

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Социальная ответственность СМИ: проблемы и опыт Украины

Тимохова Юлия Михайловна

Студент

Киевский Национальный Университет имени Тараса Шевченко, Институт

международных программ, Киев, Украина

E-mail: matildamiracle@gmail.com

Медиа имеют огромное влияние на общественное сознание, они формируют наше восприятие мира, подталкивают к принятию важных решений. Можно найти немало примеров, когда огромные компании обанкротились из-за распространенных в прессе материалов, касающихся их деятельности. Понимая важность эффективного взаимодействия бизнеса и СМИ, особенно в свете новых мировых тенденций, следует акцентировать внимание на аспектах корпоративно-социальной ответственности современных СМИ. Целью исследования является выявление: 1) проблем социальной ответственности медиа-компаний; 2) роли медиа в продвижении и освещении КСО.

В ходе исследования был проведен мониторинг электронных СМИ, анализ информации относительно деятельности украинских СМИ в сфере КСО в специальных исследованиях Центра КСО и в отчетах ведущих украинских компаний.

Степень разработанности проблемы. Понятие социальной ответственности СМИ впервые обсуждалось в 1943 г. в отчете правительственной комиссии США по свободе прессы (Р.Хатчисон). Вопросы о социальной ответственности отечественных журналиста, о свободе и ответственности современных российских СМИ ставят А.Венгеров, А.К.Симонов, В.Смага [1]. В Украине проблематикой взаимодействия СМИ и компаний в аспекте социально-корпоративной ответственности занимается Центр «Развитие КСО» в лице М.Сапрыкиной.

В ходе проведенного анализа деятельности СМИ в сфере КСО были получены следующие результаты : сегодня в мире сложилась уникальная ситуация, с одной стороны, медиа имеют огромное влияние на людей, их сознание, с другой - медиа являются институцией, которой мало доверяют и которая не пользуется общественным авторитетом. Среди главных факторов, которые стали причиной потери авторитета СМИ - низкий уровень прозрачности и подотчетности. По результатам исследования агентства Edelman в 2011 году «Барометр доверия», компаниям доверяют больше, чем СМИ (50% и 47% соответственно) [2].

В Украине для исследования ситуации Центром «Развитие корпоративной социальной ответственности» в рамках проекта «КСО через призму СМИ» было проведено исследование о тенденциях освещения корпоративной социальной ответственности в Украине в средствах массовой информации [3]. Главная проблема, не позволяющая украинским СМИ выполнять свою социальную функцию, — их позиция в обществе сегодня. Они пока не стали площадкой обмена мнениями, панорамой реальных процессов, происходящих в стране. Украинские газеты и журналы в большинстве своем остаются средством достижения коммерческих, узкопартийных и клановых целей их собственников.

Анализ ответов экспертов по практике освещения социальных проектов компаний показал, что в украинском обществе существуют проблемы, характерные для многих

стран мира - это проблема использования бизнес-компаниями информации по вопросам социальной ответственности в рекламных целях и проблема восприятия СМИ социальной ответственности компаний как их коммерческой деятельности, и, соответственно, попытки редакций СМИ размещать такие материалы только на платной основе или при публикации материалов стараться избегать упоминаний о названиях компаний [4]. Также следует обратить особое внимание на проблему коррупции медиа-компаний в Украине. Если медиа хотят вернуть авторитет со стороны общества, они должны стать открытыми, продемонстрировать четкую редакционную политику, этический кодекс журналистов и редакторов, доказать отсутствие коррупции и т.д.

Еще одним препятствием на пути к эффективному освещению КСО-деятельности является низкий уровень понимания журналистами концепции социальной ответственности, сегодня все еще часто путают благотворительную деятельность компании с ее КСО. Именно поэтому встал вопрос необходимости создания глоссария терминов по КСО, предназначенного специально для медиа [4]. Углубляет проблему и отсутствие качественных и глубоких материалов о КСО-политике компаний, которые могли послужить примером и основой для дальнейшей журналистской работы.

Одним из путей понимания и устранения препятствий в освещении вопросов социальной ответственности является партнерство бизнес-компаний со СМИ в реализации совместных социальных проектов. Такое партнерство позволит не только популяризировать социальную ответственность, но и усилить эффективность и результативность социальных инициатив. Также, попыткой преодоления препятствий в освещении СМИ существующей практики внедрения социальной ответственности могла бы стать подготовка документа по определению критериев представления и освещения информации о социальных проектах компаний в СМИ [5,6].

Таким образом, можно констатировать, что действительно существует проблема эффективного взаимодействия бизнеса и медиа в вопросах освещения КСО. Однако, важным моментом является тот факт, что в Украине еще не сформирована потребность в такой информации со стороны потребителей. Это вопрос времени и развития общества, спустя несколько лет, без сомнения, взаимодействие общественности и медиа станут барометром качества устойчивого развития компаний.

Литература

1. Социальная ответственность средств массовой информации в современном российском обществе/ тема диссертации и автореферата по ВАК 22.00.06, кандидат социологических наук Данова, Ольга Владимировна [Электронный ресурс] - Научная библиотека диссертаций и авторефератов disserCat Электрон.дан. (1 файл, 229 стр.) - [2003] - Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/sotsialnaya-otvetstvennost-sredstv-massovoi-informatsii-v-sovremennom-rossiiskom-obshchestve#ixzz2t6x7ytRB>, свободный. - Загл. с экрана.
2. Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності [Электронный ресурс] - Про Центр Электрон.дан. (1 статья). - Киев - [2013] - Режим доступа: <http://csr-ukraine.org/about.html>, свободный. - Загл. с экрана.

3. Исследование Edelman [Электронный ресурс] -Edelman is the world's largest public relations firm Электрон.дан. (1 статья, pdf). - [2009-2011] – Режим доступа: http://www.edelman.com/trust/2009/docs/Trust_Book_Final_2.pdf, свободный. – Загл. с экрана. – Яз.англ.
4. Корпоративна соціальна відповідальність ЗМІ [Электронный ресурс] - Результаты дослідження «Корпоративна соціальна відповідальність через призму ЗМІ» Электрон.дан. (1 статья, 62 стр. pdf). - [2009] – Режим доступа: <http://csr-ukraine.org/doslidjennya.html>, свободный. – Загл. с экрана.
5. CSR Review [Электронный ресурс] Как медиа писать о социальной ответственности? - главный аналитический медиа-портал о корпоративной социальной ответственности Электрон.дан. (1 статья.). – Киев - [2013] – Режим доступа: <http://www.csr-review.net/index/kak-media-pisat-o-sotsialnoy-otvetstvennosti.html>, свободный. – Загл. с экрана.
6. Сборник материалов: Социальная ответственность средств массовой информации/ Составитель: И.Г.Сакович Благоевченск: Производственно-коммерческое издательство “Зея”-Электрон.дан. (1 статья, doc). - [2002] – Режим доступа: <http://www.govori.info/News/203-.html> свободный. – Загл. с экрана.