

# СОЦИАЛЬНАЯ МИССИЯ И ПРОФЕССИЯ

Материалы  
Международной  
научно-практической  
конференции  
«Журналистика 2012»

политических и культурных особенностей, а также повсеместное провозглашение западных ценностей облегчает профессиональную жизнь подаателям рекламы, которые ориентируются на нового представителя глобального общества. В погоне за повышением уровня продаж установка делается именно на легко «продаваемые» ценности. В эпоху глобализации такие ценности оказываются наиболее востребованными. Однако увлеченность подобным подходом к созданию рекламы может обернуться редукцией ее важнейших социальных функций.

*А.В. Рожков*

Казахстанский национальный университет

## **СТИМУЛИРОВАНИЕ *PR* СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ БИЗНЕСА И ГРАЖДАН**

Связи с общественностью помогают реализовывать национальные проекты, крупнейшим из которых стала программа, заявленная президентом РК Н. А. Назарбаевым, «Социальная модернизация Казахстана». Принцип социальной ориентации стал внедряться за последние годы в многочисленных проектах нефтегазовой, промышленной, банковской, строительной и других сфер. Он выражается в том, что при реализации коммуникативных стратегий соблюдается правило «руководствоваться интересами широкой общественности». Использование средств *PR* в казахстанских компаниях, банках, на производствах, показало, сколь важно вести активный взаимоприемлемый диалог на долгосрочной основе, создавать технологии, ориентированные на клиентов. Социальная компонента *PR*, безусловно, всегда присутствовала, но проявилась в общественных отношениях только за последние годы. Около десяти крупнейших мероприятий республиканского масштаба проводятся на основе социального *PR* с такими благими целями как помощь больным детям, пожилым людям, защита окружающей среды, поддержка талантов и др. Именно многолетнее влияние связей с общественностью сделало бизнес более подготовленным для поддержки важных социальных программ, проектов, акций, а также подготовило основную часть общества к восприятию идей социальной ответственности, меценатства, стимулирования гражданской активности. Сегодня главными становятся общечеловеческие ценности. Заинтересованность в развитии общего социума – внедрение в массовое сознание позитивных идей, популяризация гуманитарных ценностей, делает *PR* все более востребованным.