

ПУБЛИЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

1. Публичная коммуникация: понятие и формы.
2. Жанры публичной коммуникации.
3. Устная деловая публичная коммуникация.
4. Необходимые этапы коммуникации с аудиторией

ПУБЛИЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

- вид устного общения, при котором информация **в обстановке официальности** передается значительному числу слушателей



ФОРМЫ ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

- **дописьменное общество** Существовали ритуальные формы, например ритуальные формы общения шамана и племени.
- **возникновение государства и формирование литературного языка** способствовало появлению устной публичной речи.
- **появление письменности**, особенно книгопечатания способствовало появлению письменных текстов.
- **появление средств трансляции устной речи** сделало возможным устное общение на большие аудитории, разделила производителя и получателя речи в пространстве и времени.
- в XX в. появились **новые коммуникативные технологии и профессионалы**, специализирующиеся на воздействии на индивидуальное и массовое сознание: PR-менеджеры, имиджмейкеры, пресс-секретари, рекламисты.

ПРЕИМУЩЕСТВА ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ ПЕРЕД ПИСЬМЕННОЙ

- **Во-первых**, в устной речи **больше каналов передачи информации**; *помимо слов большую долю информации несут жесты и интонация.*
- **Во-вторых**, контактная устная форма коммуникации **обеспечивает непосредственную обратную связь с адресатом**, *что позволяет вносить коррекцию в речевое сообщение не только на этапе планирования и контроля.*
- **В-третьих**, оратор с помощью специальных приемов может непосредственно **внушить мысль** контактно расположенной аудитории, **заразить ее своими эмоциями.**



Жанры публичной коммуникации

- Жанры публичной коммуникации (риторические жанры) являются вторичными по отношению к жанрам бытовой сферы общения.
- Владение риторическими жанрами предполагает:
 - знание норм литературного языка;
 - следование нормам кооперативного общения.



ЖАНРЫ ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

□ 1. В учебной сфере деятельности

- объяснение учителя на уроке;
- диалог учителя при опросе;
- лекция;
- семинар;
- защита курсовой и др.

Основная цель — передача знаний и контроль за уровнем знаний.



ЖАНРЫ ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

□ 2. В научной сфере

- научный доклад;
- научное сообщение на конференции;
- круглый стол (*при наличии слушателей*);
- защита кандидатских и докторских диссертаций на ученом совете.

Основная функция —
нахождение научной истины или признание найденной научной истины истиной.



ЖАНРЫ ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

3. В деловой сфере

- собрание;
- банкет;
- юбилей;
- панихида.

цель — обеспечить функционирование трудового коллектива как единого организма.



ЖАНРЫ ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

□ 4. Для религиозной сферы

- проповедь;
- служба в храме.

цель - формирование нравственных ценностей прихожан и присутствующих на службе



ЖАНРЫ ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ


▣ 5. Специальные жанры делового публичного общения

- парламентские дебаты;
- судебное заседание (открытое).

Цель — обеспечение функционирования государства, обеспечение безопасности граждан, вынесение наказания.

- ## ▣ 6. PR-жанры, служащие для создания позитивной известности организации:
- пресс-конференция;
 - презентация.

Цель - информирования общественности и формирование положительного отношения к организации.

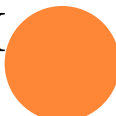


ЖАНРЫ ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

7. В общественно-политической и социально-культурной сферах

- политическое выступление на митинге;
- публичное телевизионное интервью;
- дискуссии (*при наличии зрителей в студии*).

Функция - воздействие на сознание с целью привлечения внимания к общественно значимым проблемам и создания общественного мнения.



Публичное общение требует **толерантного поведения** по отношению к адресату

□ **ТОЛЕРАНТНОСТЬ** -

ТЕРПИМОСТЬ К ИНОМУ МИРОВОЗЗРЕНИЮ, ОБРАЗУ ЖИЗНИ, ПОВЕДЕНИЮ И ОБЫЧАЯМ.

Публичное общение призвано **достигать согласия** в группе людей:

- **на уровне общего знания** (научная и учебная публичная речь);
- **общего мнения** (публицистическая речь);
- **осуществления совместных действий** (деловая речь).



УСТНАЯ ПУБЛИЧНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

- **Деловое общение** - процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, педагогической и

Формы делового общения:

- межличностное;
- групповое;
- коллективное



ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПУБЛИЧНОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ ЗАВИСИТ ОТ:

- **стиля руководства**, который определяется степенью делегирования руководителем своих полномочий подчиненным;
- **степени участия** подчиненных в принятии решения;
- **уровня информированности** подчиненных;
- **типа власти**, используемым руководителем.



1. СОБРАНИЕ - устное коммуникативное взаимодействие коллектива

- **организуется руководителем** для обмена деловой информацией, связанной с жизнью коллектива.
- **связано с одной из функций управления** — планирование, организация, мотивация или контроль.
- **необходим контроль**, который должен привести к *ранее продуманному решению*, либо *найти коллективное решение проблемы*.



2. **ЭТИКЕТНЫЕ РЕЧИ** – ЧАСТЬ ДЕЛОВОГО РИТУАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

ЦЕЛИ: - поддержание отношений в социальной группе или между социальными группами;
- обеспечение регуляции социальной психики в группах людей;
- создание и сохранение **ритуальных традиций организации.**

- ▣ **ВИДЫ:** протокольные, траурные, торжественные речи, речи в дружеском кругу.



3. ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ

- **встреча официальных лиц** (руководителей, политических деятелей, представителей государственной власти, специалистов по связям с общественностью, бизнесменов и т.д.) **с представителями прессы**, телевидения, радио **с целью информирования общественности** по актуальным



ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ

- ▣ **проводятся по итогам какой-то важной встречи** в целях продвижения какой-то идеи, создания вокруг нее положительного общественного мнения.
- ▣ важным элементом пресс-конференции является **подготовка сопутствующих материалов**, к которым в первую очередь относится **пресс-кит**.
- ▣ **длительность** пресс-конференции — **не более 60 мин.**
- ▣ **состоит** из **вводной части** (3—4 мин), **выступления официального лица или лиц** (по 10 мин) и **его ответов на вопросы журналистов** (30 мин).



ПРЕСС-КИТ - пакет информационных материалов для прессы, состоящий из разножанровых текстов

- обычно представляет собой папку с двумя отделениями. На **титульном листе** размещается логотип организации, **в правом отделении** помещается вся наиболее важная информация, **в левом** — материалы справочного, рекламного характера.



В ПРЕСС-КИТ МОГУТ ВХОДИТЬ:

- ▣ **пресс-релиз** - актуальная оперативная информация для прессы о событии;
- ▣ **бэкграундер** - расширенная информация текущего характера об организации;
- ▣ **имиджевые фотографии;**
- ▣ **факт-лист** - краткая справка об организации и ее первых лицах;
- ▣ **лист вопросов — ответов** - ответы на наиболее типичные вопросы.



4. ПАРЛАМЕНТСКИЕ ДЕБАТЫ (или парламентские слушания)

- ЭТО комплексный жанр устной публичной речи, представляющий собой **коллективное обсуждение политической проблемы** с последующим принятием решения.



ВЫСТУПАЮЩИЙ ПЕРЕД АУДИТОРИЕЙ ЧАСТО ЯВЛЯЕТСЯ ИНИЦИАТОРОМ ОБЩЕНИЯ

□ профессионально
необходимыми
качествами являются
умения:

- **понимать особенности** данной аудитории;
- **ощущать настроение и чувства** аудитории;
- **быть расположенным к общению.**



ВАЖНЕЙШЕЕ УСЛОВИЕ ВХОЖДЕНИЯ В КОНТАКТ С АУДИТОРИЕЙ — НАЛИЧИЕ ЭМПАТИИ

▣ **Эмпатия** —
понимание
эмоций и чувств
других людей,
готовность
сопереживать,
«вжиться» в
собеседника



ЭТАПЫ КОММУНИКАЦИИ С АУДИТОРИЕЙ

- ▣ **Первый этап** – вхождение в контакт с аудиторией.
- ▣ **Второй этап** – определение особенностей незнакомой аудитории, выбор подхода к подаче материала и управление вниманием.
- ▣ **Третий этап** – ведение процесса взаимодействия выступающего и слушающих т.е. управление вниманием аудитории.
- ▣ **Четвертый этап** – выход из контакта и достижение синергетического эффекта.



ПРИЗНАКИ УСПЕШНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

- ▣ **конструктивные вопросы слушателей**, демонстрирующие доверие к выступающему как носителю ценной для них информации;
- ▣ **проявление желания продолжать контакты**, например, обмен приглашениями, визитными карточками, адресами электронной почты и т. п.;
- ▣ **взаимное удовлетворение общением** и определенное решение проблем слушающих или надежда на это в будущем, позитивные эмоции в целом.

