

ИНТЕНЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАН ДИСКУРСА ПУБЛИЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Интенциональный план дискурса – это совокупность элементов коммуникационного проекта, который обеспечивает продвижение коммуникативного намерения от замысла к непосредственному воплощению.

Интенциональный план дискурса публичного выступления, как *коммуникационный проект*, включает следующие виды элементов:

1. элементы *коммуникативного намерения*:
 - идеи, замыслы,
 - мотивы, коммуникативные установки;
2. элементы *стратегического планирования*:
 - стратегические цели и задачи публичного выступления,
 - стратегемы выступления,
 - тематический план выступления,
 - сценарный план выступления;
3. элементы *ресурсного обеспечения проекта*:
 - управленческие ресурсы (личностные, административные, организационные),
 - информационные ресурсы,
 - материальные ресурсы,
 - финансовые ресурсы и др.;
4. элементы *моделирования образа адресной аудитории*:
 - моделирование демографического и социокультурного портрета аудитории,
 - моделирование коммуникативных намерений и запросов аудитории,
 - моделирование поведенческих реакций аудитории;
5. элементы *моделирования барьеров коммуникации*:
 - моделирование образов провокаторов общения и способов их нейтрализации,
 - моделирование возможных конфликтных ситуаций и способов их разрешения,
 - моделирование возможных внешних препятствий коммуникации и способов их преодоления.

Интенциональный план дискурса публичного выступления предполагает мобилизацию управленческих и иных ресурсов выступающего для управления проектом коммуникации.

Значительную роль в обеспечении успешного протекания коммуникации выполняет моделирование возможных конфликтов. Это особенно важно при подготовке ответственного лица к переговорам, деловой встрече, при подготовке к политическим, научным и другим публичным дебатам.

К элементам стратегического планирования, составляющих интенциональный план дискурса публичной коммуникации, относятся также *нарративные стратегии*, определяющие своеобразие стилей повествования. Повествования или рассказы о чем-то являются неотъемлемой частью дискурса PR-коммуникации.

О. Ф. Русакова