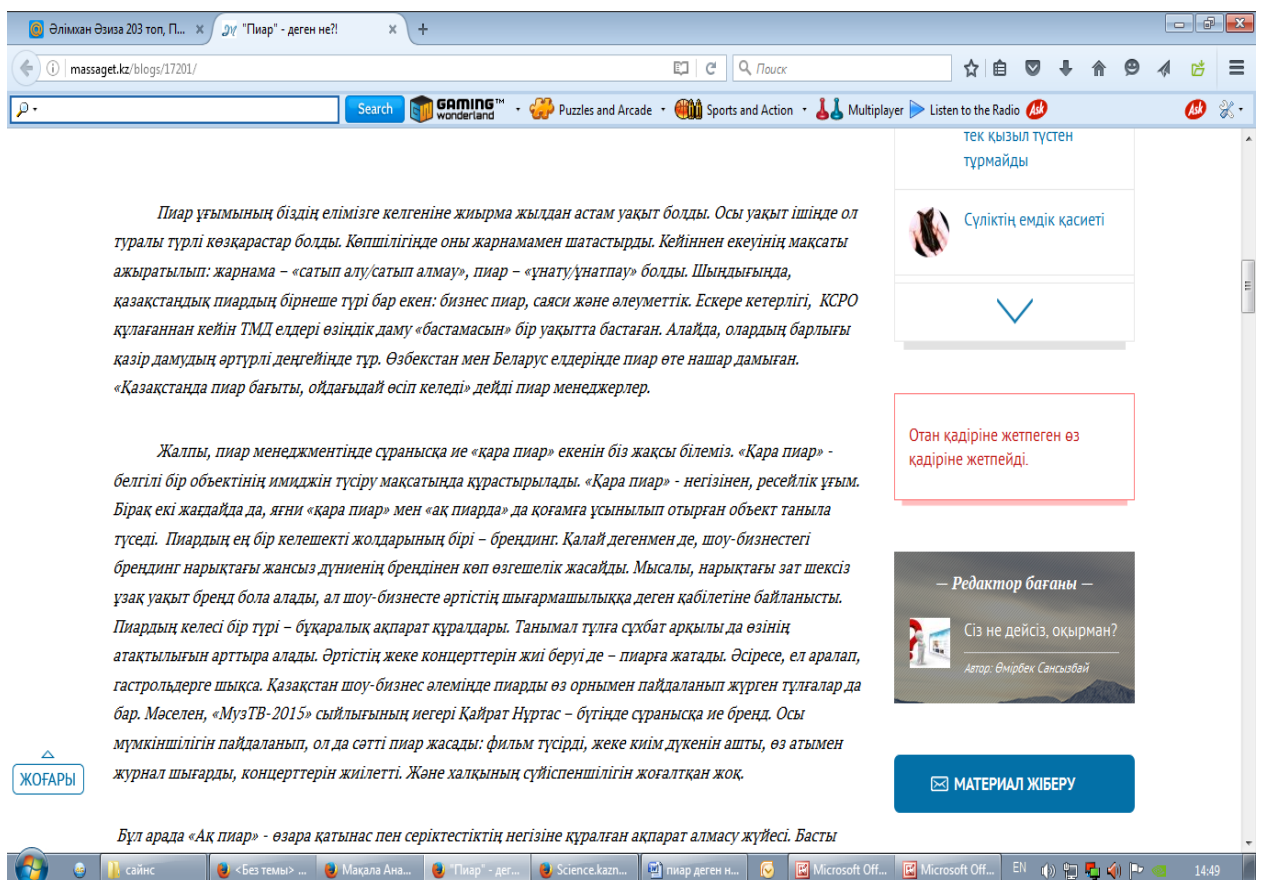
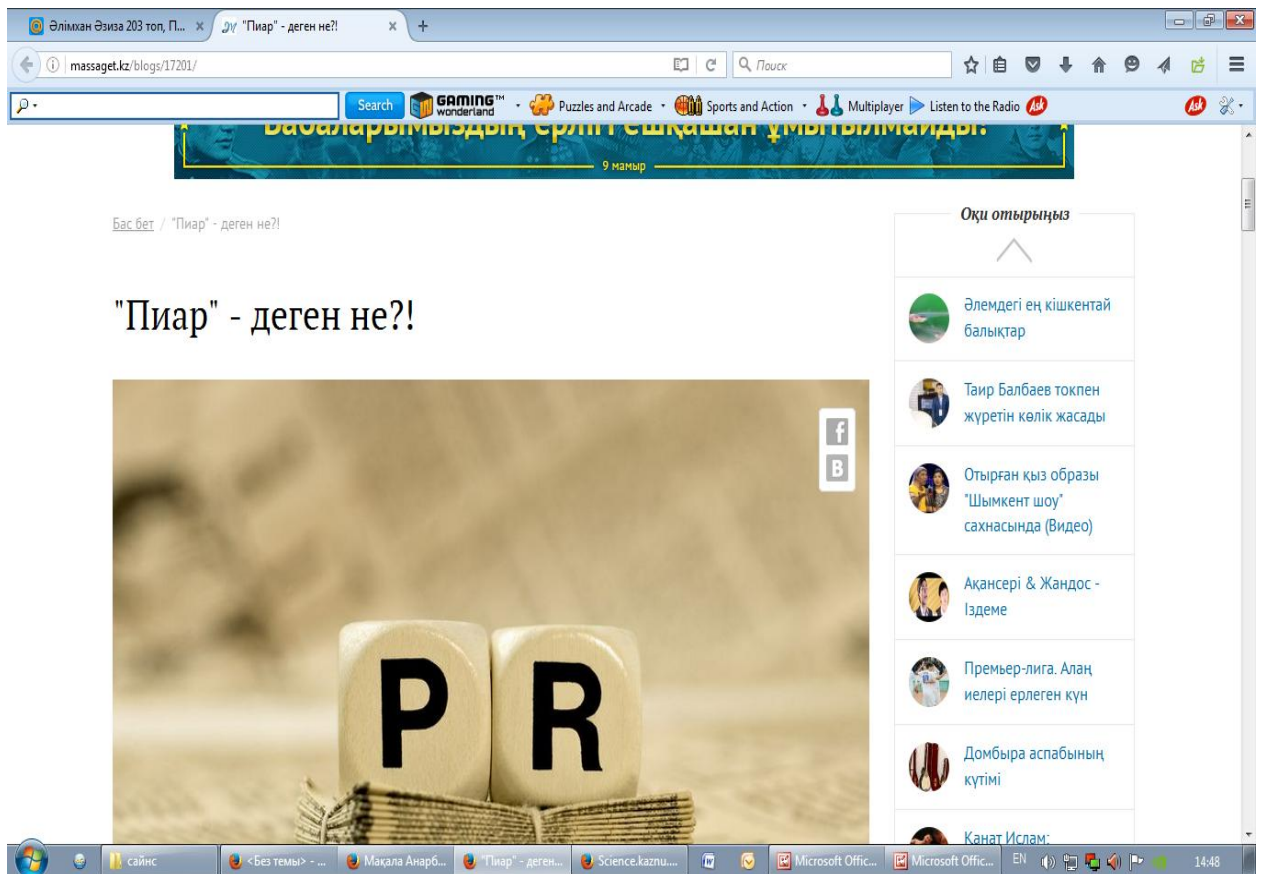




Бұл арада «Ақ пиар» - өзара қатынас пен серіктестіктің негізіне құралған ақпарат алмасу жүйесі. Басты мақсаты ретінде жарнаманы қояды. Тұтынушы үшін толыққанды расталған ақпарат береді.

Бұдан бөлек тағы да, «қара пиар» ұғымы «ақ пиарға» толығымен қарама-қарсы. Яғни, белгілі бір объектінің имиджін түсіру мақсатында, тіпті кейде заңға қайшы құрастырылады.

«Сары пиар – ешқандай табу жоқ!». Бұл тыйым салынған тақырыптарда, нормаға сай емес лексикада, ұятты нәрселер жайында болады. «Сары» атауы «сары басылым» атауы мен соның қызметі негізінде шыққан. Негізінен, тұтынушының назарын аудару үшін қолданылады. Тақырып пен жазылған жаңалық үнемі сәйкес келе бермейді.

«Сұр пиар – қоғамдық қатынастың барлаушысы». Пиар технологиясының ең қуаттысы, дереккөзін жасыра отырып, қоғамға шынайы ақпарат арқылы оның санасына әсер ете білуді. Оның мақсаты – әділеттік орнатуға құлшыну, құлық қорғау, заңды бұзбай бәсекелесіңе зиян келтіру.

«Жасыл пиар – сау қоғамға қамқорлық». Қоршаған ортаға жауапкершілік негізіндегі қоғамдық қатынастар стратегиясы. Міндеттерінің барлығы тапсырушы мен компанияның қоршаған ортаға ұжым ретінде жауапты болуына бағытталған.

«Қоңыр пиар» - нацистер мұрасы. Қоғамдық қатынастардың ксенофобия (бейтаныс адамнан қорқу), расизм (нәсілшілдік), шовинизмді (ұлтшыл) дәріптейтін түрі. Қоңыр пиар электрондық кеңістік арқылы тарайды, себебі онда ұлтаралық және әлеуметтік шиеліністерді шектеу қиынырақ.

ЖОҒАРЫ

— Жұлдызды блогтар —

Массagetтің тұрақты оқырманы – Толғанай Мұқашева
Автор: Әсел Асанова
Сәтүс: Редактор

Соңғы әжімі былтыр түсті. Соңғы болсыншы...
Автор: Гүлжанар Жаркынбекқызы
Сәтүс: Контент менеджер

"Томыртқа" асы қалай дайындалады?
Автор: Бәуыржан Жақсымбет
Сәтүс: журналист

TENGRI MIX

Сәтті пиардың құны қанша?

Негізінде, бізде идеяны ойластыруға қатысты арнайы мамандардан жасақталған зерттеу орталықтары бар. Оның қайсыбірін компаниялар «пиар менеджерлер» деп те атайды. Пиарды сәтті таңдағысы келетіндер тіптен олардың қызметіне де жүгініп жатады. Осыны ескеріп біз алдымен сол идеясын сататын орталықтардың қызмет ақысы қанша екенін есептеп көрдік:

- Бұл ретте егер арзан қызмет іздесеңіз, алдымен жарнама агенттіктеріндегі пиар менеджерлердің қызметіне жүгінесіз. Олардың қызметінің құны 1-3 мың доллардың көлемінде.
- Сапалы қызмет іздесеңіз, онда брендинг-менеджерлер қызметіне жүгінесіз. Ол брендинг-менеджерлер сапалы пиар арқылы атыңызды шығаруға 5-8 мың АҚШ долларын сұрайды. Ресейде мұндай агенттіктердің қызметіне жүгіну 10-12 мың доллар тұрады.
- Есіңізде болсын, бізге Батыстан көмек сұраудың қажеті жоқ. Өйткені жаңағы менеджерлердің қызметін қымбатсынатаын шоу бизнес өкілдері батыстағы идеяларға «жиендік» жасайтын көрінеді. Бірақ сарапшылар мұндай идеялармен халықаралық нарыққа шыға алмайтынымызды құлаққағыс жасауда. Жалпы, мамандар «біздегі шоу бизнес өкілдері үнемі бірінші болуға ұмтылады» дегенді алға тартады. «Бірінші болуға емес, бірегей болуға ғана ұмтылғанда ғана адамның еңбегі еленіп, қандайда бір биіктікті ешқандай жалған пиарсыз бағындыра алады» дейді мамандар, сондықтан шоу бизнестегі жас буынға айтарымыз, бірінші емес бірегей болуға тырысыңыз дегіміз келеді.

ЖОҒАРЫ

Он лишился рук и ног и стал талантливым педагогом

Смотреть все новости

kaz.tengrinews.kz

"Юбилейный" супермаркетіндегі өрт: Алматы әкімі зардап шеккендермен әңгімелесті

"Юбилейный" супермаркетінен шыққан өрттен 46 пәтер бүлінген

Алматыда "Музикола" тобының негізін салған Болат Сыдықовпен қоштасу рәсімі өтіп жатыр

Головкин Альвареспен келіссөздер сәтсөз өткен жағдайда кімнен