**Бизнес коммуникация**

 **лек 14**

**Медиа құралдарының коммуникациялық моделі**

Модел – бүгінгінің сөзімен айтқанда жаңару үрдісіндегі модернизация. Жаһанданудың жоғарғы бірдейлендірудегі ғаламдық жалпыландырылуы. Бір заттың моделін жасау үшін қаншама ой, жігер, күш қуат, ілім , білім қажет болса, соншалықты іс әрекеттің нәтижесіндегі практикалық өнім сапасы ұсынылады. Бүгін заманда ондай талаптан ешкім бас тарта алмайды. Ол қазіргі дәуірдің дәстүрлі ата салтындай. Себебі, қоғам, әлеумет, көпшілік, тіпті жеке адам мен адамзат санасының дүмпуі біртұтастана бастады. Демек, бәсекеден туындаған сүргін дамылсыз артықшылықтық тамырын іздейді. Ол: жазу, сызу, түр мен түстің жарасымы мен ой мен ойдың қабақтасуы,