов’язково використовувати завжди всі перелічені джерела, але при всіх умовах необхідно обмірковувати питання і обов’язково заглядати в книжки.

**Основні джерела:**

* офіційні документи;
* наукова, науково-популярна література;
* довідникова література: енциклопедії, енциклопедичні довідники, довідники з різних галузей знань, лінгвістичні довідники, бібліографічні покажчики. Ці джерела доцільно використовувати для дискусій, тематично обмежених і базованих на загальновизнаних авторитетних даних;
* художня література;
* статті з газет і журналів.

**❓ Питання для самоконтролю**

1. Розкажіть про спічрайтерську діяльність у роботі секретаря-референта. Які компоненти включає в себе спічрайтерство?
2. Назвіть основні складники опрацювання теми?. Які етапи техніки написання промови чи доповіді?
3. Які знання допоможуть опанувати перешкоди у спілкуванні з аудиторією та які існують психологічні і педагогічні прийоми усунення перешкод у психологічній організації аудиторії?
4. Які різновиди текстів усних жанрів ви знаєте? Розкажіть про підготовку тексту усного виступу керівника.
5. У чому полягають мета і зміст усного виступу?
6. Як особливості особистості керівника впливатимуть на підготовку виступу для нього? Які способи наближення письмового тексту до усного Ви знаєте?

✍**Практичні завдання**

1. Ознайомтеся з процесом спічрайтерства. Підготуйте 4 власні матеріали (або більше, з них – обов’язково 2 промові і 2 доповіді) для різних типів керівників, склавши на початку їхні психологічні портрети. У чому будуть їхні особливості?
2. Підготуйте невеликі візуальні презентації до ілюстрування своїх спічрайтерських текстів, підготовлених у завданні 1. Наскільки необхідним на сьогодні є візуальний супровід будь-якої промови? Коли, на вашу думку, він необхідний, а коли його варто (або можна) уникати?

**🕮Список рекомендованої літератури:**

1. Беспянська Г. В. Діловодство. Київ : Університет «Україна», 2005. Ч. 2. 418 с.
2. Блощинська В. А. Сучасне діловодство : навч. посіб. Івано-Франківськ : Ін-т менеджменту та економіки, 2000. 270 с.
3. Варенко В. М. Референтна справа. Київ : Вид-во «Центр учб. літ-ри», 2016. 196 с.
4. Дзвінчук Д. І. Психологічні основи ефективного управління. Київ : НІЧЛАВА, 2000. 280 с.
5. Осипова Н. П. Стратегія оратора : проблеми культурфілософської рефлексії. *Культура України.* 2014. Вип. 47. С. 65-74. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ku\_2014\_47\_10
6. Середа Н. В. Основи риторики для бізнес-лідерів : ефективний публічний виступ : навч. посіб. Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. 40 с.