

Громадська організація «Нове бачення»

ПУБЛІЧНІ ДЕБАТИ В ГРОМАДІ

Громадська організація «Нове бачення»

ПУБЛІЧНІ ДЕБАТИ В ГРОМАДІ

Київ – Логос – 2020

Авторський колектив:

Олена Зима – виконавчий директор громадської організації «Нове бачення» (м. Дніпро), тренер з ефективної комунікації та дебатів (загальна ідея, розділи II, III, схеми, таблиці);

Тетяна Ремех – кандидат педагогічних наук, завідувачка відділу суспільствознавчої освіти Інституту педагогіки НАПН України (м. Київ), експерт організації «Нове бачення», тренер (вступ, структура посібника, розділи II, III, загальне наукове редагування);

Володимир Скворець – доктор філософських наук (м. Запоріжжя), експерт громадської організації «Нове бачення», тренер та суддя з дебатів (загальна концепція, розділ I).

Зима О.В.

Публічні дебати в громаді: Посібник для лідерів громад / За заг. ред. Т.О. Ремех / О.В. Зима, Т.О. Ремех, В.О. Скворець [текст]. – К.: Логос, 2020. – 92 с.
ISBN 978-617-7631-31-5.

Посібник присвячено організації та проведенню публічних дебатів у громаді. У ньому представлено теоретичні аспекти щодо ролі громади в розбудові громадянського суспільства в Україні, значення обговорень питань суспільної політики для просування демократії, ролі публічних дебатів у вдосконаленні функціонування громад.

У практичній частині посібника вміщено опис форматів дебатів, представлено структуру аргументу та його види, алгоритм побудови аргументу, структуру публічної промови, практичні завдання, схеми, таблиці тощо.

Він стане у нагоді лідерам громад, громадським активістам, керівникам дебатних клубів, організаторам дебатних турнірів, усім ентузіастам і прихильникам дебатного руху, небайдужим членам дебатної спільноти.

Посібник створено в рамках проєкту «Публічні дебати для лідерів громад», який було реалізовано за підтримки Фонду сприяння демократії Посольства США в Україні в 2019–2020 роках.

УДК 352/354.077.2:808.51/.53](477)(07)

Зміст

Навіщо ми створили цей посібник	4
<i>Від теорії...</i>	
Розділ 1. Дебати – соціальний ресурс демократизації України	5
Модернізація життя громад як передумова утвердження демократичного суспільства в Україні.....	5
Як формувати комунікаційну культуру громади.....	7
Що таке громада як спільнота	8
Для чого громаді публічні дебати.....	9
<i>Через навички і дії...</i>	
Розділ 2. Демократія і дебати: взаємовплив і взаємозалежність	13
У чому сила громади	13
Як дебати просувають демократію.....	14
Якою є історія дебатів.....	16
Що таке дебати.....	23
Як дебати змінюють життя людини і спільноти	25
<i>До практики й досвіду...</i>	
Розділ 3. Дебати: формати, процес, участь	28
Якими є формати дебатів	28
Як дійти істини	42
Як тренувати навички спікера	45
Як організувати публічні дебати	71
Історії успіху.....	72
Навчаємо та навчаємося дебатів.....	74
Про організацію	88
Про проєкт	89
Джерела.....	90

НАВІЩО МИ СТВОРИЛИ ЦЕЙ ПОСІБНИК

Україна увійшла в активну фазу реформування багатьох сфер життєдіяльності: країною крокує реформа місцевого самоврядування (децентралізація), змінюється виборча система, посилюється боротьба з корупцією тощо. Такі системні зміни потребують відповідальних і підзвітних громадянам органів влади. Відповіддю на нові виклики українського суспільства стають мобілізація спільнот навколо місцевих і національних реформ, посилення активності громад, їх спроможності бути рівними учасниками діалогу з владою.

У посібнику ми виклали окремі теоретичні положення щодо ролі громади в суспільному житті, призначення й можливості публічних дебатів у громаді, зібрали практики дебаткування, приклади громад, де це застосовують. Ми хочемо поділитися рекомендаціями, прийомами, успішними історіями та запропонувати всім охочим почати або ж продовжити застосовувати дебати як ефективний інструментарій громади для залучення однодумців до розв'язання проблем місцевого значення.

Посібник не адресований досвідченим парламентарям, видатним політтехнологам чи організаціям політичних шоу. Він стане у нагоді всім, хто живе у громаді й хоче активно просувати демократію на місцевому рівні та укріплювати її на національному. Хоча, хтозна, може, активна залученість до публічних дебатів змінить і ваше життя – і ви станете громадотворцем чи лідером громади або ж майстерно виконуватимете роль депутата чи політолога...

Сподіваємося, що наведені у посібнику технології, практики і приклади надихнуть вас зініціювати власні дії щодо залучення громадян, органів влади, масмедіа до розв'язання через обговорення важливих для вас та членів вашої громади проблем.

«Коли починати?» – спитаєте ви. Вже й одразу. Наше життя, ваша громадська активність і ті завдання, які ви ставите перед собою з активізації і залучення громади, потребують ваших негайних активних дій. Тож займайтеся дебатами собі на втіху й на користь громаді. Сподіваємося, що інформація та поради, які є у цьому посібнику, вам знадобляться.

Не баріться – беріться до роботи!

Матеріали посібника апробовані у Літній школі з публічних дебатів для лідерів громад у серпні 2019 року в с. Китайгород Дніпропетровської області.

Громадська організація «Нове бачення» висловлює щиру подяку за поради, коментарі, зворотний зв'язок:

- лідерам громадської організації «Альтернатива» (місто Корюківка Чернігівської області);
- громадським активістам: Беляєвій Єлизаветі, Оніщуку Володимиру, Карпенку Дмитру, Білокур Тетяні, Мірошніку Ігорю, Пельтеку Давіду, Максюті Ганні, Разініній Яні, Шебановій Надії;
- тренерам та суддям з дебатів: Масютиній Марині, Авдєєвій Ірині, Шаньгіну Олександрю, Рудницькому В'ячеславу, Копиловій Галині, Давлєстовій Людмилі, Коваленко Людмилі, Зарічній Олені, Галь Світлані, Запорощенко Ірині, Ярмоленко Тетяні, Якубовській Вікторії.

Посібник створено в рамках проекту «Публічні дебати для лідерів громад», який було реалізовано за підтримки Фонду сприяння демократії Посольства США в Україні.

Погляди авторів та учасників заходів можуть не збігатися з офіційною позицією уряду США.

Автори

Розділ 1. ДЕБАТИ – СОЦІАЛЬНИЙ РЕСУРС ДЕМОКРАТИЗАЦІЇ УКРАЇНИ

МОДЕРНІЗАЦІЯ ЖИТТЯ ГРОМАД ЯК ПЕРЕДУМОВА УТВЕРДЖЕННЯ ДЕМОКРАТИЧНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

У сучасному світі успішними в конкурентній боротьбі будуть суспільства і держави, які зможуть створити *соціальні системи з найбільш ефективним використанням людських і соціальних ресурсів*.

За оцінкою фахівців, *людський капітал* – це сформований у результаті інвестицій і накопичень людиною певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивації, які використовуються в тій чи іншій сфері суспільного відтворення, що сприяє росту продуктивності праці й виробництва і тим самим впливає на зростання прибутків (заробітків) певної людини.

Соціальні ресурси реалізуються через взаємодію різних соціальних груп, зокрема між людьми та їх об'єднаннями, для забезпечення особистих і суспільних потреб. *Мобілізація соціальних ресурсів* як засіб активізації територіальної громади забезпечує оптимальне залучення ресурсів громади до розв'язання низки проблем її життєдіяльності, формування нових форм соціального партнерства, партнерської взаємодії між владою та громадськістю, окремими соціальними групами всередині громади, представниками бізнесу, місцевою владою та населенням, сприяє прозорості управління і просуванню демократичних цінностей.

Актуальними питаннями життєдіяльності українського суспільства є *інституціоналізація соціальної відповідальності* основних суб'єктів соціального розвитку, розробка та впровадження відповідних механізмів, формування і реалізація нових підходів, які мали б її забезпечити.



Форми співпраці громадськості та влади в демократичних західноєвропейських державах:

- громадські ради, що виконують консультативно-дорадчу функцію та забезпечують громадський контроль за діяльністю органів влади у певних сферах;
- публічні громадські обговорення (конференції, форуми, громадські слухання, засідання, круглі столи, збори, зустрічі з громадськістю, теле- або радіодебати, інтернет-конференції, електронні консультації);
- соціальний моніторинг;
- створення коаліцій;
- громадянська просвіта;
- громадська експертиза;
- активна участь громадських об'єднань у формуванні громадської думки, публічної політики, а також її реалізації та оцінці. Вивчення громадської думки здійснюється шляхом: проведення соціологічних досліджень і спостережень (опитування, анкетування, контент-аналіз інформаційних матеріалів, фокус-групи тощо); створення телефонних «гарячих ліній», проведення моніторингу коментарів, відгуків, інтерв'ю, інших матеріалів у друкованих та електронних засобах масової інформації для визначення позиції різних соціальних груп населення та зацікавлених сторін тощо;
- здійснення громадського контролю за діяльністю органів виконавчої влади щодо розв'язання проблем, які мають важливе суспільне значення (у формі громадського моніторингу підготовки та виконання рішень, експертизи їх ефективності, подання органам виконавчої влади експертних пропозицій).

В Україні з різною інтенсивністю і результативністю використовуються законодавчо врегульовані *механізми громадського контролю та взаємодії з органами державної влади*, як-от: громадська експертиза проектів нормативно-правових актів, антикорупційна експертиза, доступ до публічної інформації, громадські ради, консультації з громадськістю, соціальний діалог.



Форми співпраці інститутів громадянського суспільства та органів регіональної і місцевої влади:

- реалізація спільних проектів регіонального та місцевого рівнів;
- надання грантів чи благодійної допомоги;
- проведення досліджень (соціальних і громадських експертиз, експертних опитувань) для пошуку оптимальних солідарних рішень;
- розробка і впровадження соціального моніторингу розв'язання найгостріших питань економічного та соціального характеру;
- вивчення громадської думки;

- участь усіх сторін взаємодії в масмедійних проєктах ТВ-, радіопрограм для формування сприятливого масмедійного простору;
- виконання спільних проєктів інформаційного, аналітично-дослідницького, благодійного і соціального спрямування.

Надважливим у розробці механізмів залучення соціальних ресурсів громадянського суспільства є розуміння того, що ці ресурси не існують самі по собі – вони виявляються, розвиваються та залучаються виключно у взаємодії з іншими соціальними суб'єктами. Тож уся сукупність механізмів у кінцевому підсумку має забезпечити конструктивну і взаємовигідну взаємодію суб'єктів на основі соціального діалогу та партнерства.

Модернізація життя громад потребує кардинальної зміни ставлення всіх суб'єктів до людських та соціальних ресурсів. Використання соціальних ресурсів виступає основним чинником соціальних змін, від якого залежить життєдіяльність будь-якої громади, її здатність розв'язувати свої проблеми і реалізовувати проєкти. Технології соціальної мобілізації громади спираються на виявлення, використання і розвиток її соціальних ресурсів. Це потребує спеціальних способів роботи з людськими та соціальними ресурсами. Однією з найбільш адекватних для вирішення вказаних завдань є технологія «дебати».

ЯК ФОРМУВАТИ КОМУНІКАЦІЙНУ КУЛЬТУРУ ГРОМАДИ

Актуальна проблема життя будь-якої країни – це посилення та розвиток громад. Особливої ваги вона набуває у країнах, що переживають трансформаційні зміни, до яких належить і Україна.

Розвиток громад сприяє утвердженню тенденцій демократизації суспільного життя: територіальні громади формують соціальний простір, де виявляють свої переваги форми і методи громадських ініціатив. Таким чином утверджується демократія прямого впливу – демократія безпосередньої участі.

Сьогодні поширеним є підхід, що ґрунтується на *впровадженні механізмів самопомоги й самоорганізації на рівні громад* у розв'язанні завдань місцевого та регіонального значення. Активізація членів суспільства, включення їх у процес місцевого життєзабезпечення як повноправних учасників, а не як споживачів без права голосу, наближає організоване населення до важелів самоуправління і стратегічного планування розвитку території.

Громада – важливий суб'єкт громадського, економічного, соціального, політичного і культурного життя суспільства. Територіальною громадою називають жителів, об'єднаних постійним проживанням у межах села, селища, міста, що є самостійними адміністративно-територіальними одиницями, або добровільне об'єднання жителів кількох

сіл, що мають єдиний адміністративний центр. Територіальна громада є первинним суб'єктом місцевого самоврядування, основним носієм його функцій і повноважень.

У житті громад України формуються різні моделі соціального управління, найбільш поширені серед яких вузькогруппова і демократична.

Вузькогруппова модель управління характеризується дуже вузьким колом осіб в оточенні сільського, селищного або міського голови, які причетні до прийняття рішень, що, як правило, приймають кулуарно. Тут керуюча підсистема не завжди приймає рішення, що забезпечують потреби та інтереси керованої підсистеми. Та й відносини між керуючою і керованою системами не завжди збалансовані, що почасти призводить до виникнення конфліктів.

Поступово формується і *демократична модель управління громадою*. Вона характеризується реальним впливом членів громади, громадських організацій, органів самоорганізації населення на прийняття рішень стосовно життя громади. Для такої моделі характерне не лише висування громадських ініціатив, а й реалізація громадських проєктів та громадський контроль за діяльністю керівництва громади.

Тож основним критерієм ефективності моделі управління громадою постає здатність керуючої системи приймати і реалізовувати рішення, адекватні потребам та інтересам більшості членів громади. Відтак демократична модель управління громадою має значні переваги над вузькогрупповою. Це означає, що в демократичній моделі управління громадою більшість рішень керуюча система ухвалює та реалізує на основі інформації про соціальні процеси, що надходить від керованої системи. Така система комунікації потребує нової культури спілкування, ґрунтованої на діалозі багатьох учасників. Діалогова культура спілкування формується через використання, зокрема, й технології «дебати».

ЩО ТАКЕ ГРОМАДА ЯК СПІЛЬНОТА

У громаді відбуваються засвоєння і відтворення індивідом соціального досвіду. Тут здійснюються соціальне навчання кожного члена громади і його взаємодія з іншими людьми. Залежно від ступеня зануреності в різноманітні стосунки людина у громаді навчається регуляції соціальної поведінки.

Суб'єктом соціальної активності може бути особистість, колектив, соціальна група, прошарок, клас, суспільство в цілому. Суб'єкти соціальної активності становлять соціальний ресурс місцевої громади, значущість якого важко переоцінити. У багатьох територіальних громадах для їх успішного розвитку бракує матеріальних (природних) і фінансових ресурсів, однак є величезні соціальні ресурси.

Соціальні ресурси – це продукт спільної соціальної активності населення, яку ініціює громада. Чим вищий соціальний ресурс місцевого співтовариства, тим більші можливості має у своєму розпорядженні населення для вирішення своїх нагальних проблем.

Як показує практика, громаді необхідна спеціальна суспільна інституція, яка спонукає мешканців громади до прояву конструктивної активності, що завжди спрямовується на зміну ситуації з урахуванням ступеня ефективності результатів цього перетворення. У стані такої активності людина піднімається над стандартом, реалізує неординарні зусилля для досягнення суспільно значущої мети. Соціально активний громадянин здатен підніматися над рівнем вимог ситуації, ставлячи цілі, надмірні з точки зору вихідного завдання. Завдяки конструктивній активності людина долає внутрішні та зовнішні обмеження своєї діяльності.

Можливими шляхами підвищення локальної активності в сучасних умовах можуть стати спроби участі громадян у розв'язанні проблем, пов'язаних із реструктуризацією місця проживання (прокладання доріг, водопроводів, будівництво мостів тощо), екологічних проблем (вирубка дерев, порушення зеленої зони, забруднення навколишнього середовища і т.п.), вирішення конкретних завдань (облаштування і покращення роботи шкіл, організація зон відпочинку, облаштування дитячих і спортивних майданчиків, допомога людям похилого віку, організація дозвілля, спортивних і культурних заходів тощо). Іншими словами, важливою формою прояву соціальної активності є діяльна участь членів громади у здійсненні позитивних змін як у власному житті, так і в житті людей, які їх оточують.

Таким чином, розвиток територіальної громади багато в чому визначається рівнем участі громадян у розв'язанні соціальних проблем.

Відзначимо і можливі загрози місцевого розвитку. Визначені процеси відображають збільшення хаотичності та необхідність комунікативно-погоджувальних процедур у суспільстві, підвищення життєвих і комунікативно-переговорних компетенцій. На місцевому рівні актуалізуються експертне знання в управлінні розвитком та проектами, можливості здійснення партисипативного (співучасного) та адхократичного (проектного) управління, а це загострює «кадровий голод» у місцевому розвитку, потребує нових форм освіти місцевих суб'єктів. Загрозою місцевому розвитку є можливість загострення відносин громада – державна бюрократія, оскільки місцевий розвиток вимагає динамізму у розв'язанні нагальних проблем. Мінімізувати таку загрозу можуть публічні обговорення.

ДЛЯ ЧОГО ГРОМАДІ ПУБЛІЧНІ ДЕБАТИ

Вузькогрупова модель управління громадою успадкувала основні риси від радянської системи державної влади. У пострадянський період така модель домінувала в більшості громад. Однак існує чимало громад, у житті яких значну роль відіграють громадські організації та їх лідери. Для таких громад характерні *публічний діалог соціальних суб'єктів*, що представляють інтереси різних складових громади, та *зростання соціальної адекватності рішень*, ухвалених громадою.

Публічний діалог у громаді не завжди буває вдалим і продуктивним, адже в реальному житті суб'єкти, які вступають у публічну комунікацію, часто не готові на належ-

ному рівні відстоювати свою позицію – вони не знають, як це робити, як наводити аргументи, як їх захищати, як спростовувати аргументи і докази опонентів. Тож публічна комунікація почасти переходить у русло взаємних звинувачень та образ, що загрожують конфліктом. Для запобігання цьому слід навчати активістів та лідерів публічної комунікації у громаді. Для досягнення цієї мети найпридатнішою є дебатна технологія.

Роль публічних дебатів у вдосконаленні функціонування громад

З'ясуємо, які аспекти функціонування громад можна вдосконалити через застосування публічних дебатів за активною участю підготовлених активістів та лідерів громад.

- Публічні дебати у громаді можуть сприяти *виявленню активістів і неформальних лідерів громади*. Це важливий аспект розвитку громади, оскільки знаходження лідерів, здатних успішно розв'язувати соціальні проблеми, реалізовувати соціальні проекти, організовувати людей на вирішення завдань громади, є передумовою успішного розвитку громади в майбутньому. З одного боку, застосування дебатів допомагає виявити активістів і лідерів, які потребують підготовки до публічних дебатів; а з іншого боку, участь у реалізації завдань громади сприяє формуванню й розвитку у них організаторських якостей.
- Публічні дебати у громаді можуть допомогти *діагностувати соціальні проблеми громади*. Соціальну проблему розглядають як співвідношення між дійсним та бажаним, між реальним та ідеальним у конкретних соціальних реаліях. Життя людей конкретної громади визначають певні природні та соціальні умови, результати їхньої праці, при цьому люди прагнуть до змін у своєму житті. І різняться не лише умови життя та достаток кожної родини, а й прагнення до змін.

Крім проблем окремих людей та родин, існують і проблеми тої чи іншої громади. Жителів громади об'єднують місце проживання, умови безпеки і громадського порядку, діяльності структур життєзабезпечення, низка соціальних проблем, що потребують розв'язання спільними зусиллями шляхом використання обмежених ресурсів громади. Конфлікти в громаді найчастіше виникають з приводу розподілу ресурсів, яких завжди на всіх не вистачає. Різні групи громади можуть мати різні уявлення про шляхи і засоби розв'язання назрілих соціальних проблем, а тому питання про розподіл ресурсів має вирішуватися у ході публічних дебатів із залученням підготовлених представників усіх зацікавлених сторін, які не лише відстоюють свою позицію, а й поважають опонентів та їхні аргументи. Такий рівень публічної комунікації вимагає належного рівня комунікаційної культури. У свою чергу, це забезпечує адекватність соціального управління, сприяє подоланню відриву керуючої системи від керованої.

- Публічні дебати в громаді можуть стати в нагоді для *визначення рейтингу соціальних проблем громади*. Це необхідно з огляду на обмеженість ресурсів, яких потребує розв'язання тих чи інших проблем. Нерідко доводиться обирати не перші

за рейтингом проблеми, утім вони потребують менше ресурсів і, внаслідок цього, є реальними для розв'язання для громади або певної її частини. При підготовці до публічних дебатів зацікавлені сторони можуть своїми власними аргументами впливати на визначення рейтингу проблем, які є для них найважливіші.

- *Пошуку шляхів зміцнення ресурсного потенціалу, необхідного для розв'язання проблем громади*, теж можуть сприяти публічні дебати у громаді. В сучасному світі, незважаючи на гостру боротьбу держав та транснаціональних корпорацій за природні, енергетичні, сировинні та інші ресурси, найважливішими залишаються людські ресурси. Тому залучення ширшого кола людей до управління громадою суттєво активізує її людський ресурс, а значить, і можливості розв'язання соціальних проблем громади. Чим більше людей активно залучено до цього, тим більше знань, умінь та досвіду є в розпорядженні громади. Це веде до суттєвого розширення соціальних зв'язків як передумови залучення для проєктів громади зовнішніх ресурсів.
- *Використання публічних дебатів у громаді передбачає розробку і реалізацію проєктів розвитку громади*. Це стає можливим тоді, коли лідери та активісти вже об'єднані в організацію, беруть участь у реалізації завдань громади та набули навичок самоорганізації. Публічні дебати потрібні для того, щоб автори соціальних проєктів могли представити їх на розгляд громади і змагатися за підтримку свого проєкту її більшістю.
- Публічні дебати в громаді передбачають також і *використання ресурсу дебатної технології для соціальної мобілізації громадян на реалізацію завдань громади*. Дебатери як суб'єкти управлінського впливу в громаді у ході публічних дебатів мають можливість переконати більшість членів громади у перевазі їхньої позиції/пропозиції щодо розв'язання тих чи інших проблем.
- Використання публічних дебатів у громаді можуть посилити *громадський контроль за діяльністю офіційного керівництва громади щодо використання ресурсів та реалізації проєктів громади*. Підготовленість активу до участі в публічних дебатах забезпечує зростання ролі неформальних лідерів громади у проведенні громадських слухань та звітів посадовців про проведеної роботу.
- Для *підготовки активістів та неформальних лідерів до участі у виборах органів місцевого самоврядування* дебати теж будуть придатні. Ті члени громади, які опанували мистецтво публічних дебатів, знають про соціальні проблеми і необхідні для їх розв'язання ресурси громади, брали безпосередню участь у вирішенні практичних завдань громади та реалізації проєктів для жителів громади, вже підготовлені до участі у виборах органів місцевого самоврядування.
- Ще один напрям використання публічних дебатів у громаді пов'язаний із *підготовкою та проведенням референдумів*. Громадяни, які добре володіють технологією політичних дебатів, можуть відігравати помітну роль у формуванні громадської думки у ході підготовки та проведення місцевих і всеукраїнських рефе-

рендумів. Вони здатні переконливо пояснювати членам громади сильні й слабкі сторони рішень, винесених на голосування.

- І, врешті-решт, там, де використовуватимуться публічні дебати в громаді й формуватиметься нова *діалогова культура комунікації*, там поставатиме й оновлена місцева та регіональна еліта, здатна забезпечити *демократичний характер відносин у громаді та соціально адекватне управління громадою*.

Отже, огляд основних аспектів діяльності громадського активу в громаді засвідчує, що вміння проводити публічні дебати дає змогу позитивно змінювати життя громади. Використання публічних дебатів у громаді забезпечує: виявлення активістів і неформальних лідерів громади; діагностику соціальних проблем громади; визначення рейтингу цих соціальних проблем; пошук шляхів зміцнення ресурсного потенціалу, необхідного для розв'язання проблем громади; розробку і реалізацію проєктів розвитку громади; залучення ресурсу дебатної технології для соціальної мобілізації громадян на реалізацію завдань громади; здійснення громадського контролю за діяльністю керівництва громади щодо використання ресурсів та реалізації нею проєктів; підготовку активістів та неформальних лідерів до участі у виборах органів місцевого самоврядування; участь у підготовці та проведенні референдумів; формування нової діалогової культури комунікації, що забезпечить формування оновленої місцевої та регіональної еліти, здатної підтримувати демократичний характер відносин у громаді та соціально адекватне управління нею. Залучення діячів громад до опанування дебатною технологією сприятиме зростанню людського і соціального капіталу кожної громади.

Соціальні зміни, що відбудуться в кожній громаді від впровадження дебатів для підготовки активістів і лідерів територіальних громад, поширення публічних дебатів у житті громад, поступово приведуть до утвердження демократичної моделі управління громадою.

Розділ 2. ДЕМОКРАТІЯ І ДЕБАТИ: ВЗАЄМОВПЛИВ І ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ

У ЧОМУ СИЛА ГРОМАДИ

Світовий досвід доводить, що будь-які питання найефективніше вирішує влада, яка найближча до громадянина. Тож важливим елементом успішності, зокрема й місцевого самоврядування, є залучення громадян, спільнот, членів територіальної громади до вироблення й ухвалення управлінських рішень та контролю за їх виконанням.

Сучасне інформаційне суспільство потребує людей, задіяних у різних сферах його життєдіяльності, які мають добре сформовані навички проведення суспільного обговорення суперечливих питань для ухвалення виважених рішень з актуальних проблем місцевого чи національного значення. З огляду на це, вміння дискутувати, аргументувати, вести конструктивний діалог визнають важливою компетентністю сучасної людини, яка живе і діє в час швидкоплинних демократичних процесів.

Активна громада складається тоді, коли люди об'єднуються, збираються, щоб діяти в інтересах своєї громади та спільного блага. Організація роботи в громаді має на меті зміцнення впливу людей, коли вони ефективно працюють на майбутнє своїх громад та суспільства. Завдяки співпраці людей, які опікуються суспільними проблемами, досягається значимий результат. Організовані дії громадян можуть допомогти контролювати органи влади, а також стають каталізатором суспільних змін.

Громадяни беруть на себе відповідальність за майбутнє громади, укріплюють взаємну довіру та повагу, залученість до життя суспільства. Ініціативи на рівні громади об'єднують громадян для змін. Допомога громадянам в ініціативах щодо з'ясування власних інтересів, визначення проблеми, формування взаємовідносин, впливу шляхом кампаній захисту і відстоювання громадських інтересів передають реальну владу громадянам. Робота у громадах, залучення однодумців, їх активна діяльність для досягнення змін на місцевому рівні впливають на органи влади, змушуючи їх реагувати на потреби громади. Життя показує, що досягти змін на місцевому рівні значно легше, ніж на національному, а ті, у свою чергу, можуть пришвидшити й процеси на національному рівні. Взаємодіючи, люди можуть досягати змін, які практично неможливо здійснити поодиночі.

Організація роботи у громаді має й інші переваги – вона змінює баланс влади, надаючи громадянам можливість ефективніше впливати на рішення, що безпосередньо їх стосуються, та розвиває відчуття єдності серед членів громади.

Цей процес доволі складний. Значно простіше приймати рішення одноосібно, авторитарно, без урахування думки всіх учасників певного колективу чи спільноти. В умовах демократії природною є ситуація, коли члени спільноти мають різні (навіть протилежні) погляди на ту чи іншу ситуацію або проблему. Утім демократичні процедури уможливають чітке та ефективне прийняття рішень відповідно волевиявленню більшості й забезпечення прав меншості.

ЯК ДЕБАТИ ПРОСУВАЮТЬ ДЕМОКРАТІЮ

Ви ж бо знаєте, що демократія дослівно означає «народовладдя». Склалося це поняття ще у Стародавній Греції, де демократію визначали як особливу форму організації держави, за якої влада належить не одній особі (як за монархії чи тиранії), не групі осіб (як за аристократії чи олігархії), а всьому народу, точніше, всім вільним громадянам поліса – міста-держави.

Утім поняття «демократія» багатогранне: в широкому розумінні – це форма внутрішнього устрою будь-якої суспільної організації, а у вузькому воно означає владу народу.

Підхід до демократії як до народовладдя ґрунтується на визнанні народу єдиним джерелом і верховним носієм влади в суспільстві, суб'єктом визначення характеру і змісту владних функцій, де державній владі стосовно народу має належати обслуговуюча роль.



Сильні сторони демократії:

- гарантія захисту громадян від сваволі держави;
- забезпечення легітимності політичної системи;
- відкриті публічні дискусії;
- мирне розв'язання соціальних конфліктів.



Обмеження демократії:

- співвідношення влади більшості й захисту інтересів меншості;
- маніпулювання громадською думкою;
- проблема свободи та обмежень;
- недосконалість демократичних процедур.



Універсальні демократичні процедури:

- вищий законодавчий орган обирається народом;
- існують виборні органи влади та управління аж до самоврядування;

- виборці рівні у правах та мають рівне право голосу;
- виборче право загальне, а голосування вільне;
- вибори здійснюються більшістю;
- рішення більшості обмежує права меншості;
- вищий орган влади користується довірою інших органів влади;
- відносини суспільства та органів влади взаємні і симетричні;
- органи влади піддаються громадському контролю;
- держава й суспільство мають дієві механізми упередження й усунення конфліктів на всіх рівнях: між більшістю і меншістю, соціальними групами, націями, містом і селом.

Власне державу творять люди. Тож просуванню демократії сприяє залучення громадян та їхніх спільнот до активних дій різного формату.

Дебати як частина демократичних інститутів надають людям можливість обговорювати актуальні питання в конструктивному руслі, публічно пояснювати, як і чому приймають саме такі рішення та як ці рішення сприятимуть розв'язанню суспільних проблем. Для того, щоб це стало невід'ємним складником суспільного обговорення, слід розвивати практику публічних дискусій. Утім не секрет, що зазвичай люди проводять основні дискусії у вузькому колі, де вони емоційно висловлюють своє прийняття (а частіше неприйняття) якогось діяча/керівника або ж його ідеї чи програми. Дуже часто люди уникають публічного висловлювання своєї думки з конкретного питання. І це не дивно. Адже в багатьох із них (може, і в нас) укорінена звичка мовчати. Та й суспільна традиція громадського обговорення доволі квола стає на ноги.

Однак слід пам'ятати, що істинно демократичні суспільства минулого та сьогодення напружували традиції публічних дискусій та широко їх практикували для вироблення узгоджених рішень з усіх важливих питань. Згадаймо, приміром, традиції публічних обговорень у Греції та Римі, парламентських дискусій у Великій Британії, розвинену практику дебатування суспільно значущих проблем у США.



Тож дебати – лакмусовий папірець розвитку демократії в суспільстві. Чим більш цивілізовано проходять публічні дискусії (в парламенті, на телебаченні, у спільнотах), тим вищий рівень демократичності суспільства. Відсутність адекватного обговорення суперечливих питань суспільної політики породжує загрози й виклики для демократії, коли замість сили аргументу може бути застосований аргумент сили.

ЯКОЮ Є ІСТОРІЯ ДЕБАТІВ

Від античності до сучасності

Ідеї створення дебатів сягають у сиву давнину – у Стародавню Грецію.

В Афінах грецькі громадяни збиралися у своєрідні клуби, де обговорювали, якими мають бути закони. Публічні обговорення переваг та недоліків законів відбувалися за Перікла – державного діяча, стратега та полководця Стародавніх Афін. Дебати вимагали змістовних і високоякісних виступів, оскільки «на карту» було поставлено серйозні питання, зокрема війни та миру, тому афіняни розуміли, що їхнє майбутнє часто залежить від вміння переконливо говорити.

Студенти тих часів навчалися мистецтва дебатування. Вони відстоювали інтереси спочатку однієї, а потім іншої сторони, щоб глибше і повніше зрозуміти тему, яка обговорювалася.

В історії дебатів не можна оминати й Сократа, чиї погляди на риторику як мистецтво красномовства сформуливали певний риторичний ідеал, показною рисою якого є постулати Істини та Добра. За Сократом, справжнім оратором можна вважати лише ту людину, яка чітко знає предмет промови і прагне до вищого блага.

Сократ увійшов в історію практичними методами публічної полеміки, що лежали в основі його знаменитих бесід. Зазвичай Сократ починав свої бесіди з того, що за допомогою майстерних запитань заганняв співрозмовників у «глухий кут». Предметом розмови часто виступали, на перший погляд, нескладні проблеми, однак у ході бесіди виявлялися суперечності в поглядах опонентів. І тут Сократ шляхом запитань та відповідей змушував співрозмовників шукати істину.

Платон був упевнений, що завдання оратора полягає не лише в переконанні, тобто однобічному впливі на аудиторію, а й у пошуку істини. В його творчості вже спостерігаємо осмислення риторичного трикутника: *оратор – промова – аудиторія*.

Аристотель створив систему філософської риторики. Він присвятив цій науці спеціальний трактат з ідентичною назвою «Риторика». В ньому Аристотель підіймає такі теми, як щастя, благо (цінність), краса, справедливість, задоволення тощо. Він зауважує на особливостях аудиторії, основних вимогах до оратора й тим самим закріплює уявлення про «риторичний трикутник».

Аристотель обґрунтовує три види способів переконання: перший залежить від характеру промовця, другий – від настрою слухача, а третій – від власне промови. Тобто для досягнення переконання оратору необхідно продемонструвати свій етос,

тобто викликати довіру до себе; скористатися пафосом, тобто вплинути на почуття аудиторії; опертися на логос, тобто належним чином аргументувати свої положення. Однак у сучасній філософській науці існують непоодинокі думки стосовно обмеженості античного мислення щодо досвіду, адже Аристотель лиш побіжно визнавав «зброю фактів», і тому посилення на досвід не мали істотної ролі в його трактуванні риторики. Тож у період античності виняткове значення для переконання надавали логічному доказу. Надалі ці дві особливості античної риторики – прагнення звести всі надійні способи переконання до доказу і принципова недовіра до досвіду – довгий час сприймали як належне.

За Цицерона теорія аргументації як наука про переконання практично не змінилася. З мистецтва переконливої промови публічні виступи все більше перетворювалися на мистецтво красномовства. Побудова штучних висловлювань, що спиралися на незрозумілі посилення, докази та власне красу висловлювання, довгий час залишалися самоціллю риторичної практики.

У Середні віки навчання у Європі передбачало опанування вмінням публічно виступати і дебатовати для тих, хто планував пов'язати своє життя з політикою та юриспруденцією. Тоді почали використовувати аргументи, що спиралися на традиції й авторитет. Переконливість промови визначалася кількістю наведених логічно правильних доказів та словесними прикрасами, що використовувалися в ній.

Цікаво, що найдавнішим підручником, укладеним українським автором, за яким викладали риторичу в Києво-Могилянській колегії, був курс «Оратор Могилянський» Йосифа Кононовича-Горбацького, написаний латиною на зразок праці Цицерона з риторики.

Автором першого курсу риторичи українською мовою, орієнтованим на укладання церковних проповідей, у середині XVII століття став Йоаникій Галятовський. Проповідницька практика Йоаникія Галятовського, Антонія Радивиловського і Лазара Барановича сприяла перетворенню проповіді в літературний жанр.

Лише на середину XX століття припадає відродження теорії аргументації. Позитивне, властиве античній риторичі, було відновлено, а стереотип щодо того, нібито процедура переконання зводиться до побудови логічного доказу, відкинута. Нарешті увагу стали приділяти емпіричному обґрунтуванню, обґрунтуванню з посиленням на традицію, здоровий глузд, інтуїцію, віру, смак тощо. З огляду на це, для підготовки промов для публічних дебатів варто звертатися до практичної аргументації.

Перші публічні дебати

Уперше в історії публічної політики дебати відбулися у США в 1858 році між кандидатами на місце сенатора штату Іллінойс. Оponentами були: маловідомий на той час політик, у минулому адвокат Авраам Лінкольн, який балотувався від республіканської партії, та один із лідерів демократичної партії, суддя, герой війни США з Мексикою Стівен А. Дуглас.

Між суперниками в серпні – жовтні 1858 року пройшли дебати у трьох містах. Пріміщення, де відбувалися дебати, щент наповнювалися людьми, готовими впродовж чотирьох годин вислуховувати промови кандидатів. Їх супроводжували двоє фонографістів, які записували кожне слово та фіксували реакцію аудиторії. Стенограми оперативно друкували на шпальтах газет, а у 1860 році вони вийшли у світ окремою книгою.

Опоненти обговорювали багато проблем, однак ключовою темою було рабство, зокрема білль «Канзас-Небраска», що надавав право населенню штату самостійно вирішувати питання рабства відповідно до Конституції США. Авраам Лінкольн аргументував свою позицію тим, що рабство дестабілізує політичну ситуацію в США, і вважав білль «Канзас-Небраска» відправною точкою поширення рабства на всю територію держави. Знаменитими стали слова Лінкольна: «Не варто підіймати питання про рабство в політиці, тому що ви боїтеся збудження умів. Не можна проповідувати проти рабства й у церкві, тому що це не релігійне питання... Виходить, немає такого місця, де можна було б виступити проти рабства». Дуглас стверджував, що рабство вже існувало на момент виникнення американської держави: Південь і Північ від самого початку були розділені на рабовласницькі та вільні штати, тож нічого не заважає лишатися такими ж розділеними й далі. Щодо моральної сторони проблеми, то тут Стівен А. Дуглас відмовлявся дискутувати, наполягаючи на тому, що кожний штат вправі вирішувати це питання самостійно.

Дуглас програв дебати. Але... переміг Дуглас.

Утім події не змусили на себе чекати. В 1859 році Авраам Лінкольн подолав 4 тис. миль і виголосив 23 багатогодинні промови! Як результат, він був висунутий у кандидати в президенти від Республіканської партії в травні 1860 року. Демократична партія висунула своїм кандидатом Дугласа, а незгодні з рішенням з'їзду демократів представники 11 рабовласницьких штатів намітили своїм кандидатом Джона С. Брекенріджа. Ще один кандидат також представляв Південь – Белл. Однак 6 листопада 1861 року перемогу з перевагою майже в півмільйона голосів одержав Авраам Лінкольн.

Так дебати стали неодмінним складником передвиборної боротьби в США.

Ніксон проти Кеннеді: перші телевізійні дебати

Ця історія увійшла в підручники із зв'язків з громадськістю... 26 вересня 1960 року в США відбулися перші в історії телевізійні дебати між віце-президентом Річардом Ніксоном, кандидатом у президенти США від республіканців, та його суперником, сенатором-демократом Джоном Кеннеді.

Тоді більшість американських родин вже мали телевізори. Тож дебати подивилися 66 млн американців. Вперше така велика кількість виборців бачила обох кандидатів немов перед собою – їх зовнішній вигляд, голос, впевненість у собі відтепер були не менш важливими, ніж виголошені промови.

День дебатів був для Річарда Ніксона надзвичайно невдалим. Незадовго до цього він ушкодив коліно, перебував певний час у лікарні та схуд, тому здавалося, що ко-

стюм висить на ньому, як на вішаку. Вже у приміщенні каналу CBS він ще раз боляче вдарив коліно. Ніксон відмовився від послуг студійного гримера, тож на його обличчі було помітно щетину. Директор телекомпанії згодом розповідав, що Ніксон виглядав, як смерть. Під час дебатів він рідко посміхався, мав вигляд втомленого та похмурого, помітно нервував і ніяк не міг визначити, куди йому подіти руки та як краще поставити ноги. А потім трапилося найстрашніше – глядачі побачили, як по обличчю кандидата стікають великі краплі поту.

Натомість Джон Кеннеді прекрасно виглядав: на ньому чудово сидів чорний костюм, він почувався дуже впевнено. «Наш розквіт – попереду», – заявив він під час виступу. Ця ідея надихнула американців на зміни. Тож після першого туру дебатів рейтинг Джона Кеннеді різко пішов угору.

І хоча Річард Ніксон виглядав переконливим у ході наступних трьох раундів дебатів, перші в історії і найбільші за аудиторією дебати були для нього згаяні.

Джон Кеннеді, отримавши 49,72% голосів, переміг на виборах із незначною перевагою – 0,17%, утім він значно переважив Річарда Ніксона за кількістю прихильних до нього виборців.

Протягом наступних 16 років телевізійні дебати між кандидатами в президенти США не проводилися.

Польща: Валенса проти Квасневського

1995 року на президентських виборах чинному президенту Польщі Леху Валенсі протистояв Александр Квасневський. Останній набрав у першому турі виборів 35,11% голосів, тоді як Валенса – 33,11%. Згідно з опитуваннями, що передували другому туру виборів, 55% виборців були переконані в перемозі Валенси.

Телевізійні дебати між кандидатами відбулися двічі – 12 та 15 листопада. На перших дебатах Квасневський поведився стримано й позиціонував себе людиною, спроможною стати президентом, готовою досягати компромісу заради майбутнього Польщі. Валенса ж постійно атакував свого опонента. Наприкінці цих дебатів Квасневський подав Валенсі руку, той відмовився, резюмуючи: «Найбільше, що я можу подати вам, так це ногу!».

На наступних дебатах Валенса поведив себе спокійніше, однак виправити наслідки перших дебатів йому не вдалося – його опонент Александр Квасневський, набравши 51% голосів, переміг на виборах.

Франція: Жак Ширак проти Жан-Марі Ле Пен

Франція має тривалу історію президентських дебатів – кандидати у президенти дебатують там після першого туру виборів ще з 1974 року. Єдиним винятком став 2002 рік: весною до другого туру очікувано вийшов тодішній президент Жак Ширак та зовсім неочікувано – кандидат від ультраправої партії Жан-Марі Ле Пен.

Країною прокотилися масові акції – здавалося, Франція протестує проти власного вибору. В Парижі на площі Бастилії зібралися тисячі незадоволених результатами першого туру президентських виборів. Демонстранти, переважно молодь, переймалися перемогою ультраправого кандидата від Національного фронту Жан-Марі Ле Пена. На плакатах майоріли слова: «Мені соромно, що я француз». Більше 10 тисяч людей пройшли маршем протесту паризькими вулицями. В демонстрації взяли участь представники лівих партій, які не очікували на таку перемогу правих.

Багатотисячні акції протесту відбулися і в інших французьких містах – Марселі, Тулузі, Ліоні. В них також взяли участь десятки тисяч людей. Цікаво, що кількома годинами раніше прийти проголосувати французи не захотіли: явка виборців становила лише 27,5%...

Жак Ширак публічно заявив, що не дебатуватиме з Ле Пенем через те, що той «не є республіканцем», тобто не поділяє спільні демократичні цінності.

Голосування у другому турі мобілізувало всіх противників ультраправої ідеології та принесло впевнену перемогу Жаку Шираку.

Теледуель у Німеччині: Шредер проти Меркель

Німеччина, 5 вересня 2005 року. Зазвичай дуель – це чоловіча справа. Цього разу, однак, одним з учасників поєдинку стала жінка – кандидат на посаду канцлера Німеччини від консервативної опозиції Ангела Меркель. Ідеться про телевізійну дуель з тодішнім главою уряду, соціал-демократом Герхардом Шредером. Теледебати, що відбулися в неділю ввечері, транслювали в прямому ефірі відразу чотири провідних німецьких телеканали. Після цієї події постало головне питання – пошук переможця. Згідно із соціологічними опитуваннями, переміг медіаканцлер Шредер: телеглядачі визнали його більш симпатичним та правдивим. Однак помилково було б думати, що Ангела Меркель програла дуель за півтори години. Більшість опитаних заявили, що вона приємно вразила своїм виступом, перевершивши всі очікування. До того ж респонденти вважали, що Меркель компетентніше за Шредера відповідала на запитання про подолання кризи на ринку праці.

Обидва суперники, які віддали перевагу підкреслено офіційному темному одягу, не тільки відповідали на запитання журналістів, а й вступали у дискусію один з одним. Найпалкіші дебати точилися навколо питання про податкову політику.

Під час дебатів кандидатка на посаду канцлера від християнських демократів Ангела Меркель продемонструвала, що вона не цурається і самокритики, вміло використовуючи її на свою користь. Відповідаючи на закид Шредера, що як колишній член уряду Коля вона теж несе відповідальність за те, що християнські демократи свого часу «проспали» нагальні реформи, які слід було втілити на ринку праці, Меркель заявила: «Саме через це ми й прогнали вибори 1998 року. Але тепер ми мали сім років часу для того, щоб подумати, як бути далі».

Після гарячої, але, як твердять коментатори, чесної дискусії дуелянти розсталися в гарному настрої, потиснувши один одному руки.

Вибори до Бундестагу відбулися за два тижні – 18 вересня. Вони принесли перемогу Ангелі Меркель.

Клінтон проти Трампа: перемогти у дебатах та програти вибори

Переконлива перемога у дебатах не означає обов'язкової перемоги на виборах. Президентські вибори в США 2016 року показали, що можна виграти дебати і програти вибори.

Теледебати мали три раунди. Перший раунд 27 вересня 2016 року коментатори «охрестили» як «досвід проти темпераменту». Аналітики вважають, що під час дебатів Гіллари Клінтон була переконливішою за Дональда Трампа: Трамп часто губив думку, занурювався в деталі власного бізнесу, лиш почасти реагував на закиди Клінтон, втрачав нагоду поставити її у незручне становище, озвучував важкі для розуміння подробиці, витрачав час на виправдання. Клінтон заявила: «Я маю значний досвід. Трамп – це досвід невдач!». На фоні Трампа вона виглядала дуже зваженою. Це добре помітили й телеглядачі. За результатами експрес-опитування каналу CNN, 62% глядачів віддали перемогу Гіллари Клінтон, 27% – Трампу.

У ході других дебатів Трампа і Клінтон, що пройшли 9 жовтня, кандидати зосередилися на податках, сексі та звинуваченнях. Дебати почалися з того, що політики не потисли один одному руки. Значну частину часу вони витратили на взаємні звинувачення. За даними опитування CNN/ORC, 57% глядачів віддали перемогу в дебатах Клінтон, 34% – Трампу.

Останні – треті – теледебати між кандидатами на посаду президента США – демократкою Гіллари Клінтон та республіканцем Дональдом Трампом – відбулися 19 жовтня в Лас-Вегасі. На початку цієї телевізійної дуелі політики знову не потисли один одному руки. Значну частину часу кандидати, як і в попередньому раунді, витратили на взаємні звинувачення. Під час теледебатів Трамп припустив можливість невизнання перемоги Клінтон на виборах, а у разі своєї перемоги пригрозив навіть ув'язнити Клінтон. І знову 52% глядачів віддали перемогу в дебатах Клінтон, 39% – Трампу (за даними опитування телеканалу CNN).

Проте очевидний програш у дебатах не завадив Дональду Трампу виграти президентські вибори.

Історичні штрихи українських дебатів

За історію існування України як суверенної держави публічні телевізійні дебати перед другим туром виборів відбувалися двічі: в 1994 році між Леонідом Кравчуком і Леонідом Кучмою та у 2004-му – між Віктором Ющенком і Віктором Януковичем.

На виборах 1999 року Леонід Кучма демонстративно відмовився дебатовати зі своїм опонентом Петром Симоненком. Леонід Кучма переміг завдяки так званому протестному голосуванню виборців проти комуністів.

У 2004 році телевізійні дебати відбулись у два етапи – перед другим туром виборів та перед переголосуванням. У першому турі виборів Віктор Ющенко отримав 39,9% голосів виборців, а Віктор Янукович – 39,2%. На черзі був другий тур голосування, а перед ним теледебати. Обидва кандидати на цих дебатах почувалися впевнено.

Попри результати національного екзитполу, за якими Ющенко набрав 54% голосів, а Янукович – 43%, Центральна виборча комісія спішно сповістила, що Віктор Янукович лідирує. Оголошення ЦВК остаточних результатів стало каталізатором Помаранчевої революції як реакції на масові фальсифікації результатів виборів. Згодом результати другого туру виборів було визнано недійсними і призначено третій тур голосування.

Між кандидатами знову відбулися теледебати. Політологи відзначили, що публічні дебати додали Віктору Ющенку 5% голосів: він переміг з 52% голосів проти 44,2% голосів, які виборці віддали за Віктора Януковича.

У 2010 році кандидат у Президенти України Віктор Янукович відмовився від телевізійних дебатів з опоненткою Юлією Тимошенко.

А от на виборах 2014 року дебати між 20 кандидатами відбулися ще до проведення першого туру голосування.

У 2019 році проходили чергові, сьомі з часу здобуття незалежності Україною в 1991 році вибори Президента України. Перший тур відбувся 31 березня, другий – 21 квітня. З цими виборами пов'язана нова сторінка в історії українських дебатів. Однак ще належить дати оцінку тому, що власне відбулося 19 квітня 2019 року на НСК «Олімпійський» між кандидатами в Президенти України Петром Порошенком і Володимиром Зеленським та чи можна це назвати дебатами згідно з «буквою закону».

У національному законодавстві проведення телевізійних дебатів між кандидатами в Президенти України, включеними до виборчого бюлетеня для повторного голосування, регулюється статтею 62 «Процедура і строки проведення передвиборних теледебатів» Закону України «Про вибори Президента України» та відповідною постановою ЦВК.

У Законі визначено, що таке передвиборні дебати з використанням електронних (аудіовізуальних) засобів масової інформації (теледебати), та зазначено два їх види: 1) публічні дебати як форма передвиборної агітації, що оплачуються кандидатами коштами свого виборчого фонду; 2) теледебати між кандидатами в президенти, які пройшли до другого туру. Останні організовує і проводить Національна суспільна телерадіокомпанія України за рахунок коштів Державного бюджету.

Такі дебати не є обов'язковими, однак якщо кандидати зголошуються брати в них участь, то вони зобов'язані виступати особисто. Теледебати транслюють на суспільно-політичному загальнонаціональному каналі суспільного телебачення у прямому

ефірі, на Першому каналі Національної радіокомпанії України, їх можуть безоплатно транслювати інші канали мовлення.

Щодо 2019 року, то хоч суспільний мовник і виявив готовність до проведення теледебатів, обох кандидатів у Президенти України виборці побачили лише на НСК «Олімпійський» перед другим туром президентських виборів. Це дійство відбулося за рахунок коштів виборчих фондів кандидатів.

2019 рік показав, що позитивне середовище, створене дебатами, сильно контрастує з публічними дискусіями та обговореннями як частиною передвиборчої кампанії, де кандидати схильні використовувати більш агресивну й менш змістовну риторичку. Дебати не мають перетворюватися на гру політиків або на шоу, їх призначення – демонструвати реальне розуміння кандидатами відповідальності перед собою, виборцями й державою в цілому.

ЩО ТАКЕ ДЕБАТИ

Чи спадало вам на думку, що дебати проводять не задля того, щоб обидві сторони залишили місце зустрічі в порозумінні чи злагоді. Тут ті, хто спостерігають за дебатами між цими сторонами, вирішують, кого вони врешті-решт підтримають.

Дебати викривають здатність людини не погоджуватися з будь-ким із будь-якого питання, щодо якого можна мати бодай якусь власну думку. Вони «вивільняють» проблеми і конфлікти, забезпечуючи засоби, які допомагають людям дійти спільних рішень. У дебатах нерідко слова і позиції учасників контрастні, мова почасти неприязна, емоції зашкалюють, утім цей процес за своєю суттю є миролюбним і має вести до згоди.

Наявність третьої сторони в дебатах, яка ухвалює, кому віддати перевагу, вирізняє їх з-поміж інших словесних протистоянь. Щоб сформувати своє рішення, аудиторія (слухачі) вимагає від сторін-опонентів строго слідувати визначеним правилам і приписам. Тож дебати і спір різняться: у спорі зазвичай людина хоче змінити хід думок опонента, а в дебатах вона, хоч і сперечається з іншою, націлена на аудиторію/слухачів чи колегію суддів.

Відрізняють дебати і від змагань, конкурсів із публічних промов чи виступів. Там мовець прагне спонукати аудиторію до дії силою свого красномовства. Це, безумовно, теж складник дебатів, однак лише їх складник, елемент. А от у ході дебатів ми спостерігаємо процес розвитку ідей, де кожний спікер відіграє важливу роль, повно й глибоко аналізуючи предмет полеміки.

Тепер вам зрозуміло, що дебати ґрунтуються на переконанні аудиторії та вмінні оперативно і ґрунтовно відповідати на аргументи. Як спосіб обговорення проблем, дебати базуються на дослідженні, мисленні, систематизації та захисті – навичках, що є основою публічної адвокації.

Ми впевнені, що сьогодні не знайти людину, яка досі сумнівається в тому, що публічне обговорення суспільно значимих чи гострих проблем є надважливим для просування демократії, формування дієвих механізмів демократичних процедур, адже без

навичок і вкоріненої звички публічного обговорення суспільних проблем національного чи місцевого значення на рівні громадян та їхніх спільнот поступ сучасного демократичного суспільства унеможливлений.

Погодьтеся, що в ході публічного обговорення із залученням аргументів і контраргументів людина отримує «матеріал» для роздумів та ухвалення рішення з того чи іншого питання, причому рішення усвідомленого, а не емоційного. І що важливо – цей матеріал вона отримує навіть тоді, коли не є учасником дискусії, а перебуває лише в ролі спостерігача (слухача). Зрозуміло, що потім ця людина «несе» почуте в сім'ю чи колектив, у своє коло спілкування чи спільноту. І там аргументація і контраргументація продовжуються, і, як результат, виробляється більш свідоме, продумане рішення.

Дебати – це спеціально організований, чітко структурований публічний обмін думками з актуальної суперечливої теми для переконання третьої сторони. Теорія дебатов передбачає розкриття основних принципів комунікації, риторики, аргументації, ґрунтовне визначення процедури висунення та підтримки аргументів «за» і «проти», спростування запропонованих позицій, підтримки аргументів (доводів) щодо відкидання думок, тверджень тощо.

Обговорення спірного питання стає дебатами, коли:

- тема для обговорення відома учасникам заздалегідь, є суспільно значущою та актуальною, сформульована як певне твердження чи спірне питання;
- тему тотожно розуміють ті, хто бере участь у дебатах;
- кожна сторона має можливість висловити свою позицію, відповісти на аргументи опонентів;
- учасники використовують аргументи й докази, запитання і відповіді, що посилюють власну позицію та/або виявляють слабкі сторони аргументації опонентів.

Основні елементи дебатов:

- наявність актуальної (суспільно гострої) теми;
- аргументований розгляд теми з протилежних позицій;
- спрямування на переконання третьої сторони;
- чіткий алгоритм процедури обговорення з дотриманням етичних норм і правил риторики.

У дебатах використовувані учасниками вербальні і невербальні засоби слугують досягненню певного результату – формування у слухачів позитивного враження щодо запропонованої тією чи іншою стороною позиції.

Можливо, вас зацікавить той факт, що дебати як окремий предмет, факультатив чи складник курсу з комунікації або ораторського мистецтва присутній у навчальних програмах освітніх закладів США, Канади, Великої Британії, країн Європи та Азії.

Їх розглядають як ефективну освітню технологію, застосовуючи у навчанні учнів і студентів різних дисциплін – там, де зміст потребує обговорення суперечливих тем.

Сьогодні в усьому світі проходять шкільні та студентські дебатні турніри, міжнародні чемпіонати, діють дебатні організації, що об'єднують сотні шкільних і студентських клубів. А підтримка дебатного руху урядами держав, громадськими й міжнародними організаціями свідчить про їх популярність і значний потенціал для розвитку інтелекту і компетенцій учнівства та студентства.

Дебати – це:

- поглиблене пізнання світу;
- спосіб розширення світогляду;
- метод безконфліктного розв'язання проблем;
- риторична гра за певними правилами;
- рольове інтелектуальне змагання;
- інтерактивна освітня технологія;
- форма позаурочної діяльності учнів і студентів;
- спосіб підготування до публічної діяльності;
- спосіб опанування демократичних процедур і навчання толерантності.

ЯК ДЕБАТИ ЗМІНЮЮТЬ ЖИТТЯ ЛЮДИНИ І СПІЛЬНОТИ

У житті ситуації, коли дві сторони змагаються за визнання їх третьою, зустрічаються доволі часто. Найбільш відомими є судові дебати, де представники сторін (позивача та відповідача; обвинувачення та захисту) намагаються переконати у своїй правоті суддю – хто зможе краще переконати його, той і переможе в судовій справі.

Подібна ситуація складається і в парламентських дебатах – є прихильники законопроекту та його опоненти. А члени парламенту, вислухавши аргументи обох сторін, мають ухвалити рішення.

У світі бізнесу й господарювання оголошують конкурси (тендери) щодо виконання певних робіт чи послуг. Якщо компанія або підприємство зможе переконати замовника, що найкраще виконає цю роботу чи надасть послугу, то отримує замовлення. Відкриті захисти проєктів творчими групами в рамках одного замовлення, в роботі однієї компанії теж мають ознаки дебатів.

У науковій діяльності зустрічаємо дебати, наприклад, у ході захисту наукової роботи/дослідження, коли відбувається зіткнення думок того, хто захищає роботу, й тих, хто опонують йому.

Популярність дебатів у сучасному світі пов'язана і з політичними дебатами. Як ми вже згадували, першими телевізійними дебатами були дебати між Джоном Кеннеді

та Річардом Ніксоном у 1960 році. Саме після цього дебати впевнено увійшли в політичне життя Америки та Європи.

Якщо говорити про публічні дебати, то вони яскраво виявляють ставлення сторін до суспільно значущих тем. Крім того, учасники дебатів демонструють свою політичну зрілість, інтелект, ораторські здібності тощо.

Як гра дебати демократичні, оскільки передбачають чесність, рівність можливостей, повагу до опонента, толерантність та одночасно критичне мислення.

Дебати формують і вдосконалюють:

- навички аргументації;
- вміння слухати опонента та аналізувати його думку;
- вміння ставити запитання і формувати відповіді на поставлені запитання;
- вміння вести дискусію у дусі толерантності, дотримуючись мовних стандартів та етичних норм.

Цінність дебатів полягає у тому, що вмінню реагувати на почуте навчитися нескладно, а от у результаті розгляду проблеми з різних позицій можна ще й побачити абсолютно нові підходи до її розв'язання. Відтак дебати необхідні суспільству – вони як цивілізована форма спору через взаємодію і співпрацю людей та їх спільнот просувають і зміцнюють демократію, утверджують демократичні цінності, допомагаючи розв'язанню суспільно значущих проблем.

Дебати – шлях до ствердження людини як промовця і разом із тим – шлях до формування та прояву її активної позиції. Вміння довести свою думку публічно, обрати свій варіант розв'язання проблеми й аргументувати його доцільність – ця навичка потрібна в житті небайдужій до суспільного життя людині. Це уможливлює реагування на динамічні зміни в суспільстві й знаходження себе в ньому. Через участь у дебатах людина виявляє громадянську позицію, компетентність, активність та відповідальність.

Крім того, це ще й жвава подія. Тут аудиторія цінує спікерів, які вміють привернути увагу й зацікавити слухачів гострим розумом, майстерною аргументацією, дотепністю, жартами. І хоча почасти до дебатів залучають дотепних людей, утім це не місце для виступу комедіантів у жанрі стендап, де жарт слідує за жартом. У промовах учасників дебатів жарти, гострі репліки спрацьовують тоді, коли вони є частиною виступу і природним чином виникають із запропонованої теми.

Три основних принципи дебатів

*Принцип перший: **дебати – це процес***

У дебатах процес важливіший за кінцевий результат – перемогу або поразку. Дебатування сприяє розвитку навичок, необхідних людині для досягнення життєвого успіху в сучасному демократичному суспільстві.

Якщо людина не прагне будь-якою ціною стати переможцем, то вона:

- уникає сумнівних прийомів та агресивних дій;
- приділяє більше уваги підготовці аргументів, пошукам контраргументів та кращому їх викладенню;
- демонструє толерантність і готовність чути опонента.

Поведінка такого учасника дебатів викликатиме повагу і прихильність аудиторії (слухачів) та/або суддів.

*Принцип другий: **правда, нічого крім правди***

Коли процес дебатування важливіший за перемогу, то навряд чи дебатер використовуватиме недостовірні факти, посилання на неіснуючі чи фейкові джерела інформації тощо.

Чесність є основою всього, що відбувається у дебатах. Запитання, пов'язані з інтересами нашого суспільства в минулому, сьогоденні та майбутньому, стають у дебатах центром пошуків істини. Тож аргументи мають бути правдивими, а учасники – чесними у використанні доказів і фактів, спростуванні аргументів опонентів.

*Принцип третій: **повага до опонентів***

Учасники дебатів мусять поважати один одного, адже це не боротьба особистостей. Людині не слід у жодному разі принижувати, ображати, зневажати інших людей лише за те, що вони не погоджуються з висловленою нею точкою зору.

Дебати є змаганням ідей. Тож тут допустима (й ефективна з точки зору комунікаційної культури) лише така зброя, як добре обдуманий аргумент, влучний приклад, красномовство, оригінальність промови. Тому єдиний шлях довести хибність ідеї – це протиставити переконливі докази, обґрунтований аргумент, захопити аудиторію красномовством.

Існує чимало доказів на підтримку проведення дебатів та участі в них. Найважливіший із них полягає в тому, що це можливість цивілізовано обговорити суперечливе питання, шанс знайти розв'язання проблеми.

Дебати навчають розуміти, що будь-яка тема чи судження має право на існування, а всі думки можуть не тільки обговорюватись, а й мати сильні та слабкі сторони. Дебати допомагають дивитися на явища, процеси, події, вчинки людей із різних сторін; ставити запитання по суті справи або проблеми; знаходити факти; розвивати кмітливість, логіку та аргументацію; переконувати інших людей.

Людина, яка пройшла школу дебатів, має безперечну перевагу перед іншими, бо на її боці будуть сила знання та вправність уміння. Люди в усьому світі беруть багато корисного з дебатів. Однак в офіційних дебатах переможця визначає суддя або аудиторія, тоді як у житті найвірогідніше людина сама собі і гравець, і суддя.

Розділ 3. ДЕБАТИ: ФОРМАТИ, ПРОЦЕС, УЧАСТЬ

ЯКИМИ Є ФОРМАТИ ДЕБАТІВ

Під форматом дебатів розуміємо певні правила і процедури, за якими вони відбуваються.

Найпоширеніші формати дебатів:

- президентські дебати;
- парламентські дебати (американський та британський формати);
- модель ООН;
- політичні дебати;
- дебати Лінкольна – Дугласа;
- дебати Карла Поппера;
- Всесвітній формат шкільних дебатів.

Формат Лінкольна – Дугласа, парламентські дебати та Всесвітній формат шкільних дебатів, де час на підготовку обмежений, вимагають від учасників застосування як загальних знань, так і сформованих навичок критичного мислення. Тому їх зазвичай використовують студенти і досвідчені дебатели. А от ціннісні дебати Карла Поппера та полісі-дебати під силу й початківцям.

Як правило, тему для дебатів формують заздалегідь, вона відома спікерам команд. Позиція Ствердження погоджується з темою і представляє сформульовані аргументи, підкріплені статистикою, фактами, прикладами. Команді Заперечення слід зреагувати на почуті аргументи, тобто спростувати позицію Ствердження, а потім висунути власні контраргументи. І тут важливо те, що спікери переконують не один одного, а третю сторону – суддів та глядачів. Зазвичай спікери не знають, яку позицію вони відстоюватимуть (це визначає жеребкування), тому вони мають бути готові відкрито обговорювати будь-яку з двох.

У дебатах стане в нагоді стародавнє китайське правило: щоб перемогти противника, не треба ставати сильнішим за нього, а треба зробити його слабшим за себе.

Спільні ознаки форматів дебатів:

- наявність та участь двох команд – Ствердження та Заперечення;
- обговорення актуальної суспільно важливої теми, сформульованої у вигляді твердження/питання;
- забезпечення можливості кожній стороні обґрунтувати свою позицію, відповісти на аргументи опонентів і використати раунд «перехресних запитань» як для ствердження власної позиції, так і для виявлення слабких сторін аргументації опонентів;
- встановлення певної послідовності виступів учасників та дотримання чітких часових меж;
- забезпечення зворотного зв'язку між учасниками дебатів і суддями та/або тими, хто спостерігає за дебатуванням.

Формат ціннісних дебатів Карла Поппера

В основу дебатів за цим форматом покладено розуміння учасниками суспільних цінностей, яке, залежно від сімейних, релігійних і культурних уявлень та традицій, може різнитися.

Формат Карла Поппера вважають класичною формою ведення дебатів. Тут участь беруть дві команди у складі трьох спікерів: одна представляє лінію Ствердження, а інша – Заперечення.

У ході дебатів недостатньо, щоб обидві команди лише виголосили свої промови, кожна сторона мусить піддавати критичному аналізу аргументи опонентів, порівнювати свою позицію з позицією опонентів, демонструючи суддям і слухачам свою перевагу. Формальні дебати починаються з теми – короткого та простого за формою твердження, де визначається, що обговорюватимуть обидві сторони. Кожна команда намагається переконати суддю (суддів), що її позиція є правильною, послідовно викладаючи аргументи та переконуючи у хибності (хиткості) позиції іншої сторони.

Кожний гравець у команді має чітко визначені ролі.

ПОЗИЦІЯ СТВЕРДЖЕННЯ

1-й СПІКЕР

- Погоджується з темою та визначає ключові слова теми.
- Встановлює критерій.
- Встановлює певну лінію аргументації:
перший аргумент;
другий аргумент;
третій аргумент.
- Робить висновок, формулює чіткий погляд стверджуючої команди щодо теми.

2-й СПІКЕР

- Ще раз стверджує власну позицію.
- Ще раз стверджує дефініції / спростовує дефініції заперечуючої команди (якщо вони були).
- Ще раз підкреслює цінність мети.
- Спростовує аргументи заперечуючої команди.
- Стверджує лінію аргументації своєї команди за первинною структурою:
представляє нові докази;
перечитує вирішальні аспекти попередніх доказів;
використовує приклади, статистику, аналогії;
розширює існуючі аргументи.

3-й СПІКЕР

- Концентрує увагу суддів на вирішальних моментах дебатів.
- Ще раз пояснює, чому стверджуюча команда продовжує підтримувати власні дефініції.
- Пояснює переваги мети власної команди. Стежить за структурною лінією стверджуючої команди:
вказує суддям на вартість вирішальних аргументів;
пояснює вплив кожного з аргументів;
пояснює, чому стверджуюча команда продовжує підтримувати власні аргументи.
- Не випускає аргументи опонентів, вказує на їх цінність та спростовує їх.
- Робить висновок з усього, що його команда стверджувала.

ПОЗИЦІЯ ЗАПЕРЕЧЕННЯ

1-й СПІКЕР

- Не погоджується з темою.
- Погоджується або пропонує свої дефініції.
- Приймає мету (критерій) або подає власну.
- Спростовує кожен аргумент стверджуючої команди, дотримуючись структури наведеної аргументації.
- Представляє лінію аргументації заперечуючої команди: перший контраргумент; другий контраргумент; третій контраргумент.

2-й СПІКЕР

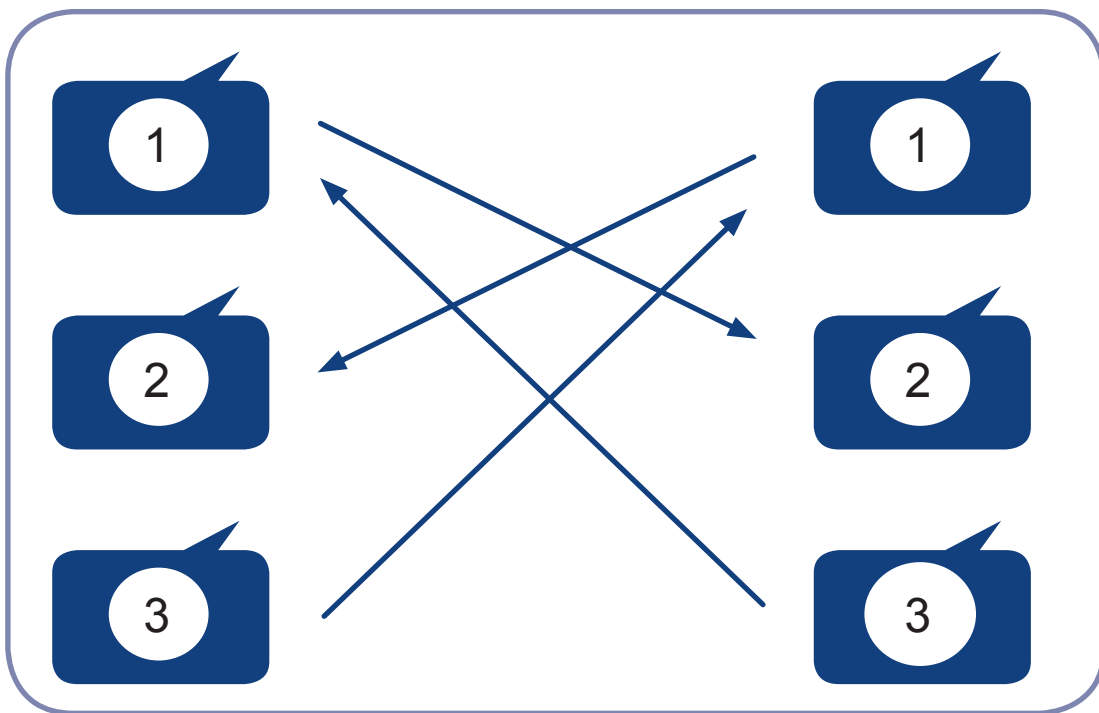
- Підкреслює головні відмінності.
- Якщо ввели нові дефініції, продовжує пояснення.
- Аргументує альтернативну мету (критерій), використовуючи лінію аргументації стверджуючої команди, спростовує її послідовно, пункт за пунктом: дає нові докази; пояснює слабкі місця в лінії аргументації опонентів.
- Використовує приклади, описи, аналогії.
- Ще раз стверджує власну лінію аргументації, а також розширює її.

3-й СПІКЕР

- Концентрує увагу суддів на вирішальних моментах дебатів.
- Указує на позицію власної команди щодо дефініцій. Дає оцінку будь-якій дискусії щодо мети (критерію), стежачи за структурою лінії аргументації стверджуючої команди: вказує суддям на переконливість вирішальних контраргументів; пояснює їх вплив; заперечує головні аргументи.
- Упевнюється, що всі аргументи ствердження спростовані.
- Робить підсумкові висновки.

Раунд триває чітко визначений час – 44 хвилини. Кожна команда має також 8 додаткових хвилин, які може використати будь-коли, не перебиваючи промови та раунди запитань. Після перших чотирьох промов відбуваються трихвилинні раунди перехресних запитань.

Схема раунду перехресних запитань



У другому раунді позиції команд змінюються: якщо команда заперечувала, то в другому раунді вона буде стверджувати, але вже дебатовати з іншим опонентом.

Визначені суддями команди продовжують змагання у півфіналі, а переможці – у фіналі.

Формат дебатів Лінкольна – Дугласа

Дебати Лінкольна – Дугласа – це формат ціннісних дебатів, де спікери обговорюють важливість цінностей та їх вплив на суспільне життя й ухвалення рішень, а не висувають план розв’язання проблеми.

Вище ми розповідали, що в 1858 році Авраам Лінкольн закликав свого опонента на виборах до Сенату Сполучених Штатів Америки до проведення дебатів з проблеми рабства. Стівен Дуглас прийняв виклик. Відбулася серія яскравих дебатних видовищ у кількох містах США. Як результат цього історичного зіткнення, дебати щодо цінностей двох людей стали називати дебатами Лінкольна – Дугласа.

Спільними цінностями для дебатів Лінкольна – Дугласа є досягнення, демократія, рівноправність, свобода, справедливість, правосуддя, життя, прогрес, безпека, щастя. Обговорення може відбуватися як навколо порівняння кількох цінностей, так і навколо оцінки твердження на основі перерахованих вище цінностей.

Три правила формату дебатів Лінкольна – Дугласа

Правило перше. У дебатах беруть участь тільки два спікери, які по черзі відстоюють протилежні позиції. У ході раунду спікери виголошують промови, застосовуючи ціннісну аргументацію, висувують критерій та забезпечують логічний зв'язок між аргументацією і критерієм.

Критерій – це мета, що показує, чого спікер хоче досягти при розгляді теми. Критерій використовують для побудови суджень, одночасно він є інструментом доказу, це фундамент позиції спікера (команди).

При формулюванні теми критерій стає однією з найбільш важливих частин кейсу. Він формулює мету, якої бажає досягти спікер, або визначає цінність, яку останній вважає значимою. Досягнення поставленої мети або визначення цінності необхідне для доведення теми.

Вибір критерію обумовлює формулювання аргументів: кожний аргумент має бути пов'язаний не тільки із загальною темою, а й з конкретним критерієм, обраним спікером. Критерій не заперечують і не спростовують – спікер може не погодитися з обраним критерієм і вибрати власний, обґрунтувавши при цьому важливість/актуальність власної цінності або мети. Якщо спікер Заперечення погодився з критерієм позиції Ствердження, він має формулювати власні контраргументи в межах тієї ж цінності чи мети. При обґрунтуванні власного критерію спростування має відбуватися у межах критерію, заявленого спікером Ствердження, а контраргументація – у межах власного.

Приклад взаємозв'язку усіх елементів кейсу:



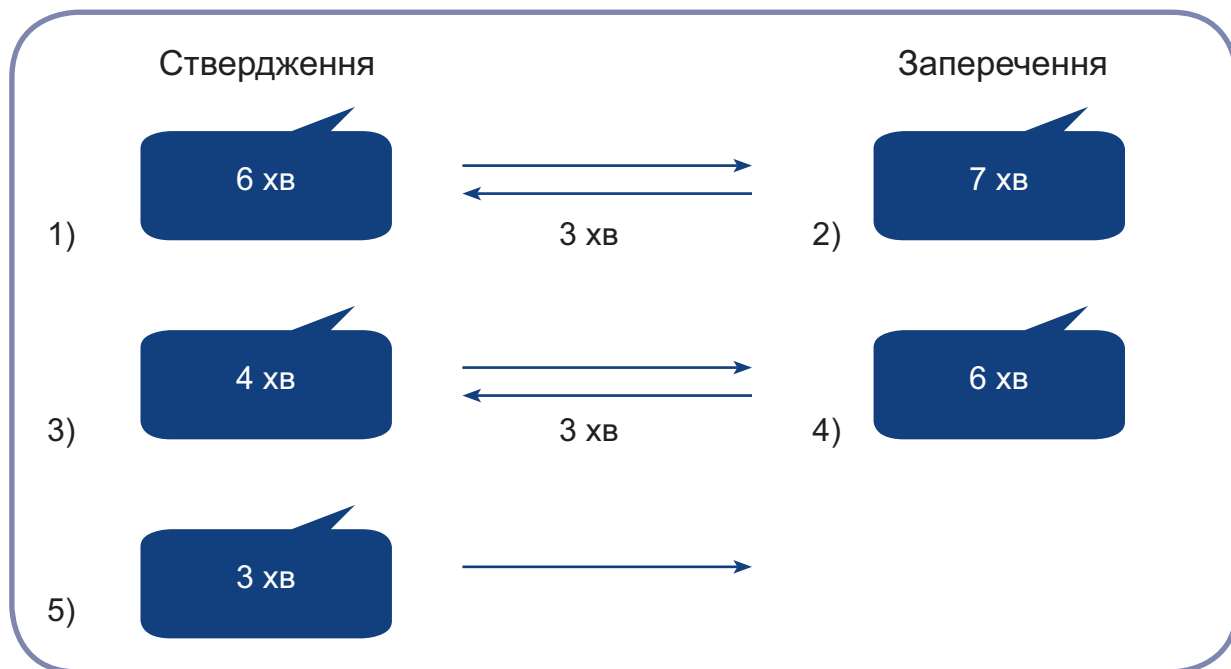
Правило друге. Усі промови мусять бути чітко структурованими, зрозумілими та поданими в доступній формі. Вони мають містити резолюцію (сформульовану позицію), обґрунтування актуальності теми, дефініції (основні поняття), чітко сформульовані аргументи, підкріплені фактами, прикладами, статистикою тощо, певні висновки.

Правило третє. Зіткнення різних точок зору – невід’ємна частина дебатів. Тож зіткнення має бути присутнє у промові кожного спікера, крім конструктивної промови Ствердження. Бачення проблеми з іншої позиції або спір у дебатах може стосуватися ціннісних передумов, критерію чи аргументів. Обов’язок Ствердження – підтримати резолюцію за допомогою ціннісної аргументації, а також протистояти позиції Заперечення. Обов’язок Заперечення – забезпечити зіткнення позиції Ствердження, спростовуючи аргументацію протилежної сторони, спираючись на цінності.

План дебатів Лінкольна – Дугласа

- Конструктивна промова Ствердження – 6 хв.
- Раунд перехресних запитань – 3 хв.
- Конструктивна промова Заперечення – 7 хв.
- Раунд перехресних запитань – 3 хв.
- Спростування Спростування Ствердження – 4 хв.
- Спростування Спростування Заперечення – 6 хв.
- Аналітична промова Ствердження – 3 хв.

Порядок виступів спікерів



Всесвітній формат шкільних дебатів

Всесвітній формат шкільних дебатів (*World Schools Debate Format*, або *World Schools Style debating*) є комбінацією британських парламентських та азіатських форматів дебатів. Він був створений у 1988 році в Австралії спеціально для проведення чемпіонату світу зі шкільних дебатів.

У кожному раунді дебатів беруть участь дві команди по три спікери. Кожна команда зобов'язана стверджувати, що тема правильна. Починає дебати команда Ствердження (*affirmative*), яка іноді має назву Уряд (*proposition*). Інша команда зобов'язана заперечувати та доводити протилежну точку зору. Це команда Заперечення (*negative*), або Опозиція (*opposition*). Спікери обох команд виголошують усього вісім промов. Перші шість основних промов тривають по 8 хвилин, після чого кожна команда завершує дебати проголошенням 4-хвилинної заключної промови.

Основні правила:

- відсутній окремий раунд перехресних запитань;
- запитання (інформаційні запити) ставлять під час промов;
- інформаційний запит не завжди звучить у формі запитання, інколи – як заперечення чи додаткова інформація; спікер, який виступає, зобов'язаний відповісти на таку ремарку;
- кейс (аргументи) розподіляють між першими двома спікерами;
- четверту промову в команді (порівняльний аналіз позицій сторін, підсумкове слово) виголошує перший або другий спікер;
- спікери, які виголошують останні промови, міняються місцями: спочатку виступає спікер сторони Заперечення, а завершує дебати спікер команди Ствердження.

Інформаційні запити можуть бути:

- такими, що уточнюють (якщо щось не зрозуміло у кейсі опонентів);
- такими, що атакують (атака на аргументи опонентів);
- такими, що прояснюють позицію (наприклад, прояснення поточної ситуації з обговорюваного питання);
- логічними, що виявляють зв'язки підтримки (фактів, статистики, інших доказів) з аргументами.

Спікер має прийняти 2–3 інформаційних запити за промову – не більше і не менше. Тут діє таке правило кожного спікера: «Два поставити, два прийняти». При цьому запити не ставлять під час першої та останньої «захищеної» хвилини виступу перших, других і третіх спікерів, а також під час усієї четвертої промови.

Не можна часто (з інтервалом менше 15–20 секунд) повторювати запити – їх ставлять явно для того, щоб збити опонента з думки і перервати хід його виступу.

Перший спікер сторони Ствердження

Перший спікер сторони Заперечення

- Ствердження: 100% промови – новий матеріал.
- Заперечення: 80% промови – новий матеріал, 20% промови – спростування кейсу опонентів.
- Спікери:
інтерпретують тему дебатів і відповідають на неї;
«розділяють аргументи»: які аргументи вводить перший, а які – другий спікер;
вводять основну (більшу) частину кейсу своєї команди;
відповідають на інформаційні запити опонентів по ходу виступу;
для сторони Заперечення: висунення контраргументів (більшої кількості)

Другий спікер сторони Ствердження

Другий спікер сторони Заперечення

- 25–50% – нові аргументи (одна третя частина кейсу) – співвідношення ситуативне, залежить від дебатуючої сторони;
- 50–75% – спростування попередньої промови опонента.
- Спікери:
повинні почати з невеликого резюме: в чому полягає предмет спору і що я буду робити протягом виступу?
спростовують аргументи опонентів, не забуваючи про командну лінію. Спікер сторони Ствердження може витратити на це до 40% свого часу, а спікер сторони Заперечення – до 50%;
вводять нові аргументи. Спікер сторони Ствердження може витратити на це до 60% свого часу, а спікер лінії Заперечення – до 50%;
дають відповіді на інформаційні запити опонентів у ході виступу.

Третій спікер сторони Ствердження

Третій спікер сторони Заперечення

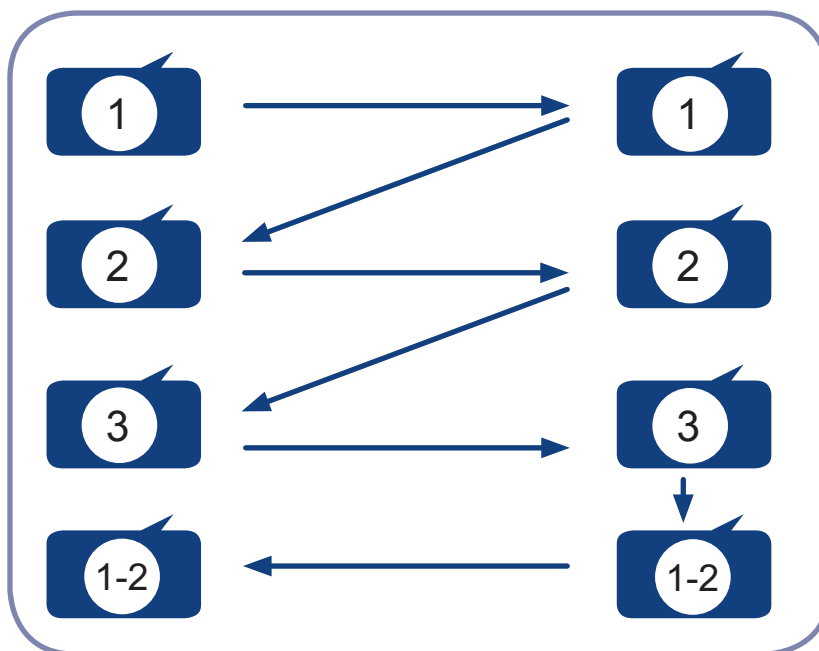
- Треті спікери не мають права вводити новий матеріал (нові аргументи – 0%), але при цьому можуть використовувати нові приклади і докази для вже наведених аргументів кейсу.
- Спікери:
 - відповідають на аргументи опонентів (60–75% часу);
 - відновлюють вихідний кейс своєї команди, не забуваючи про командну лінію (25–40% часу);
 - дають відповіді на інформаційні запити опонентів у ході виступу.

Перший або Другий спікер сторони Ствердження

Перший або Другий спікер сторони Заперечення

- Ці спікери не мають права вводити новий матеріал (0%). Забороняється введення нових аргументів, прикладів, фактів тощо.
- Дебатери повинні здійснити аналіз раунду, який відбувся, виділити основні моменти точок зіткнення, демонструючи кращі сторони дебатування своєї команди.

✎ Порядок виступів спікерів



Спікер, який виголошує промову, може прийняти, відхилити запит чи змусити того, хто запитує, зачекати кілька хвилин.

Інформаційні запити (пункти інформації) формують у вигляді уточнень, коли інформацію подають як твердження, або у формі запитань. У літературі з дебатів зустрічаємо такі види запитань:

За логічною структурою	Закриті запитання: потребують однозначної відповіді, спрямовані на з'ясування істинності/хибності вираженого в них судження: Чи точно, що парламентські вибори призначено на осінь? Роздільні запитання: Ви берете участь у місцевих виборах, чи не так?	Відкриті запитання: передбачають множинність відповідей, пов'язані зі з'ясуванням інформації щодо подій, явищ, процесів, предметів, які цікавлять слухачів: Що може завадити проведенню місцевих виборів? Альтернативні запитання: Ви кандидат на місцевих виборах чи член команди підтримки?
За складом	Прості запитання, що не розкладаються на складники, тобто не містять інших запитань: Де будуть проходити публічні дебати?	Складні запитання, які можна поділити на прості: Де і коли проходитимуть публічні дебати у Вашому місті?
За формою	Логічно коректні запитання, в основі яких базисні судження: Чи співпрацюєте Ви з місцевою владою?	Логічно некоректні запитання, в основі яких невизначені судження: Чому Ви завжди ображаєте опонентів на публічних заходах?

Британський формат парламентських дебатів

Цей формат моделює (імітує) дискусію у британському парламенті: одна команда репрезентує Уряд, інша – Опозицію. Основна мета дебатного раунду – це представлення Урядом законопроєкту для голосування в парламенті. Завдання Уряду – надати чіткі аргументи щодо доцільності законопроєкту, а завдання Опозиції – спростувати положення Уряду й навести свої контраргументи проти резолюції.

Особливості Британського формату парламентських дебатів

Імпровізація. Тема повідомляється за 15 хвилин до початку раунду, при підготовці можна користуватися будь-якими джерелами інформації.

Поінформованість. Потреба в систематизації інформації з широкого спектра проблем. Ідеальний дебатер – гарно поінформована людина в багатьох галузях знань.

Підготовка. Припадає, як правило, на відведені форматом 15 хвилин.

Обмеження. Використовувана інформація має бути зрозумілою обізнаній людині, а не належати до спеціальних знань.

Публічність. Гра має бути динамічною і гнучкою для зацікавлення аудиторії.

Засоби переконання. Зазвичай, це умовиводи й аргументи. Важливим є вміння побудови аргументу за невеликий проміжок часу.

Власна тема для кожного дебатного раунду. Теми можуть бути об'єднані загальною тематичною сферою, утім так буває не завжди.

У дебатах беруть участь 4 команди по 2 особи (дві команди представляють Уряд, дві – Опозицію). Оцінюють раунд за рейтингом команд та індивідуальним заліком: 3 бали – найпереконливіша команда, 0 балів – найменш переконлива команда.

Кожна промова триває 7 хвилин, резолюція проголошується за 15 хвилин до початку раунду. Перехресні запитання представлені як «пункти інформації» (15-секундні ремарки, зауваження чи уточнення).

Кожна команда має представника, який оголошує основну позицію своєї палати, двох представників, які ведуть аргументацію позицій палат, та секретаря – останнього гравця, який проводить аналіз, аргументовано пояснюючи причину переконливості палати, яку представляє.

Основні елементи Британського формату парламентських дебатів

Резолюція (тема) – теза, що оголошується за 15 хвилин до початку раунду.

Інтерпретація – ключова теза, яку впродовж гри захищає Уряд та спростовує Опозиція.

Команда Першого Уряду задає тон дебатам. Перший Уряд має представити тему раунду й надати інтерпретацію. Під останньою розуміють специфічний спосіб конкретизації теми раунду, звуження дебатів до конкретної сфери. Інтерпретація фактично є прив'язкою метафори, афоризму, гіперболи, яку надають у темі раунду, до економічних, політичних, правових проблем сучасності. Вона має бути логічною.

Кейс (від англійського слова «case» – план) – у ньому особливе місце займає План дій, підтриманий аргументами, доказами й фактами, спрямований на доведення інтерпретації.

Структура кейсу:

- модель (механізм, законопроект, пропозиція Уряду);
- лінія Аргументації.

Модель – спосіб уточнення інтерпретації, спосіб зробити дебатування більш чітким, зрозумілим та простим. Це частина кейсу, спрямована на уточнення інтерпретації. В окремих випадках, коли в інтерпретації закладено одноактну дію (дозволити, заборонити, скасувати тощо), вона не потребує додаткових пояснень та уточнень. Однак у переважній більшості випадків в інтерпретацію закладають дії, що можуть набувати різноманітних проявів (наприклад, реформувати, змінити, реорганізувати тощо). У таких ситуаціях Перший Уряд має два варіанти:

1) захищати дію в цілому, незалежно від її окремих проявів (наприклад, Уряд може захищати необхідність реформування української енергетики незалежно від того, в чому полягатиме таке реформування);

2) конкретизувати дію, закладену в інтерпретації за допомогою моделі (наприклад, Уряд може уточнити, що він пропонує здійснити реформування енергетики, що полягатиме у збільшенні частки ядерної енергетики).

Залежно від інтерпретації Уряду модель може відповідати на одне чи кілька таких запитань: *хто, як (у який спосіб), коли?* Наприклад, для інтерпретації «Україна повинна вдосконалити механізм боротьби з корупцією» важливо чітко продемонструвати спосіб боротьби (*як?*) та суб'єктів, що мають вчиняти відповідні дії (*хто?*).

Модель не має бути:

- надмірно деталізованою (обсяг – до 6–7 речень, виклад – до 2-х хвилин);
- суперечливою;
- ширшою за інтерпретацію.

Лінія Аргументації – це основна частина кейсу Першого Уряду. Її викладення має займати 5–6 хвилин промови першого промовця з лінії Уряду.

Дебатування відбувається навколо лінії Аргументації Уряду. Опозиція повинна їй опонувати, а Другий Уряд – розширювати.

Розподіл аргументів між промовцями

Промовці Першого Уряду можуть розподілити аргументи між собою. Бажано, щоб другий промовець Першого Уряду мав «про запас» 1–2 нових аргументи. Однак висунення таких аргументів має бути заявлене першим промовцем Першого Уряду.

Завдання Опозиції полягає в тому, щоб створити так зване зіткнення в дебатах – Опозиції слід будувати дебати так, щоб суперечність між її позицією та позицією Уряду була очевидною.

ПЕРШИЙ УРЯД	ПЕРША ОПОЗИЦІЯ
<i>Прем'єр-міністр</i> ➤ представлення інтерпретації ➤ представлення кейсу	<i>Лідер Опозиції</i> ➤ заміна інтерпретації Першого Уряду (у разі необхідності) ➤ представлення стратегії заперечення (контраргументів)
<i>Член Уряду</i> ➤ спростування контраргументів Першої Опозиції та відновлення кейсу ➤ доповнення кейсу (у разі якщо про це було зазначено Прем'єр-міністром)	<i>Член Опозиції</i> ➤ реакція на спростування Членом Уряду контраргументів Першої Опозиції ➤ представлення додаткових контраргументів

ДРУГИЙ УРЯД	ДРУГА ОПОЗИЦІЯ
<i>Прем'єр-міністр</i> ➤ представлення розширення кейсу Першого Уряду ➤ спростування контраргументів Першої Опозиції (якщо відбиття Першого Уряду було слабким)	<i>Лідер Опозиції</i> ➤ спростування розширення Другого Уряду ➤ представлення додаткових аргументів проти кейсу Першого Уряду
<i>Член Уряду</i> ➤ спростування контраргументів, висунутих Другою Опозицією проти розширення Другого Уряду ➤ підведення підсумків, аналіз дебатів	<i>Член Опозиції</i> ➤ підведення підсумків, аналіз дебатів

Ключовим завданням Другого Уряду є розширення позиції (кейсу) Першого Уряду. У дебатах це називається *позитивним розширенням*.

Другий Уряд не може:

- дублювати ідеї Першого Уряду;
- підтримувати іншу інтерпретацію, ніж висунуту Першим Урядом (окрім випадку, коли Перша Опозиція замінила інтерпретацію Першого Уряду);
- редагувати (вилучати певні положення) та доповнювати модель Першого Уряду (такі дії є непрямым порушенням першої заборони);
- висувати аргументи, що суперечать позиції Першого Уряду.

Нові аргументи допускаються в усіх промовах, крім останньої.

У раунді присутній Спікер Палати – суддя, який оцінює дебати.

Інші види дебатів

У дебатах про політику (*Policy Debates*) розглядають практичне застосування конкретної позиції. Сперечаються тут із приводу ефективності ідеї, плану, засобів його досягнення.

Відкриті дебати (*Plenary Debates*) передбачають постановку проблеми з подальшим обговоренням без чіткого розмежування сторін ствердження й заперечення та із залученням широкого кола учасників. Важливими при проведенні таких дебатів є два моменти: 1) попереднє ознайомлення учасників з предметом обговорення; 2) модерування дискусії для її конструктивного характеру.

Дебати у формі телевізійного *talk-show* (*Panel Debates*) вимагають від ведучого особливого вміння спрямувати дискусію по суті питань, уникаючи «ходіння по колу». Для цього необхідно передбачити: 1) принципові засади; 2) точки розбіжності, зіткнення думок у рамках дискусії.

ЯК ДІЙТИ ІСТИНИ

У 2008 році відомий програміст і венчурний капіталіст, один із засновників Y Combinator, Пол Грем написав невеличке есе «Як НЕ погоджуватися». У ньому він зазначає, що нормально, коли люди не зобов'язані погоджуватися з думкою іншої людини. Однак маючи намір заперечити, людина має зробити все можливе, щоб заперечити правильно.

Грем систематизував основні прийоми спілкування, ведення суперечок і спростувань в Інтернеті, проте його система виявилася придатною і для реального життя, в тому числі політичного. Підхід Грема, який демонструє ієрархію / різні відтінки розбіжностей, невдовзі отримав назву «піраміда Грема».

Найпопулярніші методи ведення дискусії/суперечки за пірамідою Грема



Прямі образи (*Name-calling*)

Це найнижча інтелектуальна форма в діалозі, пряма образа, умисне приниження честі й гідності людини, виражені в непристойній формі. Тут слова вже не стосуються суті справи. Ваш опонент навіть не намагається довести, що ви неправі, він просто прагне вас образити, і не має жодного значення, чи маєте ви рацію.

Перехід на особистості (*Argumentum ad Hominem*)

Дуже поширений демагогічний прийом, коли опонент спростовує ідею (дискредитує аргументи) та провокує некоректну реакцію опонента.

Претензії до тону (*Responding to Tone*)

За цього прийому опонент розуміє, що у нього немає вдосталь аргументів, однак слід зберегти власну репутацію. Тоді він починає демонструвати, що йому не до вподоби ваш тон.

Сперечання (*Contradiction*)

Це виглядає, як хлоп'яцтво на кшталт:

- А ти відповідаєш за свої слова?
- Я відповідаю. А ти?
- А що я? Я теж відповідаю.

Сьогодні вже так не сперечаються навіть на побутовому рівні. Тим паче це не повинні дозволяти собі політики або ж ті, хто дебатує на суспільно значимі теми. Емоційне сперечання може завести в «глухий кут» будь-які перемовини чи обговорення і навряд чи доведе до істини.

Контраргумент (*Counterargument*)

П'ятий рівень ведення суперечок і, напевно, перший, який є прийнятним. Уналежнює вміння ставити під сумнів позицію суперника та протиставляти йому власні аргументи. Дуже важливо, щоб контраргументи з'являлися тоді, коли слід не лише спростувати/послабити позицію опонента, а й відстояти власну точку зору.

Спростування по суті (*Refutation*)

Найпереконливіша форма незгоди з позицією опонента. Вона ж і одна з рідкісних, що зустрічається сьогодні в дебатах. Її підготовка потребує наполегливої і тривалої роботи.

Логіка полягає в тому, що промовцю слід буквально цитувати свого опонента (його усну або письмову мову) та спростувати його аргументи, знаходячи в них фактологічні або логічні помилки. Так часто діють фактчекери, які мають достатньо часу для аналізу. Під час дебатів це зробити складно, тому до цього слід готуватися.

Спростування в чистому вигляді (*Refuting the Central Point*)

Найефективніший сценарій проведення дебатів – спростування центрального (основного) аргументу опонента. Тут важливо подавати не суб'єктивну думку, а об'єктивні фактологічні докази. Приклад: Ви говорили, що він помер, а ось він; Ви говорите, що економіка падає, а ось вона зростає.

Ми живемо у світі постправди, де об'єктивні факти менше впливають на формування громадської думки, ніж звернення до емоцій людей. На жаль, багатьом людям вже не важливо, що насправді сталося, а важливо те, наскільки емоційно це сприйняли люди. Саме тому дуже часто на подання об'єктивних фактів суперник швидше за все відповість: «Так ти ж йолоп (дурень, бевзь), із тобою нема про що говорити!» – і його прихильники вибухнуть оваціями.

Якщо ми прагнемо відбутися як держава і зрости як громадянське суспільство, то маємо навчитися самі, навчити політиків і дебатерів аргументувати змістовно й переконливо. І тут не обов'язково погоджуватися з їхньою позицією, однак не слід дозволяти їм ображати один одного, поливати публічно багнюкою чи чубитися перед аудиторією.

ЯК ТРЕНУВАТИ НАВИЧКИ СПІКЕРА

Напрактикуватися гарно дебатувати можна лише вправляючись у цьому. Тож почнемо.

Як працювати з інформацією

Робота з інформацією є основою побудови сильної аргументації, тому дебати вчать відшукувати суть у великій за обсягом інформації. Щоб ознайомитися з основними питаннями проблеми, треба знайти дві-три базові статті, які допомагають зрозуміти тему. Важливо вже на початку визначити основні думки щодо проблеми, відрізнивши ідеї від конкретних свідчень або доказів на їх підкріплення. Вивчаючи тему, бажано робити позначки, щоб було легше зрозуміти, проаналізувати та систематизувати основні ідеї, подані в джерелі інформації.

Працюючи з джерелом, слід: структурувати інформацію, проаналізувавши наведені в ній дані; поєднати різні види даних та оцінити якість висновків; скласти перелік елементів аргументації у вигляді запитань:

- Яке тут головне питання?
- Яку відповідь/рішення запропоновано?
- Які причини наведено на підтримку цієї відповіді?
- Які докази підтримують кожну з причин?
- Яким фактам, як очікують, ми маємо просто повірити?
- Що залишено невисловленим?
- Які вагомні слова ми маємо виділити для того, щоб дійти такого ж висновку, що й автор?
- Чи є інформація тим, що автор пропонує як цінності, що зумовлюють вибір ним слів?
- Які слова, обрані автором, є позитивними, нейтральними, негативними за значенням?
- Чи виправдовують причини запропонований автором висновок?

Якою буває аргументація

Аргументація – це міркування, представлені в процесі спілкування між людьми, метою яких є обґрунтування фактів, поглядів, ставлень і цінностей. Ефективна дискусія побудована на аргументації кожної сторони обговорення.

У широкому розумінні аргументацію визначають як процес обґрунтування певного положення (твердження, гіпотези) з метою переконання в його істинності, сутності.

Аргументація використовується тоді, коли хоча б дві людини виступають з критикою і захистом аргументів, намагаючись довести те, що їх заявам/судженням варто віддати перевагу. Для такого обміну учасники мають сформулювати й висловити свої аргументи, вислухати аргументи інших, критикувати висунуті іншими учасниками

аргументи, захищати свої аргументи, порівнювати і протиставляти всі аргументи, подані в обговоренні. Ми аргументуємо, тобто наводимо аргументи, з метою переконати як тих, хто бере участь у суперечці, так і аудиторію, що спостерігає за цим.

Дебати – це структурована форма обговорення, метою якої є переконання аудиторії в певній думці. Професор риторики Роберт Трепп визначає три види аргументації:

1) описова, яка концентрується на суперечці про природу і визначення предметів (явищ);

2) відносна, що ґрунтується на відношенні між предметами;

3) оцінна, в основі якої лежить значення/цінність предметів чи явищ.

Три види аргументації можна застосовувати незалежно одна від одної або пов'язувати між собою.

Наприклад, у дебатах може обговорюватися пропозиція заборонити всі жорстокі комп'ютерні ігри. Висловлене бажання *заборонити комп'ютерні ігри*, що пропагують жорстокість, зажадає оцінної аргументації, наприклад: *заборонити жорстокі комп'ютерні ігри – це добре чи погано?* Тоді стане зрозуміло, що для того щоб визначити бажаність такої заборони, дебатиери мусять знайти аргументи на підтримку того, що комп'ютерні ігри реалістично зображують насильство (описова аргументація), а також того, що демонстрація насильства в мас-медіа провокує глядачів теж поводитися жорстоко (відносна аргументація). Тут використовуватимуться усі три види аргументації.

Описова аргументація

Спікери можуть будувати ефективні описові аргументи кількома способами, наприклад:

1) *диференціація*: спікер включає предмет обговорення до загального класу (роду), а потім диференціює його, відрізняє від усіх інших. У спорі, наприклад, про природу глобального потепління дебатер може заявити, що глобальне потепління – це підвищення температури на поверхні Землі (загальний клас), спровоковане парниковим ефектом (диференціація);

2) *приклад*: спікер ілюструє природу і визначення предмета для опису його властивості або матеріальної сторони. Наприклад, при доведенні того, що вільна торгівля дає змогу певній компанії створювати робочі місця у країнах, що розвиваються, за відсутності законодавства з охорони праці й навколишнього середовища, можна використати приклад вільної торгівлі, щоб проілюструвати її природу й поняття;

3) *порівняння*: спікер використовує аналогії для виявлення природи й визначення предмета. Наприклад, у дискусії про легалізацію куріння марихуани, провівши паралель з алкоголем, можна показати, як регулювати споживання марихуани;

4) *авторитет*: спікер посиляється на когось/щось, хто/що має певну компетенцію, достатню для визначення характеристики того, про що йдеться. Коли дебатер

висуває аргументи щодо, наприклад, освіти, він може заявити, що освіта – це одне з основних прав людини, тому що так заявлено в Загальній декларації прав людини.

Відносна аргументація

Тут дебати обмінюються аргументами про причиново-наслідкові зв'язки, тобто про взаємозв'язки, що існують між предметами. Аргументація стосується можливості та ймовірності того, що певне явище чи подія спричинить інше, наприклад: чи знизить заборона наркотиків їх споживання, чи попередить смертна кара злочини, чи спровокує висвітлене в мас-медіа насильство реальну агресію.

Причиново-наслідкова аргументація не стосується взаємозв'язків, у яких не можна бути впевненим. Наприклад, нам відомо, що причиною дощу є волога в повітрі та каталізатор, навколо якого ця волога конденсується, поки не досягне маси, потрібної для того, щоб опуститися на землю. Ми можемо підтвердити причиново-наслідковий зв'язок між вологою, пилом і дощем у природних і штучно створених умовах. По суті причина, через яку іде дощ, не є предметом для дискусії – вона прийнята як факт. Утім ми не маємо такого рівня підтверджень для багатьох інших зв'язків.

Способи складання

ґрунтовних причиново-наслідкових аргументів

1. *Використання звуження.* Це припущення, що спільна заява про причиново-наслідковий зв'язок (тобто те, що складно передбачити) відіб'ється у більш вузькому розгляді цього ж зв'язку (який простіше передбачити). Наприклад, якщо слід довести, що більш суворі покарання за керування авто в нетверезому стані зменшать кількість таких випадків, можна звузити такий передбачуваний причиново-наслідковий зв'язок до вивчення поведінки однієї людини: спікер може стверджувати, що набагато рідше сидатиме за кермо у стані алкогольного сп'яніння, знаючи, що це може призвести до кримінального покарання. Тому слід прийняти суворіші міри покарання.

Використовувати звуження можна так:

1) звузити передбачуваний причиново-наслідковий зв'язок від узагальнення про клас до одного представника цього класу: наприклад, це аргумент про вплив більш суворих покарань за керування авто в нетверезому стані;

2) підкріпити аргумент про широкий причиново-наслідковий зв'язок у рамках класу шляхом звуження розглянутих характеристик цього класу: якщо спікер доводитиме, що можна мотивувати покупців використовувати відновлювані джерела енергії шляхом виплати субсидій і це приведе до здешевлення таких джерел енергії у порівнянні з невідновлюваними, він може підкріпити таку заяву вказівкою на те, що люди (покупці) егоїстичні і скупі, тому віддадуть перевагу більш дешевому продукту.

2. *Використання аналогій,* що доводить причиново-наслідковий зв'язок між предметами через порівняння невідомих явищ із відомими. Якщо спікер доводитиме, що

медичне страхування розв'яже проблему кризи у сфері охорони здоров'я в Україні й запропонує на підтримку ефективність такої системи, наприклад Естонії, то він використовуватиме аналогії для побудови причиново-наслідкового зв'язку.

3. *Звернення до авторитетної думки.* Посилаючись на експерта, чий повноваження перетворюють припущення про причиново-наслідковий зв'язок у вірогідні, можна встановити ймовірність такого передбачуваного причиново-наслідкового зв'язку. Якщо спікер виголошуватиме аргумент про те, що зміна клімату є результатом підвищення рівня парникових газів в атмосфері, підтримкою тут може бути думка вчених, які вивчали цю проблему.

Оцінна аргументація

За її допомогою визначають, що добре чи погано, бажано чи небажано, прийнятне або неприйнятне. Такі теми, як «Ця палата боїться підйому Китаю» чи «Ця палата заборонить жорстокі комп'ютерні ігри», – типові приклади пропозицій, що вимагають оцінної аргументації.

Щоб скласти оцінний аргумент, слід визначити компоненти оцінки та порівняти їх. Обов'язковими для таких аргументів компонентами є: об'єкт (об'єкти) оцінки і критерій оцінки. Об'єкт – це центр оцінного зусилля. У темі «Ця палата боїться підйому Китаю» оцінний об'єкт – «підйом Китаю». Критерієм оцінки буде слово/фраза, що передбачає оцінне судження; у прикладі тут – дієслово «боїться».

Оцінні аргументи, як і будь-які інші, піддаються критиці з боку опонентів. Існує три загальних підходи до спростування оцінних аргументів: можна сперечатися про дефініції об'єкта; можна не погодитися зі стандартом, використовуваним для оцінки об'єкта; можна спростовувати спосіб порівнювання об'єкта до стандарту.

Як будувати аргументи

Аргумент є судженням (сукупністю суджень), що наводиться на підтвердження істинності будь-якого іншого судження (точки зору, думки, теорії тощо); це підстава або доказ, що відповідає на питання: «Чим треба довести тезу?». Аргументація – це невід'ємна складова будь-якої дискусії.

Існує багато літератури з теорії аргументації. Для організації та проведення публічних дебатів знадобиться практична аргументація. Створення аргументу – один із найскладніших процесів.

Кроки створення переконливих аргументів:

- 1) вивчити проблему та опрацювати певну інформацію;
- 2) сформулювати аргументи та контраргументи;
- 3) розташувати аргументи в логічній послідовності;
- 4) включити аргументацію до промови;

- 5) прописати спростування до кожного зі своїх аргументів, підготувати додаткові докази для їх відновлення (спростування спростування);
- 6) оцінити переконливість аргументів у контексті загальної позиції;
- 7) скласти орієнтовний список запитань, які можуть бути поставлені в ході дебатів.

Модель аргументації Тулміна

Британський професор філософії, автор багатьох наукових праць Стівен Еделстон Тулмін (S.E. Toulmin) у своїй праці «Використання аргументів» («The Uses of Argument», 1958 р.) запропонував модель практичної аргументації, що суттєво відрізняється від методів формальної логіки.

Модель аргументації Тулміна – це низка взаємопов’язаних компонентів, які використовують для аналізу міркувань. Її вважають одним із найбільших досягнень у галузі риторики та комунікації.

Стівен Тулмін порівнює аргументацію із судовим процесом, де заяви формулюють на підставі свідочств, фактів, доведень, що мають підтвердити або спростувати певну точку зору.

У дискусії ми не лише аргументуємо, а й аналізуємо наведені докази. Аналіз аргументів – це своєрідний «допит», під час якого ми ставимо питання до аргументів, щоб визначити їх життєздатність та надійність, потенційні слабкі місця. Тим, хто дебатуює, слід навчитися критично сприймати аргументи, особливо для створення найкращих аргументів чи формулювання влучних відповідей.

Коли ми стикаємося з аргументом, нам слід поставити собі низку запитань з цього приводу. Модель Тулміна надає компоненти (показники) для такого аналізу аргументів.

Твердження (Claim)

Це головна ідея всього аргументу, його головна теза. Твердження має бути обґрунтованим, щоб слухачі його сприймали як достовірне.

У ході дебатів спікери мають чітко розуміти те питання, яке вони стверджують і виносять на обговорення. Формулюючи твердження і спростовуючи аргумент іншої сторони, вони відповідають на запитання, яке хочуть довести цим аргументом:

- *Яке твердження буде представлене аудиторії?*
- *У чому полягає суть аргументу?*
- *Що головне хоче сказати спікер, щоб йому повірили чи з чим погодилися?*

Наприклад, коли обговорюється тема «Територіальна громада селища N має бути приєднана до територіальної громади A», то той, хто заперечує, намагається переконати слухачів, що «громада селища N не має бути приєднана до територіальної громади A», тому що «громада селища N є самодостатньою». Це висловлювання є *твердженням*.

Докази (Evidence/Data)

Це те, на що посилаються на підставі твердження. Доказ може бути фактом, даними аналітичного звіту, статистикою, експертним висновком тощо.

- *Чи спирається ваше твердження на докази? Які причини висловлює спікер, щоб підтримати відповідне твердження?*
- *Чи достовірними є наведені дані? Які саме? На які джерела спираються ці дані?*

Наприклад, доводячи, що «громада селища N не має бути приєднана до територіальної громади А», тому що «громада селища N є самодостатньою», варто навести такі факти: громада селища N має сучасну матеріально-технічну базу для опорної школи, розвинену інфраструктуру та довіру до місцевої еліти, тому «громада селища N не має бути об'єднана з територіальною громадою А».

Ці питання для аналізу є суто інформаційними. Оскільки вам потрібно знати, як працює аргумент, щоб мати змогу ефективно його спростовувати, слід поставити такі запитання:

- *Чи є винятки, що стосуються заявленого твердження? Які вони? Як ці винятки впливають на загальну доведеність твердження?*
- *Чи сформульовані причини обґрунтування? Які припущення зроблено в міркуваннях?*

Докази доводять лише частину обґрунтованого твердження. Щоб довести його в цілому, слід поєднати докази і твердження. Це є третім компонентом аргументації — підставами або обґрунтуванням.

Обґрунтування (Warrant)

Це міркування, що дає змогу перейти від доказів до ствердження. Приклад обґрунтування: «Приєднання громади селища N до територіальної громади А призведе до погіршення рівня життя в селищі N. Територіальна громада А не відповідає критеріям спроможності громад (низький рівень платоспроможності громади А, значна кількість малих підприємств, що не сплачують податки в місцевий бюджет, в опорній школі не вистачає вчителів та застаріла матеріально-технічна база). Таким чином, не приєднуючись до територіальної громади А, громада селища N збереже більше можливостей для якісного життя. Отже, громада селища N не повинна приєднуватися до територіальної громади А».

Коли спікери виступають, вони часто приховують процес пошуку підстав, не завжди повністю показують його через брак часу. Використовуючи для доведення власної позиції модель аргументації Тулміна, учасники виробляють навички обґрунтування власної точки зору, швидкого реагування та своєчасної постановки запитань.

Наведені три елементи моделі Тулміна — *твердження, докази, обґрунтування/підстави* — розглядають як основні компоненти практичної аргументації.

Створення аргументу за методом ПРЕС

Іншим способом побудови аргументу є метод ПРЕС. Назва методу походить від перших літер його чотирьох кроків: позиція (*position*), причина (*reason*), приклад (*example*), висновок (*summary*). Цей поширений в Україні метод дає змогу викладати думки в логічній послідовності, бути лаконічними, не відхилятися від основної ідеї, дотримуватися певного алгоритму та завершувати аргумент певним висновком.

Структура аргументу

1. Твердження: короткий зміст аргументу, що відображає його суть; «ярлик», під яким аргумент фігуруватиме.
2. Пояснення: розкриття змісту твердження, пояснення того, як це підтверджує тему.
3. Доказ: факти, статистика, приклади, що показують правильність судження.
4. Висновок: логічний підсумок на основі сказаного.

Метод ПРЕС

Я вважаю, що ... (твердження)	
Тому що... (причина, пояснення, чому я так думаю)	
Наприклад, ... (факти, приклади, статистика)	
Таким чином, ... (висновок)	

Попрактикуйтеся

1. На окремому аркуші напишіть перелік усіх ідей, які ви б хотіли включити до аргументації (зробіть це методом «мозкового штурму», зібравши максимальну кількість різноманітних ідей).

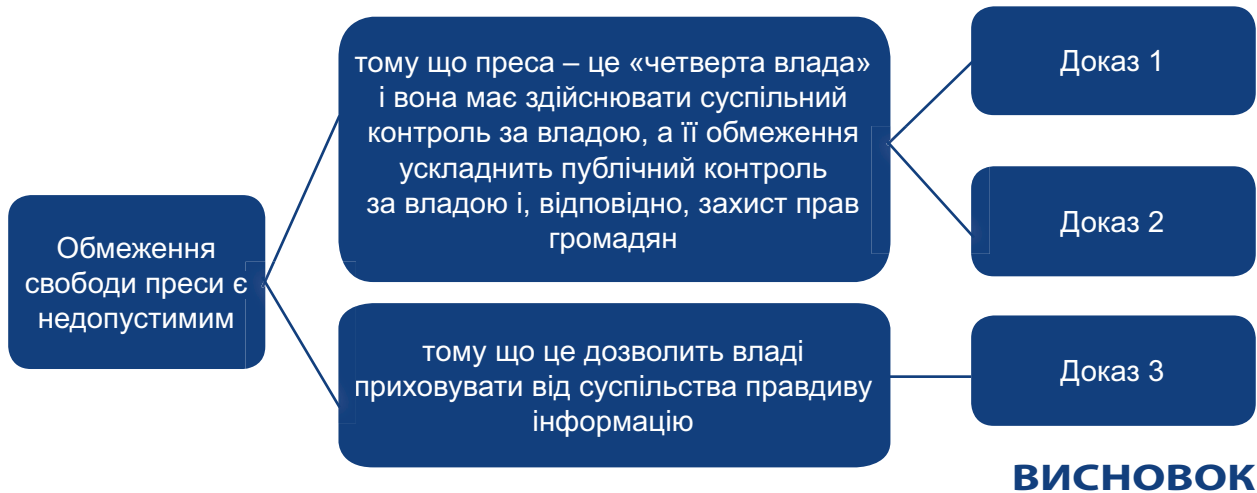
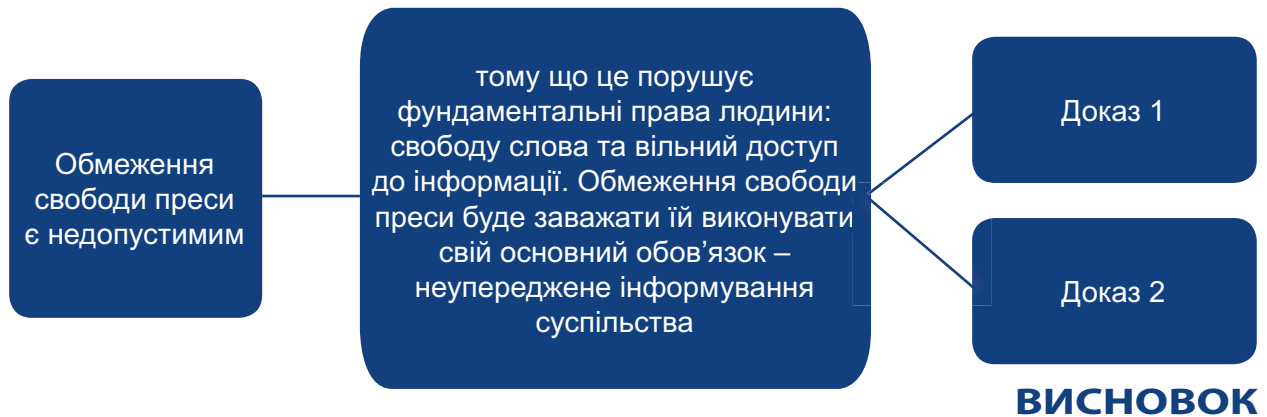
2. Перегляньте цей перелік та об'єднайте схожі ідеї. Перепишіть перелік, залишивши 3–4 основні ідеї.

3. Подумайте, які докази вам необхідні для визначення змісту та суті кожного аргументу. Складіть список потреб із написаних ідей. Перевірте, чи вистачає доказів (статистичних даних, прикладів, пояснень, логічних висновків) у базових текстах.

4. Оцініть інформацію щодо якості висновків, до яких вона може привести. Головні думки опрацьованої інформації створюють найсильніші логічні причини і докази на підтримку різних позицій.



Приклад (причин, які наводяться на підтримку позиції, може бути кілька):



Щоб розвинути вміння аргументувати, можна:

- 1) застосовувати метод ПРЕС або модель Тулміна як заданий алгоритм структурованого аргументу;
- 2) вести підготовчу роботу й запис аргументів з їх детальним аналізом;
- 3) оцінювати підготовлені аргументи та способи їх презентації.

Спростування – невід’ємний елемент дебатів

Для того щоб доводити власну позицію та ефективно переконувати, важливо навчитися не тільки аргументувати, а й реагувати на почуте, тобто оволодіти базовими навичками спростування. Гарний спікер у процесі підготовки до виступу переймається такими запитаннями: *Що може переконати мене та моїх слухачів? Чи достатньо підготувати сильні аргументи для спілкування у громаді? Що можуть відповідати опоненти на мої докази? Як я відстоюватиму власну позицію?*

Переконання – одна з ключових категорій людського життя і діяльності, що й сьогодні ледве піддається аналізу. Мільйони людей можна переконати в тому, що їх покликанням є побудова «нового прекрасного світу» і вони, живучи в злиднях і приносячи неймовірні жертви, всюди бачитимуть паростки цього світу. Велику групу людей можна переконати в тому, що кожен із них безсмертний, і вони з радістю приймуть це. Однак є люди, яких абсолютно неможливо переконати в найпростіших та очевидних речах. Тому засвоєння певних алгоритмів переконання може сприяти досягненню значно кращого результату у спілкуванні взагалі й у дебатах зокрема.

Спростування – важливий компонент публічних дебатів. Коли ми не погоджуємося з позицією опонентів, то заперечуємо, наводячи протилежні аргументи – контраргументи. Однак спростування – це не просто контраргументація, це *специфічна і стратегічна реакція на аргументи опонентів*.

У публічних дебатах замало розкритикувати аргументи опонента – це лише вкаже на його погано обґрунтовану й слабку позицію. Щоб розкрити її помилковість, слід переконливо обґрунтувати протилежну позицію.

У публічних дебатах будь-якого формату позиція заперечення складається з двох частин:

Позиція заперечення

Спростування

Контраргументація

Спростування – це реакції опонентів на почуте, тож якщо такої реакції з боку спікерів протилежної позиції не було, то тоді все, заявлене стороною Ствердження, вважається прийнятим стороною Заперечення. Якщо певні тези/ідеї не коментують і не спростовують опоненти (відсутня реакція на сказане), вони залишаються за позицією Ствердження як такі, з якими погодилися.

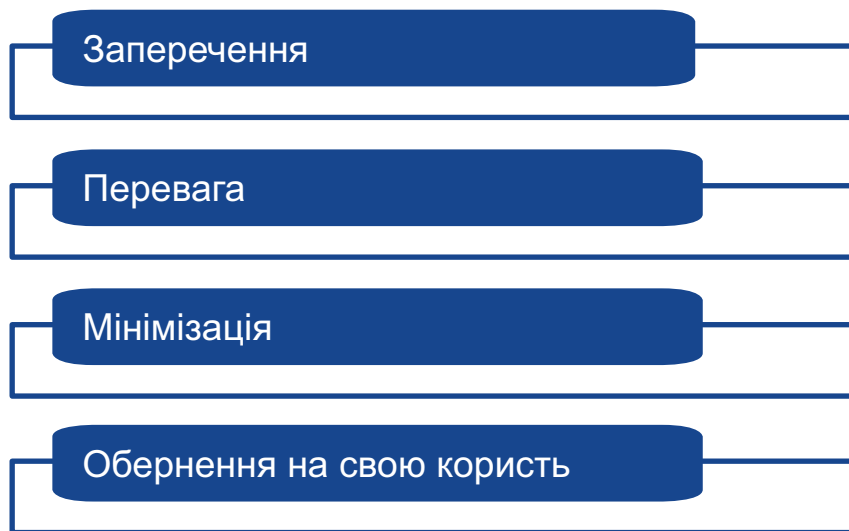
Контраргументація – це висловлення власної протилежної позиції щодо заявленої теми обговорення. Вона може бути як реакцією на сказане (тоді контраргумент збігається зі спростуванням), так і заявою іншої протилежної тези і стосуватися теми в цілому.

У дебатах важливо вміти не тільки спростовувати позицію опонента, а й захистити, відновити свою після того, як її заперечив опонент. Відновлення та захист власної позиції (друга промова у дебатах) називається *спростуванням спростування*, бо важливо не тільки стороні Заперечення, а й стороні Ствердження реагувати на сказане, посилюючи при цьому свою позицію. Тому для другої промови у будь-яких дебатах важливо мати додаткові докази (пояснення, приклади, статистику тощо).



Для формулювання спростування і кращого сприйняття сказаного слухачами слід використовувати ті слова, які прозвучали у промові опонента. Наприклад, якщо він говорить: «Свобода слова сприяє насильству, тому що...», то спростуванням буде таке: «Свобода слова не сприяє насильству, тому що...». Якщо ж відповідь на тезу: «Свобода слова сприяє насильству, тому що...» спікер почне зі слів: «Свобода слова зберігає свободу», це не буде спростуванням, адже маємо справу вже з іншою тезою і вона не є прямою відповіддю на заявлену.

Рівні спростування



Заперечення

Вони
говорять

Свобода слова
тягне за собою
расистські виступи

Ви
відповідаєте

Це неправда, тому що
в суспільствах, що
пропагують свободу
слова, менше
расистських проявів

Перевага

Вони
говорять

Свобода слова
тягне за собою
расистські виступи

Ви
відповідаєте

Це може бути правдою,
оскільки свобода слова
зменшує насильство,
що важливіше
за расистські виступи

Мінімізація

Вони
говорять

Свобода слова
тягне за собою
расистські виступи

Ви
відповідаєте

Це може бути правдою,
але це не така серйозна
проблема, як Ви
стверджуєте

Обернення на свою користь

Вони
говорять

Свобода слова
тягне за собою
расистські виступи

Ви
відповідаєте

Це може бути правдою,
але це не така серйозна
проблема, як Ви
стверджуєте

Алгоритм спростування

- Ідентифікуйте (визначте) аргументи опонентів: «Вони кажуть, що результатом свободи слова є обман».
- Ідентифікуйте (визначте) свою відповідь: «Але виступ – це найкращий спосіб виявити такий обман».
- Підтримайте свою відповідь: «Коли зроблено помилкове твердження, інші можуть виявити обман, оскільки існує свобода слова».
- Зміцніть вашу відповідь: «Таким чином, можливість обману – гарна підстава для підтримки свободи слова».

Точки зіткнення – маркер дебатів

Сутністю публічних дебатів є переконання третьої сторони – слухачів, а не опонентів. Дебати організовують для того, щоб аудиторія почула різні точки зору з певної актуальної теми та сформувала ставлення до неї.

Розвинені навички активного слухання дають змогу кращим спікерам почути сутність сказаного опонентами та швидко зреагувати на це і в такий спосіб з власної позиції впливати на формування прихильності слухачів до ціннісних і важливих речей, сформувати під впливом почутого власне бачення проблем та шляхів їх розв’язання. Тож справжні дебати відбуваються тоді, коли є точки зіткнення щодо обговорюваної теми та заявлених тез. У дебатах залишення заявленого без реакцій означає його прийняття.

Якщо ж кожна сторона лише висловлює власну протилежну позицію щодо обговорюваної теми й не реагує на заявлені аргументи, це не є дебатами, бо відсутні точки зіткнення щодо протилежних позицій. Скоріше за все, таке дійство – почергові виступи спікерів із заданої теми, які не мають сенсу.

Непоодинокими є приклади запальних промов політиків, які демонструють свою обізнаність із певної теми, обґрунтовують свої думки статистикою, наводять приклади, аналогії, цитують закони (і це добре!) та вважають, що вони досягають результату. Утім цього замало. Залишення аргументів опонентів без відповіді унеможливорює виявлення сильних і слабких сторін іншої позиції, свідчить про визнання переваг опонентів і, врешті-решт, знижує цінність дискусії як демократичного інструменту обговорення.

Якщо ми хочемо бути переконливими та почутими, варто тренувати власні навички дебаткування – створювати сильні та переконливі аргументи/контраргументи та спростовувати їх.

Як спростовувати

Попрактикуйтеся

1. Алгоритмізуйте наведені нижче аргументи за методом ПРЕС або за моделлю Тулміна. Запишіть сильні та слабкі сторони кожного з аргументів.
2. Порівняйте два аргументи. Який, на вашу думку, переконливіший? Чому? Що б ви змінили в них або що б додали?
3. Спростуйте запропоновані або покращені свої аргументи та запишіть спростування у таблицю, наведену нижче. Що було легко у спростуванні, а в чому виникла складність?
4. Відновіть аргументи, які ви спростовували з самого початку, та запишіть спростування спростування також у таблицю.

Аргумент	Спростування	Спростування спростування (відновлення аргументу)
А. Жити в маленькому місті краще, ніж у мегаполісі, <i>бо тут безпечніше ходити вулицями, вести бізнес тощо</i>		
Б. Жити в маленькому місті краще, ніж у мегаполісі, <i>бо маленьке містечко значно краще сприяє згуртованості його мешканців</i>		

А. Жити в маленькому місті краще, ніж у мегаполісі, *бо тут безпечніше ходити вулицями та вести бізнес.* У маленькому містечку майже всі знають один одного, тому легше проводити профілактичні дії, виявляти правопорушників чи злочинців, вирішувати місцеві потреби з позиції захисту прав людини та її безпеки. Маленьке містечко здатне створити комфортні умови проживання якнайкраще. Тому жити в маленькому місті краще, ніж у мегаполісі.

Б. Жити в маленькому місті краще, ніж у мегаполісі, *бо маленьке містечко більше сприяє згуртованості його мешканців.* Жителі маленького містечка об'єднані спільними інтересами, вболівають за добробут свого міста, його розвиток та процвітання, вони знають місцевих лідерів і довіряють їм, тоді як у великому мегаполісі легше «загубитися» і відсторонитися від активної участі у заходах на благо громади. Тому жити в маленькому місті краще, ніж у мегаполісі.

Як ставити запитання

Чи замислюємося ми над тим, яку роль відіграють запитання в нашому житті? Що означає правильно поставлене запитання? Чи вміємо ми формулювати запитання так, щоб бути зрозумілими? Чи правда, що яке питання, така і відповідь?

Запитання – це звернення до кого-небудь, висловлювання, що виражає потребу в уточненні чого-небудь чи отриманні нової інформації. Почасти люди уникають постановки запитань, тому що не вміють добре це робити або не хочуть отримати небажану для себе відповідь. Однак уміння ставити запитання може допомогти прояснити ситуацію й уникнути двозначності. Поставивши питання, людина озвучує проблему, отримує можливість її обговорювати та уточнювати нюанси і деталі. Тож уміння запитувати – це необхідна умова успішних дебатів і мистецтво, якого можна навчитися.

Запитання – це ключовий інструмент для дослідження теми. Стратегії побудови різних типів запитань можуть вплинути на результати дебатів. При формулюванні запитань слід добре добирати слова для прояснення позиції. Ефективні запитання завжди розпочинаються з питального слова, а не з дієслова. «Хто?», «що?», «коли?», «де?», «чому?», «як?» – добре відомі питальні слова, що слугують постановці безпечних, правильно сформульованих запитань. Використання відкритих запитань у дебатах допомагає краще зрозуміти позицію опонентів і побачити картину того, що відбувається.

У дебатах за форматами Карла Поппера та Лінкольна – Дугласа є окремий раунд перехресних запитань тривалістю 3 хвилини, що дає змогу прояснити позиції опонентів. У парламентських дебатах та у Всесвітньому форматі шкільних дебатів такий раунд відсутній, утім запитання ставлять під час промов, і це потребує від спікерів уміння реагувати на них.

Чітко сформульовані, правильні запитання сприяють пошуку шляхів розв'язання найскладніших проблем і ситуацій.

Система запитань

Тип запитання	Питальні слова для формулювання запитання	Приклади запитань
На здобуття інформації	Що таке? Де? Коли? Що саме? Скільки? Які приклади?	Що таке громада? Скільки в ній мешканців? Де проходять адміністративні кордони територіальної громади?
На розуміння інформації	Як передати іншими словами? Як ви розумієте? Як пояснити іншими словами?	Як ви розумієте словосполучення «спроможність громади»? Як пояснити іншими словами, що таке громада?

Тип запитання	Питальні слова для формулювання запитання	Приклади запитань
На використання, застосування інформації	У яких ще ситуаціях можна застосувати? Хто може використати? Чим може бути корисним? Що може зашкодити?	Чим може бути корисним малий бізнес нашій громаді? Чим ви можете підтвердити, що ведення бізнесу у вашому містечку (громаді) є безпечним?
На аналіз	Які основні елементи? З чого складається? До якої групи належить? Які причини? Як влаштоване? Які функції має? У чому спільність/відмінність?	Як влаштоване самоуправління громади? Які функції має орган самоуправління громади? Які причини успіху вашої громади?
На синтез	Про що говорить наявність таких елементів, як...? Як пов'язані? Який зв'язок між...? Що спільного між...? Який висновок можна зробити з фактів? Чому ви так вважаєте?	Який зв'язок між успіхом вашої громади та безпечним проживанням у містечку? Чому ви вважаєте вашу громаду спроможною?
На оцінювання (оцінку)	Добре чи погано? Які переваги чи недоліки? Правильно чи помилково? Ефективно чи неефективно? Чи згодні ви, що...? Чому? Чи правильно, що...? Чому?	Чи згодні ви, що залучення місцевого бізнесу до співпраці з громадою було успішним? Чому? Які переваги об'єднання територіальних громад ви бачите?

Уточнювальні запитання

- Що ви маєте на увазі під...?
- Чи можете ви навести приклад?
- Який ваш головний пункт (важлива думка, позиція)?
- Чи може це бути прикладом...?
- Як ... належить до...?
- Чи можете ви пояснити це детальніше?
- Чи можете ви пояснити це інакше?
- Чи можете ви сказати про це дещо більше?
- Ваш основний аргумент ... або...?
- Чому ви говорите (саме) це?
- Що, як ви думаєте, є головною проблемою (темою)?
- Чи правильно я вас розумію, що ви маєте на увазі ... або...?
- Як це стосується нашого обговорення (проблеми, спірного питання, теми)?
- Як ви думаєте, що мав на увазі ... під своїм зауваженням?
- Це те, що ви мали на увазі?

Спричинену поставленим запитанням репліку чи реакцію називають *відповіддю*. Очікується, що відповідь має бути адекватна поставленому запитанню, тобто відповідатиме його змісту і структурі.

Серед відповідей розрізняють: істинні й хибні, повні й неповні, короткі й розгорнуті, прямі й опосередковані. Якість відповіді значною мірою залежить від якості запитання. Так, на двозначне запитання годі чекати чіткої відповіді, а риторичні запитання взагалі ставлять не для відповіді.

Уміння ставити запитання, передбачати їх, заздалегідь продумувати відповіді на них є важливим умінням будь-якої людини, тим паче дебатера.

Як підготуватися до публічного виступу

Гарна організація публічного виступу означає презентацію ваших ідей способом, коли аудиторія з легкістю стежить за вашими аргументами.

Подолати страх перед публічним виступом можна лише тоді, коли спікер добре обізнаний у темі та має певний досвід виступів перед аудиторією.

Щоб мати сильну позицію в дебатах, на етапі підготовки до них бажано прописувати виступи, проговорювати окремі аргументи, виголошувати промови в повному обсязі. Це сприяє покращенню презентаційних навичок дебатера, а також дає змогу перевірити створені тексти щодо логіки та змісту.

Для побудови гарної промови, що легко сприйматиметься аудиторією (слухачами), варто знати, з чого така промова складається.

Основні частини промови



1. Вступ

Мета вступу в тому, щоб привернути увагу слухачів до теми, яку ви обговорюватимете, отримати підтримку аудиторії. Вам слід це зробити вже на початку вашої промови, адже слухачі можуть говорити між собою про своє чи займатися своїми справами. Ви хочете викликати в них інтерес до теми, утім не варто починати з дуже важливої інформації – вони можуть ще не слухати вас досить уважно.

Гарний вступ надасть вам впевненості, допоможе тримати увагу аудиторії. У першій частині виступу промовець нервує найбільше. Розуміння того, що ви добре підготувались і попрацювали, допоможе вам розслабитися та встановити взаємозв'язок зі слухачами. Якщо ви знатимете, про що говорите, аудиторія сприйме вас як гарне джерело інформації.

Ви можете розпочати вашу промову, використовуючи історії, статистику, прямі цитати або жарти.

- **Історії.** Гарна історія на початку – найпростіший та найбільш ефективний спосіб привернення уваги аудиторії. Озвучена історія, що ілюструє вашу тему, з легкістю притягує аудиторію. Практикуйте переказ своєї історії, щоб вам не довелося зачитувати її. Таким чином, ви почнете вашу промову з гарного зорового контакту.
- **Статистика.** Іноді можна почати презентацію з важливої статистики, що відповідає вашій позиції: наприклад, відсоток людей, на яких вплинула ваша тема. Добре підібрана статистика допоможе аудиторії зрозуміти важливість обговорюваного питання, а посилання на джерела статистики збільшить довіру аудиторії до ваших слів.
- **Цитати.** Можна почати виступ із цитати визнаного у цій сфері експерта, відомого діяча тощо – вдало підібрані цитати є гарним початком промови.
- **Жарт.** Дехто полюбить починати промови з жарту. Жарт на початку збільшує інтерес аудиторії, робить промовця привабливим для неї. Слід упевнитися в тому, що ви можете пожартувати так, щоб слухачі сміялися. Несмішні, погані (почасти дурні), невідповідні чи образливі жарти можуть призвести до відрази слухачів до вашого повідомлення вже із самого початку.

Для закінчення вступу знадобляться тези, щоб ознайомити аудиторію з тим, про що ви говоритимете. Вкладіться в одне речення, щоб повідомити слухачам тему та мету вашої промови. Ваша теза має бути простою, щоб слухачі запам'ятали її. Далі ви матимете достатньо часу, щоб розгорнути й довести ті чи інші пункти вашого виступу.

Як тільки слухачі дізналися про мету вашої промови, ви маєте повідомити їм про те, як ви її досягатимете. Можете це подати у формі пунктів плану промови чи основних ідей. Для чіткості й лаконічності слід використовувати «золоте правило трьох»: по-перше, по-друге і по-третє. Простота викладу – оптимальний спосіб бути почутим і зрозумілим читачами, опонентами, судьями. Підготовка плану виступу і написання ключових слів допоможуть у критичний момент тримати в пам'яті головний зміст промови.

Можна навіть створити план промови з нумерацією головних пунктів аргументації. Створення плану забезпечить порядок презентованих аргументів. Промовець має казати: «По-перше, я говоритиму про проблему; по-друге, я говоритиму про причини проблеми; по-третє, розповім про шляхи розв'язання цієї проблеми».

Ніхто не народжується оратором – ораторському мистецтву, як і будь-якому мистецтву, потрібно терпляче вчитися.

2. Основна частина

Основна частина – найбільш важлива частина публічної промови, власне те, що аудиторія прийшла послухати. Це частина промови, де ви представляєте всі аргументи, що доводять вашу тезу. Основна частина має становити 90% промови. Для організації ідей використовуйте зразок, який дасть змогу слухачам легко стежити за розвитком ваших аргументів. Використовуйте лінійну модель, яка допоможе вам зробити це.

При підготовці до виступу складайте список ідей щодо теми за допомогою мозкового штурму. Після того, як ви зібрали всі ваші ідеї, які ви вважаєте за потрібне використати, виберіть найкращі та розподіліть їх. Ви можете організувати їх, як забажаєте, утім можна скористатися кількома простими типами організації:

- **Час.** Можна пояснити, як щось відбулося, за хронологією. Наприклад, якщо ви хочете продемонструвати певний процес, покажіть перший крок у цьому процесі, потім наступний і т.д. Якщо презентація уналежнює багато кроків, згрупуйте їх у 3–5 основних пунктів.
- **Простір.** Можна організувати основні пункти промови, відштовхуючись від того, як процеси, явища, речі розташовані у фізичному просторі або географічно.
- **Теми.** Один із типів організації – за темою, адже кожна головна тема має низку підтем, пов'язаних з нею. Виберіть підтеми, які найкраще доводять вашу тезу. Якщо ви проголошуєте промову про яблука, вона матиме такі підтеми, як смак, колір, ціна. Якщо ви пояснюєте, як організована ваша громада, ви можете говорити про управління громадою, взаємодію з місцевою владою, бізнесом або про фінансування та спроможність громади. Якщо ви говоритимете про забруднення навколишнього середовища, то можете запропонувати питання забруднення води, повітря, викиди.

Гарним зразком переконливої промови може бути підхід: *проблема – причини – розв'язання*. Перший пункт доведе, що це проблема, яка має бути розв'язана; покажіть, кому і як шкодить зазначена проблема. Другий пункт буде доводити причини проблеми, а третій – шляхи розв'язання проблеми. Запропонуйте також власний план дій, за яким слухачі можуть розв'язати цю проблему чи захистити себе від її негативних наслідків.

Ви знайдете багато інших способів написання промови. Тож будьте творчими, але послідовними.

Коли ви виголосили основну частину промови, варто підсумувати основні пункти. Нагадайте слухачам головну тезу та основні ідеї, зробіть це у минулому часі: «Сьогодні ми обговорювали (ваша тема). Спершу я говорив про проблему, потім про причини цієї проблеми і, нарешті, про її розв’язання».

3. Заключна частина

Наприкінці промови дайте слухачам знати, що ваша промова закінчена. Переконайтеся, що ви закінчили промову з упевненістю. Можна відповісти на запитання чи просто присісти на стілець.

Більшість промовців не записують промови від першого до останнього слова – вони організовують і пишуть спочатку основну частину, вступ пристосовують до основної частини, а перегляд є дзеркалом основних пунктів, що обговорюватимуться.

Хороша підготовка промови матиме наслідком вашу впевненість. Ви почуватиметеся більш розслаблено, менше хвилюватиметеся під час виступу. Слухачі краще сприймуть і зрозуміють ваші тези, і, отже, ви матимете більше шансів досягти поставленої мети. Практикування приведе до структурування вашого мислення.

Техніка запам’ятовування промови

- Запам’ятовування основних думок і висловлювань.
- Засвоєння плану промови (її структури).
- Поступове запам’ятовування ретельно записаних ключових слів.

Підготовка промови – це запорука успіху в дебатах. Ретельно продумане попереднє виголошення основних складників майбутнього виступу, формулювання аргументів і пошук можливих на них відповідей дадуть змогу виглядати перед суддями, слухачами впевненіше, мати різні варіанти реагування на запитання, репліки, коментарі. Щоб навчитися гарно дебатовати, не варто заздалегідь писати промову, а потім під час виступу її зачитувати. Тут правило 5 С стане добрим помічником.

Правило 5 С

1	Сказати	виголосити промову голосно, чітко і впевнено
2	Сперечатися	резюмувати свою позицію одним чи кількома переконливими аргументами
3	Слухати	вислухати і зрозуміти аргументи опонента/опонентів
4	Синтезувати	зіставляти аргументи свої чи своєї команди з аргументами опонента/опонентів
5	Структурувати	логічно пов’язати всі аргументи для переконливої промови

Комунікаційна компетентність

Якісне виконання щоденних завдань неможливе без навичок ефективної комунікації. Такими навичками має володіти будь-хто, особливо якщо мова заходить про організаторів публічних заходів чи осіб, які обіймають посади, що передбачають самостійне прийняття рішень.

Комунікаційна компетентність складається з таких здатностей людини, як: налагоджувати контакти, передавати інформацію вчасно, чітко, зрозуміло в усній та письмовій формах; слухати; зрозуміти інші точки зору; здійснювати зворотний зв'язок.

Розвиток інформаційних технологій «познущався» над науками, що вивчають комунікацію. Не встигли комунікативісти визначити, що є непрямою (через засоби масової комунікації), а що прямою (безпосередньою) комунікацією, як соціальні мережі, мобільна та інтернет-телефонія, інші новинки «розмили» це визначення.

Для практичного використання виділятимемо безпосередню комунікацію в ситуації, коли депутат, громадський активіст спілкується безпосередньо з колегами, виборцями, посадовими особами. Для такого спілкування важливо не лише чітко і логічно вибудовувати виступи (вербальний аспект), а й враховувати відстань спілкування, жестикуляцію, гучність, темп мовлення (невербальні складники). Слід пам'ятати й про мету комунікації та про такі стратегічні речі, як доречний стиль і позиція спілкування.

Опосередковане спілкування (непряма комунікація) відбувається за допомогою або технічних засобів, або засобів масової комунікації. Ці засоби значно розширюють аудиторію, утім за впливом на кожну конкретну людину непряма комунікація значно поступається безпосередньому контакту.

Водночас відсутність контакту з аудиторією, почасти анонімність аудиторії (не можна напевно знати, хто читає чи сприймає повідомлення і в який саме час) визначають вимоги до створення і поширення матеріалів, призначених для масової аудиторії. Звісно, завданням депутата, громадського діяча, лідера громади не є опанування журналістського фаху, однак найелементарніші знання щодо медіатекстів стануть у нагоді. Зрештою, не всі ж депутати місцевих рад чи громадські активісти повинні мати прес-секретаря та спічрайтера. Та й час нині такий, що подекуди сторінка в соціальній мережі як джерело новин користуватиметься більшою популярністю за районну газету.

Важливим аспектом комунікації є спілкування. Це не лише гарний спосіб проведення часу, обговорення новин політики, світського життя, культури чи спорту в дружній компанії. Передусім спілкування – це можливість донести свою думку, отримати бажану емоцію, результат. Відтак важливим є стиль спілкування.



Стилі спілкування

Авторитарний стиль базується на безпосередньому підкоренні окремої людини або колективу владній особистості.

Засоби впливу: домінантні – розпорядження, вказівки, накази, інструктажі, жорсткий контроль, гальмування творчих намагань.

Інтонації різкі, погрозливі, домінування, порушення дистанції спілкування, агресивна жестикуляція.

Примітивний стиль спрямований на врахування виключно власних потреб. Демонстрація зневаги до співрозмовника, використання простих розмовних слів («ну», «тіпа», «фігня»), суржику, недоречне використання розмовного стилю спілкування, образливої жестикуляції.

Маніпулятивний стиль демонструє ставлення до партнера зі спілкування як до засобу досягнення виключно власної мети. Демонстрація поведінки, що підштовхує співрозмовника до певних цілей, ігнорування його.

Діловий стиль – стиль мовлення, який використовують в офіційному спілкуванні. Його вирізняє лаконічність, стислість, послідовність викладу фактів. Він позбавлений образності, емоційності; послуговується нейтральною лексикою; слова вживаються у прямому значенні. Тут оперують готовими діловими словесними формулами на кшталт «відповідно до», «з метою», «згідно з» та ін.; можливе посилення на інструкції, закони, розпорядження.

Позиції у спілкуванні

Стародавній мислитель Сун Цзи у книзі «Мистецтво війни» переконував, що битви виграють ще до їх початку. Те ж саме, мабуть, можна сказати і про спілкування. Розмову наперед можна вважати програною і неефективною, якщо ви налаштовані тільки на те, щоб довести своєму співрозмовнику його неправоту та самоствердитися. Найкращою для ефективної комунікації є позиція поваги до себе та інших: «я – хороший (ОК), ти – хороший (ОК)».

Я – ОК, ти – ОК	Позиція ПОВАГИ до себе з ПОВАГОЮ до інших, передбачає настанову на успіх та стратегію «виграв – виграв»
Я – ОК, ти – не ОК	Позиція ПЕРЕВАГИ над іншими, тактика переслідування та агресії, стратегія «виграв – програв»
Я – не ОК, ти – не ОК	Позиція НЕДОВІРИ, тактика ухиляння від взаємодії з іншими, стратегія «програв – програв»
Я – не ОК, ти – ОК	Позиція САМОПРИНИЖЕННЯ з іншими, неадекватна тактика залежності від думки інших, стратегія «програв – виграв»

Послуговуватися цими рекомендаціями на практиці не так вже й просто. Великим щастям можна вважати зустріч із людиною, яка теж сповідує принципи взаємного виграшу відповідно до стратегії «я – ОК, ти – ОК». Та й спілкування з такою людиною є змістовним і продуктивним.

Зазвичай у громадській діяльності доводиться стикатися з негативно налаштованими співрозмовниками. Можна, звісно, відповісти їм негативом. Та чи стане таке спілкування продуктивним, чи буде ефективною комунікація? Навряд. Шанс вивести розмову в конструктивне русло може лише застосування однієї обраної стратегії – поваги до себе та партнерів.

Комунікація – це не лише обмін словами. Почасти спілкування порівнюють з айсбергом: видима – надводна частина айсберга – схожа на вербальну (словесну) комунікацію, тоді як основна частина (невербальна) є невидимою.

Можете поекспериментувати зі своїми друзями, колегами після виходу в ефір телепрограми з вашою участю чи вашого виступу на якомусь заході. Поцікавтеся, чи сподобався їм ваш виступ. Скоріше за все і, мабуть, не лише з ввічливості отримаєте хорошу оцінку. А от друге питання – про що ж ви говорили – може змусити вашого співрозмовника ніяковіти. Адже більшість людей пам'ятає, як був одягнений промовець, як він тримався, жестикулював, з якою інтонацією промовляв, а от щодо змісту сказаного... Тут виникають складнощі. Звісно, не можна робити з цього висновок, що у промові зміст – не головне.

У громадській роботі вміння змістовно викладати думки, аргументувати позицію надзвичайно важливе. Водночас ми не маємо забувати про невербальну частину спілкування і звертати на це увагу.

Невербальна комунікація:

- найкрасномовнішими є жести, не усвідомлювані людиною;
- при розмові на неприємну тему, чуючи неприємне питання, людина буде відхилятися – робити крок назад, і навпаки;
- будь-які жести сприймають у комплексі: людина може перехрещувати руки через низьку температуру; здогадки потрібно перевіряти;
- жестикуляція може бути зумовлена культурними особливостями людини (звички, традиції).

Зони спілкування:

- інтимна (15–45 см) – спілкування з близькими, батьками, родичами;
- особиста (45–120 см) – відстань для спілкування з друзями й однодумцями;
- соціальна (1,2–2,5 м) – відстань на переговорах із приятелями і колегами по роботі;
- публічна (більше 2,5 м) – відстань для виголошення публічних промов, офіційних візитів.

Утім дистанція 4 метри під час спілкування виглядатиме не надто привабливо з позиції етики.

Поради щодо зон спілкування:

- дотримуватися «золотої середини» у дистанціюванні (не треба надмірно віддалятися і надто наближатися до партнера);
- дистанція між партнерами має відповідати ситуації;
- не варто починати спілкування з відстані більше як 4 м: найприйнятніші тут по-смішка чи кивок головою на знак привітання;
- перші фрази краще говорити на відстані соціальної зони;
- долати відстань слід поступово, не перескакуючи через одну чи дві зони, тоді легше досягти згоди, виважено розв'язати проблему;
- не порушувати визначену для спілкування зону.

Створення медіатексту

Коли йдеться про непряму комунікацію, тобто спілкування за допомогою певних технічних засобів, її основною складністю є відсутність «явної» аудиторії. Від того, наскільки вдало ми уявимо, «сконструємо» аудиторію, для якої розроблятиметься повідомлення, залежить наш успіх чи невдача. Також невідомо, в якому настрої та де застане нашу аудиторію повідомлення, чи має вона час на сприйняття та аналіз нашої інформації. Тож ми мусимо розробити повідомлення, що привертало б увагу та інформувало обрану цільову аудиторію, незалежно від часу доби, погоди, результату матчу футбольної збірної тощо. Важко це зробити? Мабуть, так. А чи можливо? Тут можна дати ствердну відповідь.

Медіатекст – це будь-яке публічне повідомлення, призначене для поширення серед невизначеного кола осіб, зафіксоване (передане) за допомогою технічних засобів або різних технічних платформ/сервісів. Щось написане на паркані – теж медіатекст (написане за допомогою балончика фарби, платформа – дошки), бо ми не знаємо, які люди і в якій кількості прочитають цей напис. Якщо знаємо, то станемо рекламистами, а паркан зможемо продати під рекламну площу.

Ваш лист колезі є вашою особистою справою, а от депутатське звернення чи відкритий лист міському голові – це вже медіатекст. І звукове повідомлення – медіатекст (радіопрограму можна текстово розшифрувати), і відеосюжет – теж медіатекст (перед зйомками пишуть сценарій). Межа між приватним і публічним, як часто буває у практиці громадської діяльності, досить умовна. Тож ваш виступ на сесії сільської ради перетвориться на повноцінний медіатекст, на продукт масової комунікації, як тільки хтось із присутніх дістане телефон і розпочне трансляцію у мережі Інтернет. Тому для лідера громади, публічного діяча важливо оволодіти вмінням грамотно конструювати медіатексти – листи, виступи, пости в соціальних мережах, інтерв'ю на телебаченні тощо.

Вимоги до медіатексту

Про правила написання текстів добре знає соціологічна наука. Соціологи наприкінці минулого століття визначили три рівні сприйняття тексту, опитавши і дослідивши поведінку читачів газет. І сьогодні їхні висновки справедливі, хоча слід взяти до уваги, що з кожним десятиліттям інформаційний ритм життя людини змінюється й на кожне окреме повідомлення витрачається все менше і менше часу:

- I рівень – 1–3 секунди – 90%;
- II рівень – 5–10 секунд – 60%;
- III рівень – 15–30 секунд – 30–40%.

Звідси висновок – писати слід чітко, зрозуміло, коротко.

На першому рівні сприйняття тексту звертають увагу на рубрику, заголовок, фото та текстівку (підпис під фото). На це середньостатистичний читач витрачає від 1 до 3 секунд. Залежно від того, чи «зачепила» його інформація, він продовжує читати та у 60% випадків переходить на другий рівень. Там він перебуває від 5 до 10 секунд, звертаючи увагу на основне повідомлення (зазвичай перший абзац, виділений шрифтом; його називають «вріз» або «лід»), підзаголовок, вставки. Якщо це цікавить, то залишається (у середньому до 40% усіх читачів) на третій рівень, де проводить 15–30 секунд.

Скільки ж відсотків читачів прочитає повністю статтю – залежить від цікавого заголовка, вдалої фотографії, простого і корисного тексту. Та це й не може бути нашим завданням – примусити всіх прочитати матеріал, адже людина не може цікавитися всім на світі, а декому достатньо читати лише заголовки та прогноз погоди, щоб підтримувати розмову. Утім якщо ви хочете, щоб 90% читачів прочитали ваше прізвище або звернули увагу на основну ідею, яку ви пропагуєте, зробіть відповідні висновки.

Структура медіатексту

Тепер з'ясуємо, як побудувати інформаційне повідомлення. Очевидно, складні слова, важкі (складнопідрядні і складносурядні) речення, аббревіатури та цифри не сприятимуть зацікавленості інформацією. Уже знаємо, що перші речення, перший абзац найчастіше читають люди для того, щоб визначитися, чи варто читати матеріал до кінця. Тож у першому реченні, у першому абзаці має міститися найголовніша нова інформація. Цей прийом подачі інформації називають «правило перевернутої піраміди», його застосовують у роботі працівники інформаційних агенцій.

Згідно з цим правилом інформаційне повідомлення будують у такому порядку:

- заголовок;
- найважливіша інформація (хто? що зробив? де? коли?);
- важливі обставини (як? чому? навіщо?);
- додаткові подробиці (можливо, цитата когось з очевидців);
- бекграунд або історія питання (коли це розпочалося? чи було це раніше?).

Передивившись інформаційні повідомлення будь-яких інформантів, ви зможете побачити, як дотримано цієї структури. Вона дійсно дещо незвична. Адже у побуті ми послуговуємося хронологічним викладом подій: що було зранку, потім в обід і ось нарешті ввечері. Логіка масової комунікації вимагає від нас демаршу: ми мусимо розповідати історію з кінця, оскільки ми не знаємо, як довго вдасться утримати увагу аудиторії, в якому настрої вона сприйме наше повідомлення тощо.

Ключові питання для аналізу медіамеседжів

Авторство й аудиторія		
<i>Авторство</i> ➤ Хто створив повідомлення?	<i>Цілі</i> ➤ З якою метою було створено це повідомлення? ➤ До чого воно мене підштовхує? ➤ Якій цільовій аудиторії воно призначене?	<i>Економіка</i> ➤ Хто замовив/оплатив це повідомлення?
<i>Вплив</i> ➤ Хто отримав користь від цього повідомлення? ➤ Кому воно може зашкодити? ➤ Чи є це повідомлення корисним для мене або інших людей? ➤ Що оповідач хоче, щоб я запам'ятав?	<i>Реакція</i> ➤ Що я можу зробити у відповідь на цей меседж? ➤ Як це повідомлення впливає на мої почуття? ➤ Як мої емоції впливають на мою інтерпретацію меседжа?	
Меседжі значення		
<i>Зміст</i> ➤ Про що це повідомлення змушує мене задуматися? ➤ Що можна дізнатися з цього меседжа? ➤ Які ідеї, цінності, інформація, погляди є очевидними? ➤ Що ще важливе не було сказано?	<i>Техніки</i> ➤ Які техніки застосовано та чому? ➤ Яким чином вони передають цей меседж?	
<i>Інтерпретації</i> ➤ Як різні люди можуть інакше зрозуміти цей меседж? ➤ Якою є моя інтерпретація? ➤ Що я можу дізнатися про себе з власної реакції чи інтерпретації меседжа?		

Репрезентації та реальність	
<i>Контекст</i> ➤ Коли повідомлення було створено? ➤ Коли і як було поширено серед громадськості?	<i>Надійність</i> ➤ Чи є це фактом, поглядом або чимось іншим? ➤ Наскільки це повідомлення заслуговує на довіру (і звідки це відомо)?

Повідомлення на сайт

Сьогодні вже нікого не здивуєш персональним сайтом, інформаційним вебмай-данчиком установи. Вдосконалюються платформи, невпинно зростає кількість тих, хто користується Інтернетом, причому не лише у міській місцевості, але і в сільській. За таких умов дієвим способом інформування людей буде повідомлення на сайт.

Інша причина затребуваності Інтернету лідером громади, місцевим громадським діячем – економічна. Очевидно, не відразу телевізійники братимуть у вас інтерв'ю чи професійні аналітики готуватимуть популярні статті про сутність впроваджува-них вами на рівні громади реформ. Нерідко такий доступ до медіа пов'язаний ще й з витратами. Тому інтернет-майданчик залишається найдоступнішим і найефективні-шим засобом донесення інформації.

Ми вже говорили, як готувати інформаційні матеріали з урахуванням вимог та структури медіатексту. Тепер постають запитання: *Про що повідомляти? Звідки брати теми? Коли доречно виступити з власним коментарем до «чужої» новини?* Щоб відповісти на ці запитання, з'ясуємо, що ж люди шукають на сайтах. Тут вар-то вести мову про такі три позиції:

News: новини про те, що відбувається, відповіді на запитання: хто? що? де? коли?

Views: думки людей про те, що відбувається, відповіді на запитання: чому? навіщо?

Use: практична інформація, відповіді на запитання: що з цим робити? як отримати користь або зменшити збиток?

З'ясуємо, який контент (зміст, інформаційне наповнення) пропонують редакції. За певним спрощенням маємо три відповіді:

унікальний – зібраний і створений редакцією;

агрегований – вироблений іншими медіа, але важливий для цільової аудиторії;

користувальний – створений користувачами.

Чи не головне значення для локальних сайтів має залученість користувачів до ство-рення новини. Одна справа – прочитати новину, запам'ятати її, інша – створити цю новину, допомогти з уточненням інформації для громади. Це користувачі запам'ята-ють надовго, це і вам надасть неоціненну інформаційну допомогу. Наприклад, зби-

раючи інформацію про якість відремонтованих доріг міста/села, ви можете повністю покласти на допомогу ваших громадських кореспондентів. І якщо повідомлення буде цікавим, а проблема – важливою, то ви отримаєте собі в помічники більше кореспондентів, ніж мають у своєму розпорядженні найпотужніші медіа. Збирайте повідомлення і фото з фактами поганого стану доріг і відправляйте запит до органів місцевої влади.

ЯК ОРГАНІЗУВАТИ ПУБЛІЧНІ ДЕБАТИ

Дебати – структурований і організований публічний обмін думками між двома сторонами з актуальної теми. Учасники дебатів переконують у своїй правоті третю сторону, а не один одного. Що потрібно для організації публічних дебатів у громаді?

- Визначитися з форматом дебатів.
- Обрати цікаву та актуальну для спільноти тему.
- Провести інформаційну кампанію.
- Знайти просторе приміщення для дебатів.
- Сформувати позиції спікерів (або запросити експертів).
- Запросити глядачів.
- Подбати про авторитетних експертів, які зможуть надати свої коментарі для всіх учасників після завершення дебатів.
- Підготувати (у разі потреби) проєкт резолюції, плану тощо.

Дебати – це обговорення якого-небудь питання, обмін думками з якогось приводу. Вони можуть відбуватися в різних форматах, однак завжди мають спільні ознаки:

- чіткий регламент виступів і коментарів;
- складання проєкту резолюції, який приймається або відхиляється;
- обмежена участь спікерів із більшості присутніх.

Дебати, громадські слухання, обговорення будуть більш представницькими й ефективними, якщо запрошені особи заздалегідь підготують перелік запитань для обговорення.

Сильні сторони публічних дебатів:

- учасники добре розуміються на предметі обговорення, що дасть змогу виявити сильні та слабкі сторони проблеми;
- у ході дебатів може виникнути проєкт рішення, якого ніхто не передбачав, присутні краще усвідомлюють специфіку теми обговорення, власну відповідальність при ухваленні рішення;
- розвиваються культура обговорення публічних питань, повага до різних точок зору.



Слабкі сторони публічних дебатів:

- пристрасті та риторика можуть відволікти від суті проблеми;
- надмірна завзятість сторін може завадити раціональній оцінці ідей опонентів;
- обговорення може стати занадто політизованим;
- відсутність компромісної позиції може спричинити подальшу поляризацію поглядів.



Організація і проведення дебатів:

- оприлюдніть тему дебатів;
- визначте коло зацікавлених осіб;
- визначте основних дійових осіб, запросіть їх;
- розробіть правила проведення дебатів;
- визначте представників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, бізнесу, яким відводиться чільна роль у перебігу дебатів;
- надайте їм необхідну інформацію, допоможіть у підготовці;
- визначте дату і час проведення публічних дебатів;
- поінформуйте спільноту про тему дебатів, час і місце їх проведення;
- проведіть дебати;
- узгодьте прикінцеву резолюцію.

ІСТОРІЇ УСПІХУ

КОРЮКІВСЬКА ДЕМОКРАТІЯ

Знайомтесь: «Альтернатива»

Молодіжна громадська організація, створена однодумцями 10 вересня 2011 року, офіційно зареєстрована як юридична особа Корюківською міською радою 1 листопада 2011 року. За ці роки успішно реалізувала 16 грантових проєктів.

Сьогодні «Альтернатива» – команда на чолі з Володимиром Оніщуком – є ініціатором та організатором значної кількості благодійних, просвітницьких, патріотичних та екологічних акцій, творчих конкурсів, спортивних і культурних заходів.

Активна діяльність громадської організації сприяла формуванню позитивного ставлення громади, зростанню авторитету організації у громаді, різнобічній підтримці діяльності організації.

«Альтернатива» має налагоджені партнерські відносини та активно співпрацює за конкретними напрямками молодіжного і дитячого руху з органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями області, підприємцями, зацікавленими у заходах організації.

«Альтернатива» і дебати

Знайомство з дебатами розпочалося навесні 2017 року на тренінгу з критичного мислення від громадської організації «Нове бачення», що проходив у Чернігівському центрі розвитку місцевого самоврядування. А восени «Альтернатива» вже приймала партнерів з міста Дніпра, які презентували новий проєкт «Навчання демократії через дебати» та провели тренінг для вчителів і школярів.

У січні 2018 року «Альтернатива» провела ознайомчу зустріч для старшокласників міста щодо дебатів. А в лютому відбувся перший дебатний турнір серед учнівських команд на тему «Історичні міфи сприяють вивченню історії». Після цього команда «Нащадки Карюки» взяла участь у Міжнародному дебатному турнірі «Dnipro Open».

Протягом 2018–2019 років було проведено 4 дебатних турніри. Далі цим почали опікуватися вчителі, які пройшли навчання у Літній дебатній школі, запроваджуючи дебати в освітніх закладах.

Наразі «Альтернатива» має у планах організувати дебатний турнір між громадами!

Корюківська молодь – творча, активна, ініціативна. Креативні проєкти, екологічні акції, цікаві зустрічі, тренінги, семінари, круглі столи, велопробіги – так проходять будні та вихідні згуртованої і вмотивованої молоді.

Давньою мрією був власний куточок для проведення дозвілля, тож підшукавали різні варіанти, знаходили пристанище в різних установах міста: бібліотеці, ЦДЮТ, приміщенні міської ради...

Мрії збуваються, якщо до цього докласти зусилля. На початку 2020 року у Корюківці відкрив двері «КУБ» – перший молодіжний центр на півночі Сіверщини. Над його створенням працювала команда активних молодих членів громади. Міська рада на чолі з Ратаном Ахмедовим не лише допомагала фінансово, а й взяла цей молодіжний осередок «під своє крило». Облаштування молодіжного центру коштувало Корюківській міській раді 700 тисяч гривень. Ще 75 тисяч гривень команда отримала як переможець проєкту «Бюджет участі». Близько 12 тисяч гривень на потреби «КУБа» зібрали активісти та благодійники. Уродженці Корюківки та друзі-однодумці з Чернігова допомогли з обладнанням. Звісно, не все було гладко, адже довелося переконувати мешканців громади підтримати проєкт «Облаштування молодіжного простору» голосуванням на Бюджеті участі. Завжди ж бо знайдуться скептики, які скажуть, що це не на часі, не по кишені... Спочатку не всі депутати міської ради розуміли необхідність створення молодіжного центру, однак рішення про його створення було прийнято одноголосно.

Яскравим прикладом публічних дебатів у Корюківській громаді було проведення кампанії громадського лобіювання, щоб переконати міську раду і мера Корюківки побудувати сучасний спортивний майданчик, обладнаний для скейтбордингу, катання на роликах і велоспорту. Ці види спорту стали дуже популярними серед місцевої молоді, однак у Корюківці не було місця, де можна було безпечно практикуватися, розвивати навички, використовуючи спеціально обладнані простори.

Активісти «Альтернативи» зібрали 60 підписів молодих людей під петицією, яку надіслали міському голові з проханням побудувати такий спортивний майданчик у центрі Корюківки. Потім відбулася успішна зустріч з Ігорем Матюхою, міським головою Корюківки, та народним депутатом України Анатолієм Євлаховим, які пообіцяли підтримати проєкт.

Після цього активісти зустрілися з депутатами міської ради для пояснення важливості цієї ініціативи. Міська рада схвалила постанову про виділення 22 тисяч гривень для розробки документації, необхідної для створення спортивного майданчика у центрі міста. А згодом з'явився і перший у Чернігівській області скейтмайданчик!

НАВЧАЄМО ТА НАВЧАЄМОСЯ ДЕБАТІВ

Програма тренера тренінгу «Публічні дебати для лідерів громад» (1,5 дня, 14 академічних годин)

І ДЕНЬ	
10.00–10.40	Мета і завдання тренінгу Привітайте учасників/учасниць, подякуйте їм за те, що обрали цей тренінг. Поінформуйте про мету й завдання тренінгу: <i>Ми б хотіли, щоб після цього тренінгу Ви могли:</i> – пояснювати собі й іншим, що таке дебати, як вони впливають на розвиток громадянського суспільства в Україні; – називати види дебатів, описувати хід публічних дебатів; – визначитися з власною роллю у публічних дебатах; – формувати тему дебатів, добирати аргументи кожної сторони; – аргументувати позицію у дебатах, наводити приклади на її підтвердження; – сформулювати власне ставлення до дебатів як цінності демократичного суспільства. Коротко озвучте розклад роботи. Організація роботи групи Запропонуйте й запишіть тренінгові правила: – приходити вчасно; – говорити коротко, по черзі; – говорити від свого імені; – бути позитивними. Коротко обговоріть ці правила й ухваліть їх групою.

	Знайомство та очікування Запросіть учасників/учасниць назвати своє ім'я, місто, основне заняття та продовжити речення: <i>Я в цьому колі для того, щоб (тому що)...</i> Інтерв'ю Об'єднайте учасників/учасниць у пари і запропонуйте протягом 2 хв (по 1 хв на кожного/кожну) взяти одне в одного інтерв'ю з теми «Мій досвід участі в дебатах». Організуйте представлення учасників/учасниць за алгоритмом (по 1 хв на пару): <i>Мій колега (ім'я) має такий досвід участі в дебатах...</i> Проведіть рефлексію вступної частини тренінгу: <i>Які у Вас враження і думки від почутого?</i>
10.40–11.15	Сесія І. Що таке публічні дебати? Запитайте в учасників/учасниць (3 хв): <i>Що таке дебати?</i> <i>Яке слово у Вас асоціюється з поняттям «дебати»?</i> <i>Навіщо люди дебатують?</i> Вислухайте 2–4 думки з кожного запитання, фіксуючи їх на фліпчарті. Продемонструйте презентацію (12 хв): <i>Слайд 1. Що таке публічні дебати?</i> <i>Слайд 2. У чому полягає цінність дебатів (чому публічні дебати є важливими для громади)?</i> <i>Слайд 3. Якою є мета дебатів (чого ми хочемо досягти)?</i> Організуйте роботу учасників/учасниць у групах за запитаннями (5 хв): <i>Групи 1, 3: у чому цінність дебатів для розвитку громадянського суспільства і демократії?</i> <i>Групи 2, 4: чому важливо обговорювати суперечливі питання суспільної політики у громаді?</i> Організуйте представлення результатів роботи груп (два міні-кола ідей) (6 хв): групи, що виконували однакове завдання, по чергово презентують, інші учасники й учасниці надають короткі коментарі. Проведіть рефлексію сесії за запитаннями (4 хв): <i>Чи просунулися Ви в розумінні дебатів?</i> <i>Чи змінилася Ваша думка з приводу того, навіщо люди дебатують? Як саме?</i>
11.15–11.35	Перерва на каву і чай

11.35–12.05	Сесія II. Хочу, можу, дію Запропонуйте учасникам/учасницям обговорити запитання (5 хв): <i>Якими навичками має володіти лідер громади для організації публічних дебатів?</i> <i>Якою є роль лідера-організатора дебатів?</i> Думки фіксуйте на фліпчарті. Об'єднайте учасників/учасниць у три групи відповідно до ролі лідера в дебатах: <i>експерт, модератор, менеджер</i> для визначення суті цих ролей за технологією «груповий малюнок» (10 хв). Організуйте презентацію плакатів груп (6 хв, по 2 хв на кожену групу). Проведіть коротку рефлексію сесії (4 хв): <i>Які Ваші враження від цієї активності?</i> <i>Навіщо ми це робили?</i>
12.05–13.30	Сесія III. Чинники успіху публічних дебатів Запропонуйте учасникам/учасницям обговорити запитання (2 хв): <i>Які, на Вашу думку, складники успіху публічних дебатів?</i> <i>Із чого слід почати?</i> Зберіть думки мозковим штурмом та зафіксуйте на фліпчарті. Представте чинники успіху публічних дебатів: <i>1-й чинник успіху – тема:</i> наголосіть на тому, що для публічних дебатів надважливо визначити тему. Запропонуйте учасникам/учасницям визначити критерії гарної дебатної теми у громадах (3 хв). Зберіть думки мозковим штурмом та зафіксуйте на фліпчарті. <i>Можливі критерії:</i> – актуальна; – суспільно гостра; – дискусійна; – містить явне протиріччя; – збалансована; – сформульована у стверджувальній формі. Запропонуйте підготовлені заздалегідь 2–3 теми для короткого аналізу щодо відповідності визначеним критеріям (3 хв). <i>2-й чинник успіху – дотримання формату:</i> познайомте учасників/учасниць із форматом публічних дебатів (10 хв), представте презентацію та схему. <i>3-й чинник – навички аргументації:</i> поясніть, що таке аргументація та як будувати гарну аргументацію (7 хв).

	Запропонуйте учасникам/учасницям алгоритм методу ПРЕС (10 хв): представте презентацію та схему. Практикум Запропонуйте учасникам/учасницям повправлятися у методі ПРЕС з теми «Краще жити у маленькому містечку, ніж у мегаполісі» (20 хв). Організуйте коротку рефлексію сесії за запитанням: <i>Які Ваші враження від того, що ми робили?</i>
13.30–14.30	Обідня перерва
15.00–15.35	Продовження сесії III. Чинники успіху публічних дебатів Запросіть учасників/учасниць пригадати алгоритм методу ПРЕС (5 хв). Практикум з аргументації Організуйте у 2-х або 4-х групах розгляд справи (кейсу) «Об'єднана громада – нова якість життя» за таким завданням (20 хв): 1) прочитайте інтернет-повідомлення про публічні дебати, переформулюйте тему дебатів відповідно до вимог формулювання теми; 2) виберіть із повідомлення аргументи згідно з позицією Вашої групи (за/проти), сформулюйте розширені три-чотири аргументи, скориставшись алгоритмом формулювання аргументів; 3) проведіть короткі тренувальні дебати з теми перед всією групою. Організуйте рефлексію сесії за запитаннями (до 5 хв): <i>Які Ваші враження від сесії?</i> <i>Що Вам вдалося найкраще?</i> <i>Які навички потребують удосконалення?</i>
15.35–16.35	Сесія IV. Будуємо переконливу аргументацію Об'єднайте учасників/учасниць у 2 (А і Б) або 4 (А1, А2, Б1, Б2) команди та жеребкуванням визначте І (для команди А) та ІІ (для команди Б) тренерів команд (5 хв). Запропонуйте цим тренерам організувати підготовку команд до тренувальних дебатів за темою «Залучення місцевого бізнесу до співпраці – запорука спроможності громади» (можлива заміна теми) (30 хв). Організуйте імітацію тренувальних дебатів із визначеної теми між командами: одне коло (А1 + Б1) (10 хв) або два кола (А1 + Б1, А2 + Б2) (20 хв) (залежно від кількості учасників/учасниць тренінгу). Проведіть рефлексію сесії за запитанням: <i>Які Ваші враження від цієї сесії?</i>
16.35–16.55	Перерва на каву та чай

16.55–17.30	Підсумки I тренінгового дня Зверніть увагу учасників/учасниць на плакат, де зафіксовано їхні асоціації щодо поняття «дебати». Попросіть їх тепер вибрати одне слово-асоціацію. Проведіть обговорення за запитанням: <i>Чи змінилися Ваші асоціації? Якщо так, то чому?</i> Запросіть учасників/учасниць записати продовження такого незакінченого речення: <i>Тепер для мене дебати – це...</i> Запропонуйте охочим учасникам/учасницям представити власні думки на загальне коло. Поінформуйте про порядок і регламент II тренінгового дня.
II ДЕНЬ	
09.00–10.30	Сесія V. Тренувальні дебати Підготовка до тренувальних дебатів Нарада та консультації з тренерами команд: 1-й тренер: А1 + А2; 2-й тренер: Б1 + Б2 Підготовка до проведення тренувальних дебатів Організація жеребкування
10.30–12.00	Проведення тренувальних дебатів Тема: «Залучення місцевого бізнесу до співпраці – запорука спроможності громади». Проведення раундів дебатів (одне або два кола залежно від кількості учасників) Проведіть обговорення технології дебатів (можна використати презентацію)
12.00–12.20	Перерва на каву і чай
12.20–12.40	Організуйте рефлексію сесії (до 5 хв): <i>Які Ваші враження від сесії?</i> <i>Що Вам вдалося найкраще?</i> <i>Які навички потребують удосконалення?</i>
12.40–13.00	Планування подальших кроків роботи у громаді

13.00–14.00

Підсумки тренінгу

Запропонуйте учасникам/учасницям на стікерах написати:

дві речі, які Ви берете із собою;

дві речі, яких Ви потребуєте.

Запропонуйте їм прикріпити стікери на аркуш фліпчарту та запросіть усіх учасників/учасниць переглянути ці стікери.

Обговоріть з учасниками/учасницями таке запитання:

Які думки викликала у Вас ця робота?

Попросіть учасників/учасниць підбити підсумки тренінгу, зафіксувавши найважливіше (по одній позиції у кожному стовпчику) в таблиці ПМЦ:

+ плюс	– мінус	! цікаво

або індивідуально скласти сенквейн до словосполучення «публічні дебати»:

1) перший рядок – поняття, якому присвячений неримований вірш;

2) другий рядок – два прикметники, що визначають це поняття й описують Ваше уявлення про нього;

3) третій рядок – три дієслова, що показують, що робить поняття або що з ним відбувається;

4) четвертий рядок – фраза з чотирьох слів, що передає Ваше ставлення до поняття (може бути у формі запитання-звернення);

5) п'ятий рядок – одне-два слова, які передають Ваші почуття, асоціації, емоції, пов'язані з цим поняттям.

Якщо є час, вислухайте всіх учасників/учасниць.

Анкетування учасників/учасниць

Вручення сертифікатів

**Орієнтовна програма Школи лідерів громад
(3,5 дня, 32 академічні години)**

І ДЕНЬ	
ДЕНЬ КОМУНІКАЦІЇ	
10.00–10.30	Урочисте відкриття Школи лідерів громад Цілі та завдання Школи, очікувані результати Представлення тренерів/тренерок, експертів/експерток
10.30–12.00	Сесія I. Світове кафе Як ідентифікувати і розв’язати проблеми громади Ідентифікація проблем громади Визначення пріоритетної проблеми Можливі шляхи розв’язання актуальної проблеми громади Пошук ресурсів Робота групи «журналістів» (опитування й інтерв’ювання учасників/учасниць груп) Презентація результатів роботи груп (представлення групових плакатів) Презентація результатів роботи «журналістів» Рефлексія сесії
12.00–12.30	Перерва
12.30–14.00	Сесія II. У чому сила громади. Взаємодіємо разом Громада: що це таке? Умови успішності громади Шляхи налагодження ефективної взаємодії у громаді Рефлексія сесії
14.00–15.00	Перерва
15.00–16.00	Сесія III. Обговорення суперечливих питань суспільної політики у громадах/спільнотах Важливість діалогу у громаді Комунікаційна культура Обмін досвідом громадських обговорень учасників і учасниць Школи
16.00–16.30	Рефлексія першого дня Школи

II ДЕНЬ	
ДЕНЬ ЛІДЕРА	
09.00–09.40	Рефлексія першого дня Школи
09.40–10.40	Сесія IV. Методологія соціального проєктування в публічній комунікації громад (теоретичний блок) Презентація Запитання – відповіді
10.40–11.10	Перерва
11.10–13.00	Сесія V. Практикум відпрацювання навичок лідерів громад <i>Міні-тренінг: комунікаційні навички</i> Активне слухання Бар'єри в комунікації Невербальна комунікація: жести, міміка, інтонація <i>Міні-тренінг: запитання – мистецтво ставити й відповідати</i> Поняття запитання Формулювання відповіді Типи запитань Мистецтво та стратегії запитування
12.50–14.00	Обідня перерва
14.00–15.30	Продовження сесії V <i>Практикум: аргументація і контраргументація</i> Поняття та структура аргументу Формулювання і послідовність Стратегії спростування
15.30–16.30	Перерва
16.30–17.00	Продовження сесії V <i>Практикум: публічний виступ</i> Поняття публічної промови Структура промови Маленькі секрети гарного мовця
17.00–17.30	Рефлексія другого дня
III ДЕНЬ	
ДЕНЬ МАЙСТРА	
09.00–09.30	Рефлексія другого дня

09.30–10.30	Сесія VI. Організація та проведення публічних дебатів у громаді (теоретичний блок) Презентація: формати дебатів (парламентські дебати та дебати Лінкольна – Дугласа) Запитання – відповіді
10.30–11.00	Перерва
11.00–13.00	Сесія VII. Підготовка, організація та проведення публічних дебатів у громаді <i>Практикум</i> Як організувати публічні дебати у громаді? Визначення теми та цільової аудиторії Планування Експерти, аудиторія, учасники Тонкощі перемовин Інформаційна кампанія
13.00–14.00	Обідня перерва
14.00–15.30	Продовження сесії VII <i>Практикум із проведення публічних дебатів</i> Секрети модерації Підведення підсумків Зворотний зв'язок Планування подальших кроків Рефлексія сесії
15.30–16.00	Перерва
16.00–17.00	Сесія VIII. Ризики при проведенні публічних дебатів Поняття SWOT аналізу Зовнішні та внутрішні ризики Шляхи подолання ризиків Запитання – відповіді
17.00–17.30	Рефлексія третього дня
IV ДЕНЬ	
ДЕНЬ ДЕБАТІВ	
09.00–09.30	Рефлексія третього дня
09.30–10.30	Консультації лідерів громад щодо участі в дебатах Підготовка до дебатів
10.30–11.30	Сесія IX. Тренувальні дебати

11.30–12.00	Перерва
12.00–13.00	Продовження сесії IX. Тренувальні дебати
13.00–14.00	Обідня перерва
14.00–14.30	Рефлексія тренувальних дебатів
14.30–15.30	Підведення підсумків Школи Планування подальших кроків Анкетування учасників/учасниць Школи Вручення сертифікатів

Приклад кейсу

1. Проаналізуйте ситуацію за запитаннями:

Хто учасники ситуації?

Які їхні інтереси?

На яке питання слід відповісти?

Хто може (які сторони) взяти участь у дебатах?

2. Проведіть публічні дебати з визначеної Вами проблеми.

НОВИЙ ЗАВОД

На засіданні ради міста N. міський голова повідомив про те, що зусиллями органу самоврядування міста нарешті знайдено інвестора, який погодився вкласти кошти в переобладнання молокозаводу, закритого більше десяти років тому. Планується, що на місці напівзруйнованих цехів заводу з'явиться нове інноваційне підприємство з випуску поліетиленової тари, яке суттєво поповнюватиме міський бюджет, а також створить робочі місця для 1,5 тис. мешканців, що для міста з населенням 40 тис. осіб стане важливим зрушенням у розв'язанні проблеми безробіття.

Коментуючи слова міського голови, представник місцевої громадської організації «Екологічна ліга» звернув увагу депутатів ради та присутніх на засіданні журналістів на те, що відкриття такого підприємства загрожує збільшенням вмісту шкідливих хімічних речовин у повітрі та воді, а отже, зростанням захворюваності людей і ймовірним відтоком населення з міста. Його думку підтримав і головний лікар районної лікарні, а також мешканці, які мають дітей.

Практикум з аргументації

1. Прочитайте інтернет-повідомлення про публічні дебати. Переформулюйте тему дебатів відповідно до вимог формулювання теми.
2. Виберіть із повідомлення аргументи згідно з позицією Вашої групи (за/проти), сформулюйте розширені три-чотири аргументи, скориставшись алгоритмом формулювання аргументів.
3. Проведіть короткі тренувальні дебати.

ОБ'ЄДНАНА ГРОМАДА – НОВА ЯКІСТЬ ЖИТТЯ

У м. Жовкві (районний центр Львівської області) відбулися публічні дебати на тему «Навіщо громадам об'єднуватися?».

Команду, що презентувала переваги ОТГ, складали: директор з науки та розвитку Інституту громадянського суспільства Анатолій Ткачук, голова Омельницької ОТГ Полтавської області Олександра Шереметьєва, староста села Червона Діброва Глибочкої селищної ОТГ Чернівецької області Володимир Чеботар.

Від опонентів створення ОТГ у Жовківському районі були Жовківський міський голова Петро Вихопень, заступник голови Яворівської районної ради Володимир Мачелюх, голова Асоціації місцевих рад Жовківського району, адвокат Ігор Максимів.

Прихильники децентралізації переконували, що це єдина реформа в Україні, яка має мету та послідовність дій. Оскільки маленькі села в Україні змушені виживати, то об'єднання є для них необхідністю. Також це суттєво збільшить бюджети та сприятиме активнішому розвитку міст і сіл.

Анатолій Ткачук зауважив, що на запитання: «Навіщо громадам об'єднуватися?» уже дали відповідь понад 4 млн українських громадян та реалізовано проєктів у цих межах на суму понад 3 млрд гривень.

Наводячи приклади з буднів ОТГ, Олександра Шереметьєва розповіла, що за 2 роки громада реалізувала 48 проєктів. У розв'язанні нелегких щоденних проблем важливо мати міцний колектив одностайців, що підтримують не лише словами, а й наполегливою працею. Голова Жовтанецької ОТГ Ярослав Деркач поділився півторарічним досвідом очільника громади, наголосив, що є проблеми у ставленні держави до ОТГ, проте це не перешкоджає перспективі розвитку сіл і міст в об'єднаній громаді.

У виступах сторони «проти» були побоювання щодо проведення реформи децентралізації у час ворожої агресії (цього не було в жодній європейській країні, де пройшла децентралізація), сумніви щодо достатньої кількості субвенції, яка покриє витрати на заклади соціальної сфери, та занепокоєння стосовно ще більшого занепаду віддалених від центру населених пунктів у разі об'єднання громад. Люди сумнівалися, що у разі створення ОТГ субвенції на розвиток ітимуть переважно в села, а

міста в той час будуть деградувати. Також вбачають проблему у ставленні держави до об'єднаних громад, оскільки вона скидає на них повноваження, які ОТГ не мають виконувати.

Присутні в залі мали можливість підтримати ту чи іншу сторону, скориставшись спеціальним пультом. Результати відразу були відображені на великому екрані. Якщо на початку заходу 35% присутніх у залі були налаштовані проти об'єднання громад, то наприкінці дебатів майже 16% вдалося переконати у доцільності створення ОТГ.

На думку ведучої та модератора Марини Бриль, люди зрозуміли, що об'єднаній громаді держава делегує низку повноважень у різних соціальних сферах, вона стає привабливою територією для потенційних інвесторів, у неї з'являться усі можливості для того, аби спільно зі своїми мешканцями напрацювати стратегічні напрями розвитку, намалювати чіткий план реалізації першочергових завдань, які визначить громада, а головне – самі люди зможуть контролювати обрану ними владу.

Посилання:

<http://vzhovkvi.com/economika/v-zhovkvi-vidbulysia-publichni-debaty-na-temu-navishcho-hromadam-ob-iednuvatysia.html>

ОПИТУВАЛЬНИК для учасників тренінгу «Публічні дебати для лідерів громад»

Шановні учасники й учасниці тренінгу «Публічні дебати для лідерів громад»! Заповніть ретельно, будь ласка, опитувальник. Ваші відповіді знатимуть лише особи, які їх опрацьовуватимуть.

1. Ваше прізвище та ім'я _____

2. Де (в якій спільноті, громаді) Ви плануєте організувати публічні дебати?

3. Які основні теми суспільної політики є актуальними для Вашої спільноти, громади? *(напишіть 3–4 приклади)*

1) _____

2) _____

3) _____

4) _____

4. Яким, на Вашу думку, має бути алгоритм Ваших дій з організації публічних дебатів у громаді? *(напишіть перелік із 5–7 конкретних кроків)*

1) _____

2) _____

3) _____

4) _____

5) _____

6) _____

7) _____

5. Як Ви поширюватимете інформацію про публічні дебати у спільноті чи громаді?

6. Які шляхи взаємодії з органами місцевого самоврядування та місцевими мас-медіа Ви плануєте? (вказіть конкретні органи й назви місцевих ЗМІ)

7. Якого додаткового навчання Ви потребуєте? (оберіть із запропонованого переліку та/або впишіть власний варіант)

- 1) публічна промова: підготовка й виступ;
- 2) невербальна комунікація: жести, міміка, інтонація;
- 3) запитання: мистецтво ставити й відповідати;
- 4) аргументація і контраргументація: формулювання та послідовність;
- 5) публічні дебати: підготовка й організація;
- 6) публічні дебати: проведення, фасилітація, зворотний зв'язок.

Ваш варіант _____

8. Яких ресурсів Ви потребуєте для проведення публічних дебатів у Вашій спільноті чи громаді?

9. Який, на Вашу думку, рівень Вашої готовності до організації та проведення публічних дебатів у спільноті чи громаді? (оцініть, будь ласка, за шкалою від 1 до 10, де 1 – найнижчий, а 10 – найвищий рівень)

1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____ 5 ____ 6 ____ 7 ____ 8 ____ 9 ____ 10

Дякуємо!

ПРО ОРГАНІЗАЦІЮ

Громадська організація «Нове бачення» є провідним постачальником дебатної освіти в Україні, членом міжнародної дебатної освітньої асоціації IDEA, до якої входить 19 держав.

Місія громадської організації «Нове бачення»: засобами дебатної освіти сприяти формуванню активного, добре інформованого громадянства, налагодженню взаєморозуміння у спільнотах, співпраці з інститутами громадянського суспільства.

Робота організації веде до відкритості громад і спільнот, розширення культурного обміну, академічної досконалості.

Основні ідеологічні позиції організації:

- дебатна освіта сприяє утвердженню та зміцненню демократичних цінностей на рівні спільнот і громад;
- дебати – цінний інструмент розвитку критичного мислення, вміння аргументації, навичок публічного виступу;
- дебати сприяють задоволенню інтересів молоді, спонукають її до участі у громадському житті через формулювання й обґрунтування власної позиції, пошук компромісу, визначення шляхів розв’язання суспільних проблем;
- навички, набуті людиною у рамках навіть одного базового навчання дебатів, вносять значний вклад у її професійний, соціальний та особистісний розвиток.

Беручи участь у дебатах, застосовуючи аргументацію в різних умовах, навчаючись на успішних моделях спілкування, взаємодіючи в команді під час дебатів, учасники підвищують рівень толерантності, вдосконалюють комунікативні навички та навички взаємодії, усвідомлено висловлюють власні думки, стають відкритими до думок інших людей.

Найбільш успішний і значимий захід ГО «Нове бачення» – відкритий дебатний турнір Dnipro Open, який дванадцять років поспіль збирає дебатні команди України та країн зарубіжжя. XII міжнародний дебатний турнір Dnipro Open відбувся в лютому 2020 року за підтримки Дніпропетровської облдержадміністрації, Фонду сприяння демократії Посольства США в Україні в рамках проєкту «Публічні дебати для лідерів громад». Випробовували силу мистецтва обміну думками та аргументами 50 команд (260 учасників) із міст Києва, Дніпра, Львова, Тернополя, Кривого Рогу, Черкас, Бердянська, Запоріжжя, містечок Карлівка та Горішні Плавні. Тематика турніру стосувалася медіаграмотності, соціальних мереж, політичної реклами та маніпуляцій.

Сьогодні громадська організація забезпечує сотні педагогів і молодих людей інформаційними ресурсами, проводить професійну підготовку з технології дебатів, організовує дебатні заходи.

ПРО ПРОЕКТ

Проект «Публічні дебати для лідерів громад» реалізовувався громадською організацією «Нове бачення» з травня 2019 року по червень 2020 року. Мапа його поширення – 10 областей України. Проект здійснювався за підтримки Фонду сприяння демократії Посольства США в Україні.

Основна мета проекту – опанування учасниками/учасницями інструментами ефективної комунікації та організації публічних дебатів у громадах, залучення активної спільноти до публічного діалогу про демократію, права людини і полікультурність.

Для публічної презентації власних ідей учасники/учасниці в ході тренінгів, Всеукраїнської літньої школи з публічних дебатів, Фестивалю дебатних клубів, Міжнародного дебатного турніру «Dnipro Open» та інших заходів опанували технологію дебатів, удосконалили навички критичного мислення, оволоділи алгоритмом просування дебатів у громадах.

Проект був спрямований на навчання лідерів громад роботи з інформацією, вміння відрізняти факти від думок, долати стереотипи, визначати суспільні проблеми та пропонувати їх розв’язання на рівні громад.

Думки вголос:

Марина Масютіна: «Дебати і були придумані для розвитку демократії, що ґрунтується на дотриманні прав та свобод людини, а особливо на праві висловлювати свою думку!».

Людмила Хорькова: «Формат дебатів – це формат демократії».

Галина Копилова: «З’ясування та усвідомлення значення і необхідність втілення демократичних цінностей у повсякденному житті – саме ці навички розвивають дебати».

Дмитро Карпенко: «Проект навчив організації дебатів як повномасштабного заходу, а не просто дебатної гри перед суддями».

Вікторія Якубовська: «Проект був важливим та цінним, тому що, крім суддівських навичок та нових форматів, навчив мене активно долучатися до громадських проєктів, дав можливість побачити діяльність небайдужих людей заради високої мети – майбутнього людей і держави, а не заради власного збагачення».

Наталія Пиво: «Утвердилося розуміння того, що є особисті ресурси та механізм дебатів задля досягнення консенсусу у спірних питаннях щодо розвитку громади».

Ігор Мірошник: «Участь у проєкті – впевненість у правильному напрямі дій, залучення до дебатної спільноти нових учасників (педагогів та учнів шкіл); організуюча роль».

У ході реалізації проєкту зміцнилася ідея, що публічні дебати як важливий компонент демократичних інституцій уможливорюють публічне розуміння причин і процедур ухвалення тих чи інших рішень, знаходження шляхів порозуміння у розв’язанні соціальних проблем громади.

Джерела

1. *Аристотель*. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. Минск: Лит., 1998. 1391 с.
2. *Боярський Н.Ф., Наумов С.О.* Використання освітньої технології «дебати» для навчання прав людини: Навч.-метод. посібник. К.: ТОВ «Інтерсервіс», 2009. 132 с.
3. *Бурега В.В.* Социология государственного управления / В.В. Бурега. Донецк: ООО «Східний видавничий дім», 2012. 167 с.
4. *Дебати*: Навч. посібник: Метод. реком. щодо ведення дебатів. К.: А.П.Н., 2001. С. 102. URL: http://cent.dn.ua/docs/manual_debate.pdf
5. *Демократичні інструменти управління громадами*. Посібник для депутатів місцевих рад. Рівне, 2016. 108 с.
6. *Джонсон Стивен Л.* Как побеждать в дебатах: пособие по Британскому (Всемирному) формату парламентских дебатов / Стивен Л. Джонсон. Издатель: Международная образовательная ассоциация дебатов / ru.idebate.org. New York, NY 10010. URL: http://idebate.org/sites/live/files/Winning%20Debates_RU_final_2.pdf
7. *Ерман Георгій*. Дебати, які змінили історію. BBC News Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-47820637>
8. *Зарецкая Е.Н.* Риторика. Теория и практика речевой коммуникации / Е.Н. Зарецкая. 4-е изд. М.: Дело, 2002. 480 с.
9. *Зима О.В., Ремех Т.О.* Навчання демократії через дебати: Метод. посібник. К.: Літера, 2015.
10. *Зима О.В.* Підходи до поняття «дебати» у науковій літературі та їх використання на уроках суспільствознавчих предметів. URL: http://narodnaosvita.kiev.ua/Narodna_osvita/vupysku/18/statti/zima.htm
11. *Зима О.В., Ремех Т.О. та ін.* Путівник судді дебатів: Навч.-метод. посібник. К.: Логос, 2018. 96 с.
12. *Зима О.В.* Учнівські дебати як спосіб розвитку критичного мислення старшокласників на уроках суспільствознавчих предметів. URL: <http://ipvid.org.ua/upload/iblock/a09/a09a298a5c7c1bd-9c24a92b0a22a7be3.pdf>
13. *Інструментарій для громадян*. Посібник із залучення вашої громади до політичних процесів, 2017.
14. *Місцевий розвиток за участі громади*. Том 4: Регіональні аспекти та сталий розвиток міст / За заг. ред. к. пол. н. і д. е. н. Ю.М. Петрушенка. К.: ВАІТЕ, 2016. 316 с.
15. *Місцеві ініціативи та залучення громадськості до здійснення місцевого самоврядування*. Навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування / О.І. Карий, Я.В. Панас / Асоціація міст України. К.: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 176 с.
16. *Огаркова Тетяна*. Що можуть змінити дебати? Світовий досвід. URL: <https://hromadske.ua/posts/sho-mozhut-zminiti-debati-svitovij-dosvid>
17. *Організація роботи регіональних ресурсних центрів з розвитку місцевої демократії*. Посібник для небайдужих / Методичні рекомендації / А.С. Крупник. Одеса: ВГО «Асоціація сприяння самоорганізації населення», 2016. 212 с. <https://inrespublica.org.ua/wp-content/uploads/2017/>

18. *Основы теории аргументации: Учебник* / А.А. Ивин. 2-е изд. М. – Берлин: Директ-Медиа, 2015. 459 с.
19. *Ремех Т.* Учнівські дебати за кордоном та в Україні: порівняльний аналіз. Вісник Польсько-української науково-дослідної лабораторії дидактики імені Я.А. Коменського. Вип. 2(21): Актуальні проблеми сучасної психодидактики: філософські, психологічні та педагогічні аспекти: матеріали 4-ї Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Умань, 21–22 трав. 2020 р.). Умань, 2020. С. 109–114. URL: <http://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/720691>
20. *Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів: вектори реального поступу: національна доповідь* / За ред. акад. НАН України Е.М. Лібанової, акад. НААН України М.А. Хвесика. К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2017. 864 с.
21. *Стаднік Євгенія.* Політичні дебати – дискусія, що вирішує долю держави. URL: <https://www.prostir.ua/?library=politychni-debaty-dyskusiya-scho-vyrishuje-dolyu-derzhavy>
22. *Сталий розвиток суспільства: Навч. посібник.* К., 2011. 386 с.
23. *Сущенко І.* Дебати в школі. Як навчити учнів аргументації та публічного мовлення? Посібник для вчителів. Тернопіль: Астон, 2006. 128 с.
24. *Технології розвитку критичного мислення* / А. Кроуфорд, В. Саул, С. Метьюз, Д. Макінстер; наук. ред., передмова О.І. Пометун. К.: Плеяди, 2006. 220 с.
25. *Управління людськими ресурсами: філософські засади: Навч. посібник під ред. д.ф.н., проф. В.І. Воронкової.* К.: ВД «Професіонал», 2006. 576 с.
26. *Шнайдер А., Шнурер М.* Навчання через дебати: різноманіття поглядів: адаптований переклад з англ. К.: БФ «Вчителі за демократію та партнерство», 2009. 320 с.
27. *Argument and Audience: Presenting Debates in Public Settings* Paperback – June 1, 2004 / Ken Broda-Bahm; Daniela Kempf; William Driscoll New York: IDEA, 2004.
28. *Claxton Nancy E.* Using deliberative techniques in the English as a foreign language classroom: a manual for teachers of advanced level students. New York, NY: IDEA, 2008.
29. *Discovering the world through debate: a practical guide to educational debate for debaters, coaches and judges* / Robert Trapp [and others]; with the assistance of Judith K. Bowker. 3rd ed. New York: IDEA, 2008. URL: <https://www.questia.com/read/119753015/discovering-the-world-through-debate-a-practical>
30. *Freeley A.J., Steinberg D.L.* Argumentation and Debate: Critical Thinking for Reasoned Decision Making. 12th ed. Belmont, CA: Wadsworth, 2009.
31. *Rybold Gary.* Speaking, Listening and Understanding: debate for non-native English speakers. New York, 2006.
32. *Toulmin Stephen E.* The Uses of Argument. 2nd ed. Cambridge University Press, 2003.
33. <https://www.slideshare.net/ssuser6d64dc/8361>
34. <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/17827/2016-11-16-klyuchovi-pitannya-dlya-analizu-media-mesedzhiv-vizualizatsiya/>

ПУБЛІЧНІ ДЕБАТИ В ГРОМАДІ

Комп'ютерна верстка та дизайн обкладинки *О.В. Денделєвої*
Коректор *Г.М. Руденко*

Підписано до друку 01.07.2020. Формат 84×108 $\frac{1}{16}$. Папір офс.
Гарнітура «Times New Roman». Ум. др. арк. 5,35. Обл.-вид. арк. 6,65
Наклад 300 прим. Зам. 259.

ТОВ-Видавництво «ЛОГОС».

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи Державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 201 від 27.09.2000 р.

01030, Київ-30, вул. Богдана Хмельницького, 10, тел. 235-60-03

