**Масс медиалық тәсілдер және ақпараттық бизнес коммуникация механизмдері.**

 **Масс медиа бәсекелестік алаңы**

Масс медиа – күнделікті бәсекелестік алаңы. Қоғамда белгілі бір тіршілік қозғалысымен қатар өмір сүретін шынайы да күрделі құбылыс. Ақпаратты жедел тарату мен өндірістік өнімнің экономикалық бәсекелестік сипатына дейін анықтама және нақтылық ақпарын беретін медиалық стандарт жүйесі.

Қоғаманың техникалық даму эволюциясы дүниеге келді. Масс медиа ақпараттарды жеткізу механизмдері. Электронды коммуникациялық құралдардың заманауиылығы жедел және оқылымға және көрсетілімге сараптау мен таразылауға таратылады. Ақпараттың негізгі тұтынушылары халық болғандықтан,ол рухани шикізат есебінде бір мезгілде, бір уақытта уақыт бірлігімен сәйкестендіріліп беріледі. Ол көпшіліктің ыңғай мезгіліні орайластырылады.

Жалпы масс медиа ақпараттық цифрлы өнім ретінде таратыла бастағанда оның негізгі қолдаушысы әрі тұтынушысы ретінде халық қолдауымен іргеленді. Демек, оның сапасы мен ақиқаттылығына баға беріп, қарсылық жасайтын та халық болып табылады. Көпшілік таңдауымен контенттік деңгейге көтерілетін медиа ақпаратшылық дами түседі.

Ғаламдық, жаһандық әлеуметтік, саяси қоғамдық желілердің өзара ықпалдасуы және мүдделестігі ортақ әлеуметтік өмір сипатымен байланыстырылғанда ол шын мәніндегі тұтынушысы бар әрі сұранысқа ие болды. Әр елдің ұлттық идеялық тұтастығы мен әлеуметтік қарым қатынасында құрылымдық ұйымдар мен басқару органдарында белгілі бір дәстүрлі өмір салты мен тарихи заңдылықтары сақталады.

 Адамзаттың ойлау жүйесіне өзгеріс енгізетін масс медиалық қарым қатынас қоғамдық экономикалық және саяси ұғымдар мен заңдылық, тәртіп және басқа да ортақ әлеуметтік қажеттіліктен туындаған өзгеріс және енгізілген тиісті аумақтық мүддені де қамтиды. Алдын алу, ескерту, ерекшеліктер мен этникалық құрмет қатынас құндылықтарын қисынды негізде ортақ сәйкес заңнамалық ақпараттармен қамтамасыз етуде үлкен рөл атқарады.