

№3 дәріс. PR-дағы коммуникацияның маңыздылығы.

Г.Г.Почепцов коммуникативтік кеңістікті құрудың символикалық, визуалды, коммуникативтік ұйымдастырулар, оқиғалы және мифологиялық түрлерін атайды. Әсер етудің тиімді құралы ретіндегі символдың ролі жоғары. Коммуникаторлар оны пайдалана отырып, өзінің позициясын көрсетеді. “Символ мәртебесі сөзден де жоғары, әрі символ қаншама шындықты көрсеткенімен, оны жанама түрде бейнелейді.

Ақпараттың дұрыс қабылдануына ақпаратты қабылдаушының кәсібі, ой-өрісі, білімі әсерін тигізбей қоймайды. Бір ақпараттың әртүрлі қабылдануы олардың реакциясынан көрінеді. Егер ақпараттың мазмұны ақпарат қабылдаушыға жақын, ол жақсы түсінетін, өзі айналысып жүрген салаға қатысты болса, коммуникация да тиімді болады. Түрлі іскер кездесулер осы ақпараттың қабылдаушыға ұтымды жеткізілуі үшін ұйымдастырылады. Ақпараттың маңыздылығы – ол белгілі бір ағымдағы оқиғаға қоғамдық пікір қалыптастырады. БАҚ бәрінен де биік тұруы керек. Қандай да бір өзгерісті тез арада меңгеріп, мән, мағынасын аудиторияға дұрыс түсіндіруі тиіс. Кері байланыс – коммуникацияның тиімділігін көрсететін құрал. Мәселен, редакцияға келетін толассыз хаттар легі, берілген ақпаратқа байланысты бұқаралық аудиторияның телефон арқылы өздерінің ойын білдіріп жатуы немесе жарнамаланған тауарды тұтынушылардың сатып алуы коммуникацияның тиімділігін көрсетеді. Сондай-ақ сайлау алдындағы науқанның нәтижесін сайлаушылардың даусынан білуге болады. Коммуникацияны алдын ала жоспарлап алған дұрыс, яғни коммуникацияның әсер ету ықпалын, ерекшеліктерін білу керек. Зерттеушілер коммуникацияны бағыты бойынша тік және көлденең деп бөледі. Көлденең коммуникациялар – бір әлеуметтік топтардың арасындағы коммуникация. Ол әдетте тиімді болады. Тік коммуникация - әлеуметтік иерархияның әртүрлі сатысында тұрған адамдардың арасындағы коммуникация. Бұл жердегі ақпаратты жіберушінің мінез-құлқы басты рольге ие, оның іс-әрекеті коммуникацияның тиімділігін анықтайды.

