

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6964222>

Публічний виступ – один із інструментів PR

Кучер О. М., ст. викладач каф. 801

*Національний аерокосмічний університет імені М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»*

Важливою складовою комунікацій із громадськістю є виступ перед аудиторією.

Основні переваги публічних виступів – це переконлива форма спілкування, оскільки є безпосередній контакт з аудиторією; виступи допомагають «персоналізувати» організацію; уможливають взаємну комунікацію із громадськістю; виявляють відкритість організації та підвищують престиж виступаючого та організації.

Існують певні правила, що дозволяють зробити публічний виступ максимально ефективним.

Спочатку необхідно визначити мету виступу. Метою може бути як поширення інформації, оприлюднення відповідних інструкцій, просування ідей та планів; може бути поєднання всіх цілей.

Промова дозволяє викликати зацікавлення аудиторії та зробити її симпатиком промовця, якщо правильно врахувати її мотиви та потреби.

Щоб уявити, за яких умов відбуватиметься засідання, виступаючий має відповісти на запитання: перед якою аудиторією промовлятиметься доповідь, якою вона буде: прихильною чи навпаки, чи будуть серед присутніх тільки його прихильники або ні тощо?

Невимушений і вільний стиль промови швидше приверне увагу та зацікавлення присутніх, а якщо змінювати тембр голосу та манеру подання матеріалу, то це ще більше посилить симпатії публіки та змусить її слухати з підвищеною увагою. Слід користуватися літературною мовою, не захоплюватися кліше та різного роду ідіоматичними виразами, уникати жаргону. Доцільно також зробити виступ коротким та зрозумілим.

Промовець може впливати на аудиторію не лише вербально, але й формою подання своєї доповіді. Це може бути хронологічний виклад матеріалу, може бути логічно побудований перелік проблем та шляхів їх вирішення, порівняння, визначення, обговорення деталей цілого тощо.

Вдалий виступ має складатися не тільки з добре підбраного матеріалу, але мати ще безперечні аргументи та докази. Такий виступ демонструє глибоке знання справи.

Виступ можна зробити більш образним та цікавим, якщо підготувати наочні матеріали: схеми та малюнки, таблиці, статистичні матеріали. Перш ніж визначитися, використовувати ілюстративні матеріали чи ні, необхідно уважно вивчити їх потенційні можливості та негативні наслідки, які можуть викликати; не зловживати статистикою та цифрами.

Велику роль у публічному виступі грають невербальні засоби спілкування. Доповідачу необхідно підтримувати візуальний контакт, що допоможе завоювати довіру публіки. Стояти прямо, контролювати свої емоції та рухи. Не сутулитися, не тримати лікті на трибуні або столі, не поправляти одяг. Бути розслабленим, посміхатися. Можна використати паузи. Коротке мовчання може виявитися дуже ефективним і таким, що привертає увагу.

Тривалість виступу не повинна перевищувати 40 хвилин.

Наприкінці виступу необхідно повернутися до основних пунктів та ідей доповіді.

Якщо доповідач прагне виглядати природно, слід вивчити основний зміст свого виступу напам'ять, бути впевненим у своїх здібностях, взаємодіяти з конкретною аудиторією в конкретних обставинах.

Виступ має носити особистісний характер, тоді він обов'язково залишиться в пам'яті.

Робити публічний виступ може виявитися не завжди доцільним. Доволі часто подання інформації можна здійснити іншим способом. Наприклад, замінити виступ із доповіддю на поширення внутрішнього меморандуму, заяви для відповідних організацій, провести оперативну нараду в офісі або обмежитися телефонною розмовою.

Публічні виступи перед ЗМІ найчастіше організуються у формі брифінгів та прес-конференцій.