

CLEVER group

## **Регіональні ЗМІ визначили критерії ефективності КСВ проектів українських компаній**

Анкетування регіональних журналістів суспільно-політичних видань щодо КСВ відбулося 3 червня 2010 року під час «Майстерні з КСВ», яку організував ГД ООН та представництво ООН в Україні. В опитуванні взяли участь представники 26 видань з Одеси, Тернополя, Дніпропетровська, Івано-Франківська, Черкас, Сум, Запоріжжя, Рівного, Донецьку, Севастополя, та Львова. На думку респондентів, корпоративна соціальна відповідальність є цікавою темою для регіональних суспільно-політичних видань.

Переважна кількість журналістів відзначили, що основними критеріями оцінки КСВ проектів, які впливають на їх висвітлення у суспільно-політичних ЗМІ, є системність і масштабність проекту (велика кількість реципієнтів та значний бюджет). Наступні за значущістю критерії - іноваційність та креативність у підході до вирішення суспільної проблеми. Третє місце, на думку опитаних, займає фактор участі у проекті відомих людей, лідерів суспільної думки, чия поведінка впливає на прийняття рішень.

Також журналісти перелічили низку важливих умов, що формують інфопривід КСВ, а саме: актуальність проекту для суспільства, участь дітей та молоді, екологічна спрямованість. При цьому, проект не має бути перенасичений кількістю згадувань компанії, однак саме таке згадування ЗМІ вважають можливим за умови виконання основних критеріїв.

Юлія ЩЕРБІНІНА, Радник Представництва ООН в Україні

«ЗМІ відіграють надзвичайно важливу роль у формуванні КСВ культури в Україні. Результати опитування продемонстрували готовність ЗМІ до сприйняття якісної інформації від компаній про їхню соціальну відповідальність. Обізнаність журналістів щодо КСВ проектів компаній, з одного боку, та розуміння компаніями критеріїв оцінки їхньої діяльності з боку медіа сприятимуть розбудові конструктивного діалогу між ЗМІ та бізнесом. Зокрема, масштабність та системність, які вважаються ЗМІ одним з найголовніших критеріїв оцінки КСВ, позитивно впливатимуть на діяльність компаній».

Тетяна ДМИТРАШ, PR-директор агентства CLEVER Group:

«Опитування регіональних журналістів суспільно-політичних видань – це перший етап вивчення думки медіа щодо КСВ. Ми плануємо провести анкетування серед представників загальнонаціональних ЗМІ. Особливо цікава точка зору ділових ЗМІ – адже проекти КСВ суттєво пов'язані з бізнес-процесами компаній».

Подальші дослідження думки ЗМІ дозволять сформулювати системні критерії, необхідні для формування прозорої інформаційної політики ЗМІ щодо КСВ, що сприятиме розбудові партнерства між ЗМІ та бізнесом та формуванню культури КСВ в Україні.