Тема 7. Публічний виступ: особливості організації

План

1. Публічна промова:

- монологічний виступ;

- підготовка до діалогу.

2. Типології слухачів.

3. Робота зі ЗМІ. Інтерв’ю для медіа.

Основні поняття: публічна промова, спічрайтинг, монолог, діалог, аудиторія, ЗМІ, інтерв’ю

( Методичні рекомендації та поради

Одним зі складників реалізації стратегічних комунікацій є публічні виступи, адже від усного виступу залежить сприймання не лише самого факту, ситуації, події, але й загальне бачення організації/установи в цілому. Д. Коник вказує різні варіанти взаємодії керівника державного органу з пресою – статті та письмові коментарі, участь у ток-шоу та програмах телебачення та радіо, інтерв’ю, прес-конференції/прес-події, спілкування з журналістами під час масштабних семінарів, конференцій тощо [2, с. 215].

Публічна промова – це монолог, який має офіційний/діловий характер і є зверненням до великої аудиторії [4, с. 183]. Виокремлюють різні типи (інформаційні, надихаючі, або переконуючі, розважальні та вітальні публічні виступи (монологи) та моделі публічних виступів [4, с. 183-187; 1, с. 110-113].

Осмислюючи питання публічних виступів, необхідно розрізняти монологічну та діалогічну форми. Для організації ефективної усної монологічної комунікації потрібно знати структуру публічного виступу – вступ, основна частина та висновок. Відповідно, слід звернути увагу на базові закономірності розбудови усної комунікації. Насамперед, треба враховувати ефект 40 хвилин уваги сприймача [4, с. 183-187].

Зважаючи на те, що усна промова може супроводжуватись питаннями аудиторії, мовцю доцільно ознайомитися з можливими варіантами запитань [4, с. 183-187].

Своєю чергою, важливо окреслити умови реалізації діалогу, охарактеризувати прийоми, які допомагають сприймати інформацію та можливі перешкоди у такому спілкуванні. Тут же бажано розкрити особливості діалогової бесіди [4, с. 190-194].

Також дослідники вказують на певні аспекти, застосування яких допоможе досягти максимальної ефективності в комунікації з аудиторією. Насамперед, доцільно чітко визначити тему промови, а потім планувати форму подачі та стратегію виступу [3, с. 361-364; 2, с. 227-228]. Г. Почепцов вказує на три можливості спічрайтера підсилити текст, а саме: за рахунок вдалих фраз, введення новизни ідеї чи, навпаки, зосередженні на міцних установках. При цьому всі ці прийоми автор розглядає як певні варіанти інсталяції в текст стратегічного порядку [6, с. 183]. Існує перелік позицій щодо техніки комунікації з аудиторією й проведення промови. При цьому існує низка правил підготовки та реалізації спічрайтингу та його організації [1, с. 109-110, 98-101]. Вагомою умовою здійснення комунікації є категорія сприймача. Саме тому, слід зупинитися на аналізі типології слухачів [4, с. 194-197].

Необхідно вказати правила у спілкуванні з представниками мас-медіа [4, с. 190-194; 2, с. 216-217]. Так само існують певні базові правила поведінки під час проведення інтерв’ю (телебачення, радіо) та надання його для друку в пресі [3, с. 359-361; 2, с. 218-223].

Література:

Основна:

1. Комунікаційний інструментарій для державних службовців. Київ : б/в., 2018. URL : https://eu-ua.org/sites/default/files/communication-toolkit-a4u-mip-ukr.pdf

2. Коник Д. Стратегічні комунікації : посібник для держслужбовців. Київ : б/в., 2016. 256 с.

3. Королько В. Г. Зв’язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник. Київ : Видавничий дім «Скарби», 2001. 400 с.

4. Тихомирова Є. Б. Зв’язки з громадськістю : навч. посіб. Київ : НМЦВО, 2001. 560 с. URL : http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/419/1/PR\_ Tikhomirova.pdf

5. Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2008. 216 с.

6. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів. URL : https:// pidruchniki.com/1594102446631/marketing/yaki\_dokumenti\_pidgotuvati\_informatsiyniy\_privid

Завдання для самостійної роботи студента:

1. Проаналізуйте промову/інтерв’ю спічрайтера, представників влади чи керівництва будь-якої організації. Охарактеризуйте, поясніть свою позиції щодо правильності розбудови та поведінки.

2. Змоделюйте ситуацію інтерв’ювання, зосередивши основну увагу на його проведенні.

• Контрольні питання

1. Яку роль у реалізації стратегії комунікації відіграють публічні виступи?

2. Які типи публічних виступів вам відомі?

3. Які моделі публічних виступів вам відомі?

4. Назвіть базові позиції розбудови монологічних виступів.

5. Що означає явище 40-хвилинної уваги реципієнта?

6. Які варіанти запитань ви знаєте?

7. Вкажіть умови реалізації усного діалогу.

8. Які типи слухачів ви знаєте?

9. Які закономірності комунікації з аудиторією вам відомі?

10. Вкажіть основні положення спічрайтингу.

11. У чому полягає підготовка до проведення інтерв’ю?

12. Які шляхи взаємодії керівництва з медіа вам відомі?