

УДК 808.51

DOI: 10.31499/2307-4906.4.2023.292334

МОДЕЛЬ ОРАТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ольга Красницька, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри суспільних наук, Національний університет оборони України.

ORCID: 0000-0002-0417-3318

E-mail: Olya271272@ukr.net

Ораторська діяльність є процесом і засобом інформаційного, когнітивного, емоційного, психологічного та поведінкового впливу оратора на аудиторію, аудиторії на оратора, завдяки чому обоє змінюються, розвиваються та вдосконалюються. Уперше презентовано модель ораторської діяльності, що складається з елементів, які відтворюють її сутність та в яких оратор відчуває гостру потребу для забезпечення ефективності шляхом виконання певних дій, досягнення конкретних цілей, реалізації комунікаційної стратегії (публічний виступ, зворотний зв'язок, рефлексія, підготовка до промови).

Ключові слова: оратор; аудиторія; публічний виступ; ораторська діяльність; вплив; зворотний зв'язок; рефлексія; комунікація; контент промови.

THE ORATORY ACTIVITY MODEL

Olha Krasnytska, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Social Sciences, National Defense University of Ukraine.

ORCID: 0000-0002-0417-3318

E-mail: Olya271272@ukr.net

Public speaking is a process and the informational means, cognitive, emotional, psychological and behavioral impact of the speaker on the audience. However, an issue arises of the effectiveness of such influence and receiving mutual feedback from the audience, which will ensure the achievement of goals, satisfaction of the needs, interests and requests of both subjects of the oratory activity. In order to realize the famous expression of Emil Coe "Every day I use all possible ways to become the best", submitted for consideration the ready-made tools of personal and professional development, formation and of a professional speaker self-improvement.

For the first time, the developed model of oratorical activity is presented, consisting of elements that reproduce its essence, and in which the orator feels an urgent need to ensure effectiveness by performing certain actions, achieving specific goals, implementing a communication strategy. The model elements (public speaking, feedback, reflection, speech preparation) at the same time reflect the sequence and interconnectedness of the speaker's actions which ultimately lead him/her to development, self-expression, the development of an oratorical style, the acquisition of oratorical experience, enrich knowledge and skills, open wide opportunities for communication, self-knowledge and others, creative search, self-improvement, encourage a gradual ascent to the top of the public speaking skills.

Public speaking is presented as a kind of the communication platform, perception, understanding, interaction, knowledge, cooperation, influence, where public speaking is the main unit and means, and preparation for it is the key to achieving goals.

Keywords: speaker; audience; public speaking; oratorical activity; influence; feedback; reflection; communication; speech content.

Упродовж усієї історії розвитку психологічної та педагогічної наук дискусійною є проблема впливу. Ми впливаємо один на одного у процесі спілкування, взаємодії, сприйняття, у процесі виконання певної діяльності, спільної чи опосередкованої роботи. Водночас є люди, які здійснюють значно більший вплив на інших, – лідери, вчителі, викладачі, оратори. Дослідники питань лідерства (Т. Веделл-Веделлсборг, Б. Джордж, М. Кості, Дж. Максвелл, Я. Мулфейт, П. Сімс, С. Сінек) доходять спільної думки, що лідерство починається із впливу, а лідери, зі свого боку, є в кожній організації, підрозділі. Оратори – лідери для аудиторій, із якими працюють, перед ким виступають (К. Галло, Р. Кушнір). Згідно з дослідженнями Р. Коха та Б. Трейсі, час, який ми приділяємо іншим – час впливу на них, час, який ми приділяємо собі для навчання – час, завдяки якому зможемо покращити вплив і на себе, і на інших.

Р. Чалдині у світовому бестселері «Психологія впливу» описує принципи послідовності, взаємного обміну, соціального доказу, авторитету, прихильності, дефіциту з погляду їх застосування в житті та діяльності й зокрема впливу. Правилу особистого матеріального інтересу, коли людина хоче отримати якомога більше, а заплатити якомога менше за свій вибір, дослідник приділяє особливу увагу, пронизуючи ним усю свою працю [11]. Водночас це правило стосується також і нематеріальних речей, світу навчання, спілкування, часу, мотивації та розвитку. О. Хміляр вказує на те, що, здійснюючи певний психологічний вплив на людину, можна реалізовувати різноманітні задуми. І ця ідея вже відома досить давно. Нині вона охоплює цілу індустрію механізмів та методів [10, с. 122].

Ми ж у статті хочемо показати, як можна здійснювати конструктивний вплив на свідомість, почуття, думки, поведінку й дії інших через знання, інформацію, публічні виступи. Згідно з відомим висловом Еміля Коу, «щодня я використовую всі можливі способи стати кращим». Тож як допомогти собі та іншим стати кращим? Які засоби, інструменти можна для цього використати? Що матиме двосторонній вплив? Як, здобуваючи й передаючи свої знання, можна впливати на інших та вдосконалювати себе?

Ораторська діяльність є процесом і засобом впливу оратора на аудиторію, аудиторії на оратора, завдяки чому обоє змінюються, розвиваються та вдосконалюються. Оратор, як ми вже неодноразово зазначали в публікаціях, публічних виступах на наукових конференціях і навчальних заняттях із риторики й лідерства, здійснює інформаційний, когнітивний, емоційний, психологічний та поведінковий вплив на слухачів. Ораторська діяльність виражається через свідому активність спікера (лектора), динамічну систему його цілей, мотивів, засобів, дій [6].

Вплив оратора на аудиторію здійснюється через правильне кодування й декодування повідомлень, оригінальний і цікавий контент, чітко сформовану інформаційну магістраль у публічному виступі, взаємодію спікера зі слухачами, установлення контакт та довіру між ними, управління увагою аудиторії, правильно побудовану стратегію й тактику виступу. Зворотна реакція та зворотний зв'язок від слухачів безпосередньо під час промови й після неї забезпечує вплив аудиторії на оратора. Рефлексія та підготовка до кожного публічного виступу дають змогу спікеру з'ясувати свої сильні й слабкі сторони, знайти шляхи самовдосконалення, відшукати інструменти для особистісного та професійного розвитку, упевнено працювати з різними аудиторіями, ставати для них корисним і бути затребуваним фахівцем.

Ораторська діяльність є своєрідним майданчиком комунікації, сприйняття, розуміння, взаємодії, пізнання, співпраці, впливу. Оратор, готуючись до виступів, спілкуючись із різними аудиторіями, пізнає їхні погляди, бачення, інтереси, цінності, потреби, отримує від них запити, вивчає їхній досвід, навчається працювати з різними особистостями й індивідуальностями, фахівцями різних рівнів, компетенцій, корпоративних культур і звичаїв. Натомість оратор розкриває себе перед аудиторією, демонструє погляди, систему знань, ставлень, виявляє особистісні й професійні якості, культуру поведінки та спілкування, культуру мислення, мовлення і слухання, виражає професійну, мотиваційно-ціннісну, емоційно-чуттєву, вольову й характерологічну компоненти власної особистості.

З метою розкриття повноцінного впливу ораторської діяльності і на оратора, і на аудиторію, розуміння її глибинної сутності та досягнення ґрунтовних результатів у процесі її виконання ми побудували модель ораторської діяльності, зображену на рис. 1.



Рис. 1. Модель ораторської діяльності (за О. Красницькою)

Звертаючись до історичного аспекту класичної риторики, Н. Колотілова вбачає модель ораторської діяльності у п'ятичленному каноні – інвенція, диспозиція, елокуція, меморія, акція, розробленому ще Цицероном [4, с. 219]. Проте маємо зауважити, що аудиторії, перед якими виступає сучасний оратор, значно відрізняються від аудиторій давніх часів. Риторика пройшла шлях еволюції й на сьогодні ми зважаємо на потреби слухачів, технології, розвиток науки, нові способи мислення та світогляди. Змінилися засоби спілкування, навчання, способи отримання інформації. Тож описаний риторичний канон, на нашу думку, складає основу ораторської діяльності, проте не вичерпує її. Сучасні публічні виступи потребують значно ґрунтовнішої підготовки, глибшого вивчення цільової аудиторії, цілеспрямованої взаємодії оратора з нею та

управління нею під час виступу.

Модель ораторської діяльності передбачає наявність певної конструкції з тих елементів, що відтворюють її сутність (змістовне наповнення), та в яких оратор відчуває гостру потребу для забезпечення ефективності шляхом виконання певних дій, досягнення конкретних цілей, реалізації комунікаційної стратегії. Елементи моделі водночас відображають послідовність і взаємопов'язаність дій спікера, що зрештою впливає на досягнення цілей як окремого публічного виступу, так і ораторської діяльності загалом. Послідовне виконання цих кроків спрямовує оратора до розвитку, самовираження, вироблення ораторського стилю, набуття ораторського досвіду, збагачує знаннями та вміннями, відкриває широкі можливості для комунікації, пізнання себе та інших, творчого пошуку, самовдосконалення, спонукає до поступового сходження на вершину ораторської майстерності.

Публічний виступ як основна одиниця та засіб ораторської діяльності дає змогу оратору досягати цілей через інформаційний, когнітивний, емоційний, психологічний і поведінковий вплив на аудиторію. Водночас спікеру слід пам'ятати, що слухачі, зі свого боку, теж прагнуть задовольнити власні інформаційні, пізнавальні, емоційні потреби, ствердити переконання, сформувати нові уявлення, отримати готові інструменти для особистісного чи професійного розвитку, виконання професійної діяльності. Відповідно аудиторія формує певні очікування до оратора та його виступу, і останній зобов'язаний їм відповідати.

Даремно проведений час (через нецікаву, безінформативну, монотонну промову) спікеру не пробачить жоден слухач, адже час – дорогоцінний ресурс кожного з нас – вичерпний ресурс, що не повертається й не відновлюється. Маючи безліч можливостей у сучасному світі, як пише Б. Трейсі, ми виставляємо пріоритети й обираємо те, що принесе нам найбільшу користь. Уміння обирати в потрібний момент найважливіше завдання, розпочинати та завершувати його швидко і якісно має найбільший вплив на наш успіх [13]. І таким найважливішим завданням може стати виступ оратора, оскільки, на думку аудиторії, він їй принесе передусім інформаційну користь.

П. Кінг стверджує, що люди починають спілкуватися одне з одним лише з кількох причин. Приводом для розмови здебільшого стають потреба розважитися, отримати інформацію, задоволення, а іноді все згадане разом [12]. Публічний виступ – свого роду спілкування оратора з аудиторією й аудиторії з оратором. Тому слухачі приходять на нього з конкретними цілями, потребами та інтересами. Відповідно до принципу змістовності в ораторському мистецтві спікер повинен підготувати ґрунтовний контент, цікаво, доступно, переконливо передати його слухачам, побудувавши активну з ними взаємодію, сформувавши в них післядовільну увагу й реалізувавши основну інформаційну магістраль виступу.

Таким чином, публічний виступ – це час, що оратор приділяє аудиторії, натомість остання віддає йому частинку свого життя – час промови. Спікер має поважати і свій час, і час слухачів, ретельно готуючись до виступу, задовольняючи їхні потреби, інтереси та запити, надаючи потрібний і корисний контент, та в такий спосіб змінюючи думки, погляди, настрої, переконання аудиторії, поповнюючи скарбничку знань, енергетичні ресурси, допомагаючи змінювати і кожен особистість окремо, і світ загалом.

Інформаційне, емоційне, енергетичне багатство промови оратора залишає

помітний слід у свідомості, думках, серцях, поведінці слухачів. Свідома людина хоче навчатися, постійно прагне отримувати нові знання, розвиватися як особистість і професіонал, без чого неможливо досягнути успіху в сучасному світі й самореалізуватися. Тож саме спікер через публічний виступ має необмежені можливості їй допомогти, спрямувати у правильне русло, показати напрям самовдосконалення і таким чином зробити свій внесок у розвиток інтелектуального потенціалу держави. Як зазначає Ю. Кебець, слово оратора є великою творчою силою, якщо воно наповнене енергіями душевного й духовного, інтелектом і бажанням істини, добра та користі для інших [3, с. 72].

Зворотний зв'язок від аудиторії до спікера є важливою складовою його зростання, розвитку ораторських умінь, формування ораторського стилю, досягнення ораторської майстерності. О. Хміляр справедливо розрізняє зворотну реакцію та зворотний зв'язок і називає їх заключним етапом мовлення – процесом, у якому відправник та одержувач повідомлення (оратор та аудиторія) міняються місцями. Одержувач повідомляє відправника про те, як він зрозумів зміст повідомлення, кодує інформацію про його сприйняття, обираючи відповідний канал мовлення, передаючи це повідомлення відправнику. Оратор, зі свого боку, декодує повідомлення, порівнює інформацію аудиторії з власною концепцією мовлення й визначає ступінь їх взаєморозуміння [9, с. 221].

Зворотна реакція під час виступу дає змогу спікеру оперативного внести корективи у виступ, можливо додати інформацію, щось детальніше пояснити, а в чомусь послухати думку слухача або вчасно поставити йому запитання, щоб отримати коментар і в такий спосіб ґрунтовний зворотний зв'язок. Зворотна реакція може проявлятися через невербальні засоби мовлення, що підкреслює важливість уважності оратора до невербальної поведінки аудиторії та створює йому можливість читати між рядків.

Зворотний зв'язок є ефективним інструментом для оратора, адже дає йому змогу оцінити свою промову. У ньому міститься рівень знань слухачів, досвід роботи за певною проблематикою, сприйняття та розуміння ними контенту виступу й самого спікера, результат застосування ним ораторських технік, методів і прийомів, досягнення цілей, а також відображаються проблеми, що виникли у взаємодії з аудиторією. Завдяки конструктивному зворотному зв'язку оратор має можливість з'ясувати свої сильні та слабкі сторони, відкрити сфери чи питання, у яких він частково обізнаний, оцінити ефективність інформаційного, когнітивного, емоційного, психологічного й поведінкового впливу на аудиторію, а також знайти шляхи та способи вдосконалення як контенту виступу, так і власних риторичних, професійних знань, ораторських умінь.

Зворотний зв'язок під час виступу, зокрема за запитаннями й коментарями слухачів, дає цінну інформацію оратору, породжує нові ідеї, спонукає замислитися й обдумати окремі питання, відкриваючи можливість до вдосконалення або ж створення нового контенту, а для викладача ще й нових навчальних занять. До того ж він спрямовує до вибору кращої альтернативи, співставлення цілей та отриманих результатів, покращення комунікації з аудиторією.

Зворотний зв'язок за запитаннями є гарним тренувальним майданчиком для оратора, навчає вести конструктивну дискусію, аргументовано відстоювати власне бачення, будувати контраргументацію, дослухатися до думки слухача й бачити в ній

хороші ідеї, відрізнати факти від думок, відповідати на запитання різних видів, протидіяти маніпулятивним технікам. Коментарі аудиторії дають оратору цінну інформацію, яку зокрема він може використати в наступних своїх виступах, посиливши контент. Зворотний зв'язок, за свідченням О. Хміляра, збільшує тривалість спілкування оратора з аудиторією, інколи ускладнює процес, проте підвищує його ефективність, забезпечує впевненість у правильності інтерпретації концепції всього процесу спілкування [9, с. 221].

Зворотна реакція за аплодисментами, словами подяки, висловленням захопленості промовою та позитивний зворотний зв'язок стають вагомим мотиваційним чинником для оратора, посилюючи його внутрішню мотивацію до подальшої ораторської діяльності, роботу для слухачів, підготовки до майбутніх виступів, розробки нового креативного контенту, створення додаткових джерел інформації й каналів комунікації з аудиторією. Зворотний зв'язок спонукає оратора до рефлексії.

Рефлексія як здатність людини осягати сутність власного буття займає вагоме місце в розвитку та становленні оратора. Я. Бугерко розглядає її в межах самосвідомості, самопізнання, самоаналізу, наявності у спікера механізмів і норм свідомого контролю над процесом зростання й функціонування свого знання. Рефлексія, за свідченням ученої, є одним із механізмів самовизначення особистості та умова буття у статусі *causa sui* (причини себе), а також активне дослідження людиною свого пізнання [2, с. 755]. І. Бех окреслює рефлексію як мислення щодо себе, коли особистість усвідомлює компоненти внутрішнього світу «Я», може здійснювати перетворення і внутрішнього світу, і власного «Я» [1, с. 10].

Рефлексія як здатність, процес, стан і властивість особистості дає змогу оратору виокремити й усвідомити свої сильні та слабкі сторони як спікера, розуміти сприйняття його аудиторією, керувати тим, як він здійснює пошук, сприймає, аналізує й синтезує інформацію, регулювати свою поведінку та діяльність, підвищувати активність, проявляти допитливість, знаходитися в постійному стані творчого пошуку, змінюватися, аналізувати роботу з аудиторією, розробляти й упроваджувати нові підходи в ораторській діяльності, ставити нові цілі, готувати щоразу кращі виступи, реалізовувати себе в ораторській діяльності. Рефлексія оратора показує йому зону комфорту та спонукає до виходу з неї, докладання максимальних зусиль для досягнення кращих результатів. Вона є свідомою й наполегливою працею, що вимагає зосереджених дій і творчих усвідомлених зусиль, урахування зворотного зв'язку від аудиторії та веде до трансформації поглядів, переконань, установок, особистісного й професійного розвитку, формування ораторського стилю та ораторської індивідуальності.

Усвідомлення себе як оратора, який здійснює вплив на думки, погляди, переконання, прагнення, дії й поведінку інших, спонукає спікера до служіння, самовіддачі, роботи для слухачів і заради них, задля їх розвитку та допомоги їм у самоствердженні, самовираженні, самоздійсненні й самоактуалізації. У такому разі кожен публічний виступ набуває для оратора вагомого сенсу, вимагає ґрунтовної підготовки, безперервного творчого пошуку, постійного створення нового та корисного контенту для аудиторії, а також систематичної роботи над собою. І що важливіше, за таких умов, як зауважує І. Бех, кожен публічний виступ стає мікроетапом неперервного служіння протягом усього життя (ораторської кар'єри), оратор виборює право на необмежене добро, яке не може реалізовуватися вибірково. Спікер втілює в життя

відомий моральний імператив «Людино, поспішай робити добро людям» [1, с. 10].

Рефлексія над собою, над ораторською діяльністю, над власним іміджем професійного спікера стає зрештою засобом розвитку і самого оратора, і діяльності, і зміни його статусу. Вона дає йому змогу крок за кроком підніматися на вершину ораторської майстерності, «бути у тренді», крокувати за власно обраним шляхом, а свої напрацювання, знання робити надбанням навколишніх.

Підготовка до публічного виступу як заключний і водночас перший крок оратора (елемент у моделі ораторської діяльності) є запорукою досягнення ним власних цілей та задоволення потреб, інтересів, запитів аудиторії, принесення їй значної користі, отримання потрібного ефекту від промови. Погоджуємося з думкою Р. Кушніра щодо того, що підготовка до виступу передбачає виконання великої роботи, яку аудиторія не бачить, але яка здійснює значний вплив на оратора й сам виступ [7, с. 36]. Водночас наголошуємо, що слухачі спостерігають результат підготовки спікера. На основі аналізу літературних джерел, інтерв'ю відомих ораторів, аналізу численних публічних виступів різних спікерів (лекторів) і власного ораторського досвіду ми виокремили 13 етапів підготовки промови й деталізували їх у статті «Методика підготовки публічного виступу» [5].

Оратору варто вдало визначити тему промови, охарактеризувати потенційну аудиторію, чітко сформулювати мету, дібрати аналітичний матеріал, підготувати текст виступу, візуалізувати контент, продумати можливі запитання й заздалегідь підготувати відповіді на них, потренувати виступ, за потреби внести корективи, продумати зовнішній вигляд і зібрати «чарівну валізу оратора», психологічно налаштувати себе на успіх та активну конструктивну взаємодію з аудиторією, перевірити себе за контрольним списком «Фенікс», виступити й потім здійснити повноцінний самоаналіз виступу разом з одержаним зворотним зв'язком і похвалити себе, адже самопохвала – це внутрішній ресурс мотивації.

Підсумовуючи вище сказане, зазначимо, що розуміння впливу оратора на аудиторію, аудиторії на оратора й ораторської діяльності на самого спікера дає нам змогу досягати вагомих результатів у професійній діяльності, особистісному зростанні, принесенні користі для інших, служінні навколишнім. Побудована нами модель ораторської діяльності сприяє усвідомленню конкретних кроків оратора до досягнення цілей, відкриття для себе та слухачів реальних можливостей, становлення його як професійного спікера. Насамкінець позитивне мислення дає змогу долати труднощі, вірити у власний успіх, працювати з різними аудиторіями, виражати себе і, як зазначає О. Хміляр, породжує оптимізм, самовладання, задоволення від діяльності, генерує особливу енергію, що здатна вражати й притягувати інших [8, с. 75].

Перспективами подальших розвідок є експериментальне дослідження готовності спікера до ораторської діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бех І. Рефлексія у духовному «Я» особистості. *Рідна школа*. 2011. № 8–9. С. 9–14.
2. Бугерко Я. Рефлексія – засаднича умова самобуття людини як носія духовності. *Методологія і психологія гуманітарного пізнання*: кол. моногр. Тернопіль: ТНЕУ, 2019. С. 753–802.
3. Кебець Ю. Публічний виступ у світовій риторичній практиці. *Українська мова сьогодні, вчора, завтра в Україні і світі*: матеріали Всеукр. наук.-практ. онлайн-конф. (Київ, 9 листопада 2022 р.). Київ, 2022. С. 70–72. URL: <https://cutt.ly/mwmOdlun> (дата звернення: 17.08.2023).

4. Колотилова Н. А. Логіка і риторика: ретроспектива взаємозв'язку: монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 272 с.
5. Красницька О. Методика підготовки публічного виступу. *Військова освіта*. 2020. № 1(41). С. 191–202. DOI: <https://doi.org/10.33099/2617-1783/2020-1/191-202>.
6. Красницька О. В. Ораторська діяльність у фокусі структурного відображення: від комунікації до впливу. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Педагогічні науки*. 2023. № 3. С. 57–63. DOI: <https://doi.org/10.31651/2524-2660-2023-3-57-63>.
7. Кушнір Р. О. Великий оратор, або як говорити так, щоб Вам аплодували стоячи. Дрогобич: Коло, 2013. 258 с.
8. Хміляр О. Ф. Критичне та позитивне мислення офіцера. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Психологія*. 2018. № 7. С. 72–76. DOI: <https://doi.org/10.25264/2415-7384-2018-7-72-76>.
9. Хміляр О. Ф. Психологічна структура кодування, передачі і декодування повідомлень у системі «людина-людина». *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Психологічні науки*. 2014. Вип. 2.13(109). С. 216–222.
10. Хміляр О. Ф. Психологія бойової мотивації воїна. *Вісник Національного університету оборони України*. 2022. № 2(66). С. 121–131. DOI: <https://doi.org/10.33099/2617-6858-2022-66-2-121-131>.
11. Чалдині Р. Психологія впливу. 2-ге вид. Харків: КСД, 2019. 352 с.
12. King P. *Conversation Tactics. Strategies to Charm, Befriend, and Defend*. San Francisco: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016. 102 p.
13. Tracy B. *Eat That Frog! 21 Great Ways to Stop Procrastinating and Get More Done in Less Time*. Berrett-Koehler Publishers, Inc., 2017. 146 p.

REFERENCES

1. Bekh, I. (2011). Refleksiiia u dukhovnomu "Ia" osobystosti. *Ridna shkola*, 8–9, 9–14 [in Ukrainian].
2. Buherko, Y. (2019). Refleksiiia – zasadnycha umova samobuttia liudyny yak nosiia dukhovnosti. *Metodolohiia i psykholohiia humanitarnoho piznannia*. Ternopil: TNEU, 753–802 [in Ukrainian].
3. Kebets, Y. (2022). Publichnyi vystup u svitovii rytorychnii praktytisi. *Ukrainska mova sohodni, vchora, zavtra v Ukraini i sviti: proceedings of the all-Ukrainian Scientific and Practical Internet Conference*. Kyiv, 70–72. URL: <https://cutt.ly/mwmOdlun> [in Ukrainian].
4. Kolotilova, N. A. (2019). Lohika i rytoryka: retrospektyva vzaiemozviazku. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].
5. Krasnytska, O. (2020). Metodyka pidhotovky publichnoho vystupu. *Viiskova osvita*, 1(41), 191–202. DOI: <https://doi.org/10.33099/2617-1783/2020-1/191-202> [in Ukrainian].
6. Krasnytska, O. V. (2023). Oratorska diialnist u fokusi strukturnoho vidobrazhennia: vid komunikatsii do vplyvu. *Visnyk Cherkaskoho natsionalnoho universytetu imeni Bohdana Khmelnytskoho. Pedagogichni nauky*, 3, 57–63. DOI: <https://doi.org/10.31651/2524-2660-2023-3-57-63> [in Ukrainian].
7. Kushnir, R. O. (2013). Velykyi orator, abo yak hovoryty tak, shchob Vam aploduvaly stoiachy. Drohobych: Kolo [in Ukrainian].
8. Khmiliar, O. F. (2018). Krytychne ta pozytyvne myslennia ofitsera. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia". Psykholohiia*, 7, 72–76. DOI: <https://doi.org/10.25264/2415-7384-2018-7-72-76> [in Ukrainian].
9. Khmiliar, O. F. (2014). Psykholohichna struktura koduvannia, peredachi i dekoduvannia povidomlen u systemi "liudyna-liudyna". *Naukovyi visnyk Mykolaivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. O. Sukhomlynskoho. Psykholohichni nauky*, 2.13(109), 216–222 [in Ukrainian].
10. Khmiliar, O. F. (2022). Psykholohiia boiovoi motyvatsii voina. *Visnyk Natsionalnoho universytetu oborony Ukrainy*, 2(66), 121–131. DOI: <https://doi.org/10.33099/2617-6858-2022-66-2-121-131> [in Ukrainian].
11. Chaldyni, R. (2019). Psykholohiia vplyvu. Kharkiv: KSD [in Ukrainian].
12. King, P. (2016). *Conversation Tactics. Strategies to Charm, Befriend, and Defend*. San Francisco: CreateSpace Independent Publishing Platform [in English].
13. Tracy, B. (2017). *Eat That Frog! 21 Great Ways to Stop Procrastinating and Get More Done in Less Time*. Berrett-Koehler Publishers, Inc. [in English].