

ЛЕКЦИЯ 5

PR-текст как основной инструмент медиарилейшнз

Одной из основных форм PR-деятельности является подготовка текстовых материалов для целевой общественности и для СМИ. Следовательно, в пространстве современных PR-коммуникаций активно функционирует целый корпус определенных текстов, имеющих свою особую структуру, систему жанров, языковой облик.

Все более отдаляясь от эпохи монолога власти, социум входит сегодня в период коммуникативных технологий такого уровня, когда потребитель информации любого рода вправе делать свой выбор источников, средств. В этой связи вопрос о многообразии жанровых форм подачи PR-информации приобретает особую актуальность: PR-специалисты должны эффективно пользоваться всем текстовым инструментарием PR-коммуникаций, с помощью которого и вносятся изменения в информационное пространство.

PR-текст как особая форма коммуникационного обмена на сегодняшний день уже сформировался; появились и активно используются в практике связей с общественностью определенные жанровые разновидности этого типа текстов. Однако именно в практике PR данные жанровые формы очень часто не имеют четкой текстовой структуры и четких межжанровых различий, именно в практике PR большинство текстовых материалов, исходящих от лица социального субъекта (организации, персоны) и имеющих различные информационные поводы и, соответственно, различную целеустановку, функции, структуру, языковой и стилистический облик, лапидарно именуется только как «пресс-релиз». Следует также отметить, что PR-текст как одна из разновидностей текстов массовой коммуникации, как инструмент публичных коммуникаций функционирует вместе с текстовыми феноменами смежных коммуникационных форм – журналистики и рекламы.

Рассмотрим процесс формирования сообщения – письменного текста. Источник генерирует определенную идею, становящуюся основой данного исходного сообщения. Прежде всего, коммуникатор облачает эту мысль в слова, превращает в определенную схематическую модель, которая будет положена в основу передаваемого текста». Источник производит или передает PR-информацию – уже «обработанную» с точки зрения оптимизированности и селективности идею. Один из компонентов данной системы смысла информацию – это отправитель (автор текста), который, «будучи готовым к порождению сообщения и располагая, с одной стороны, тезаурусом, т. е. некоторой совокупностью знаний о внешнем мире и возникающих в нем типовых ситуациях, а с другой информацией – лингвистической компетенцией, т. е. знанием системы языка и ограничивающей ее нормы, реализует функцию порождения концептуальной информации».