

КСО в России в отечественных и иностраннных СМИ

Центр изучения корпоративного гражданства

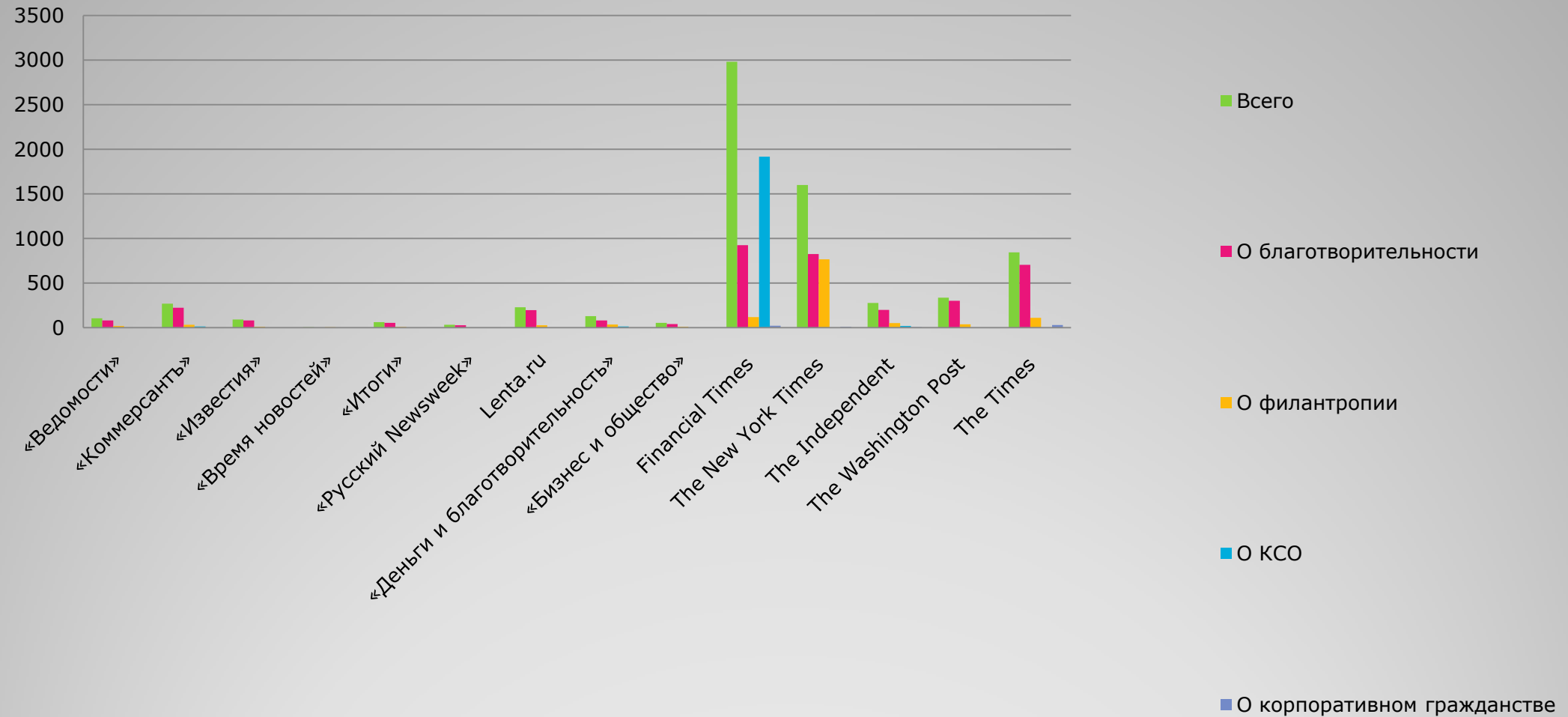
Объекты исследования

- «Ведомости» (Россия)
- «Коммерсантъ» (Россия)
- «Известия» (Россия)
- «Время новостей» (Россия)
- «Итоги» (Россия)
- «Русский Newsweek» (Россия)
- Lenta.ru (Россия)
- «Деньги и благотворительность» (Россия)
- «Бизнес и общество» (Россия)
- Financial Times (Великобритания)
- The New York Times (США)
- The Independent (Великобритания)
- The Washington Post (США)
- The Times (Великобритания)

Период публикаций: 01.01.2008 – 31.05.2009

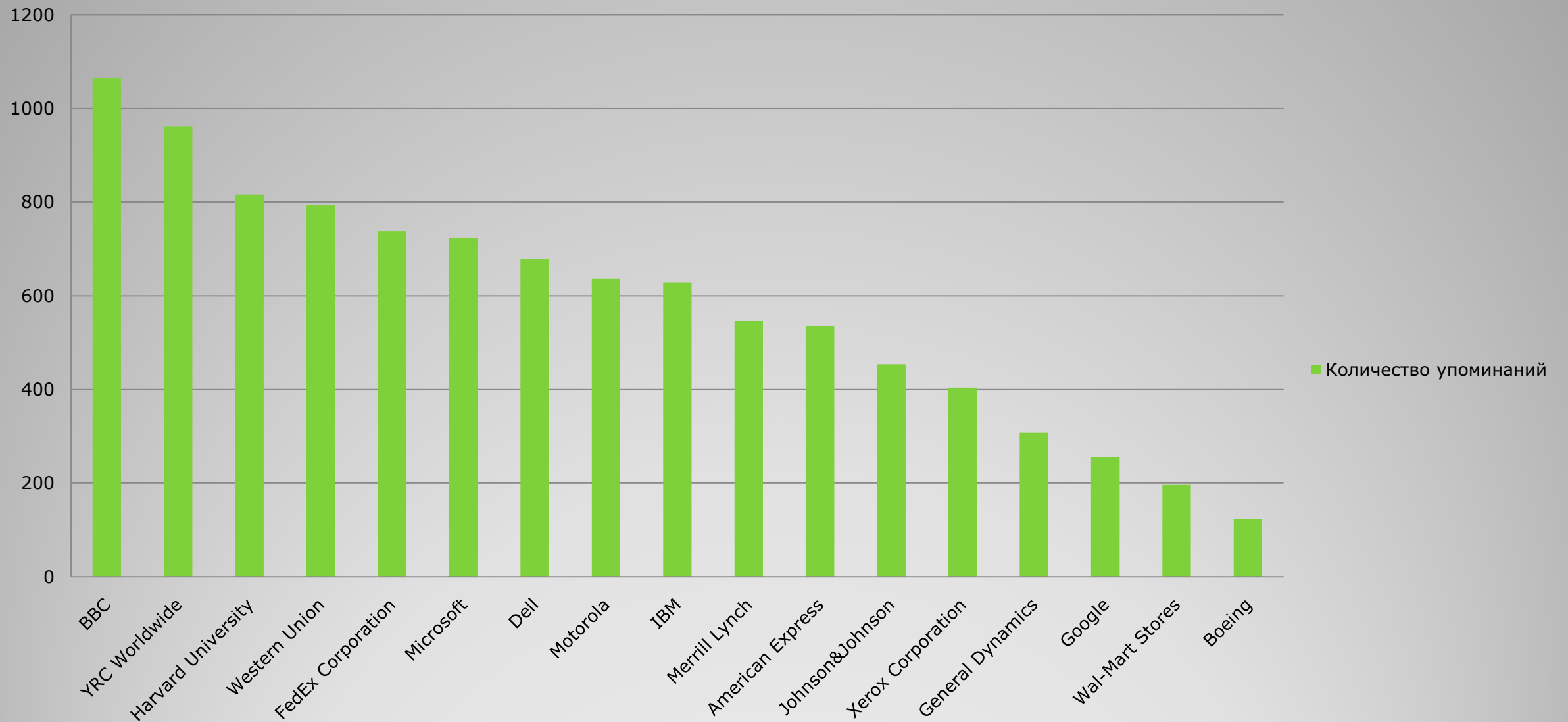
Мониторинг СМИ

Количество публикаций по темам исследования



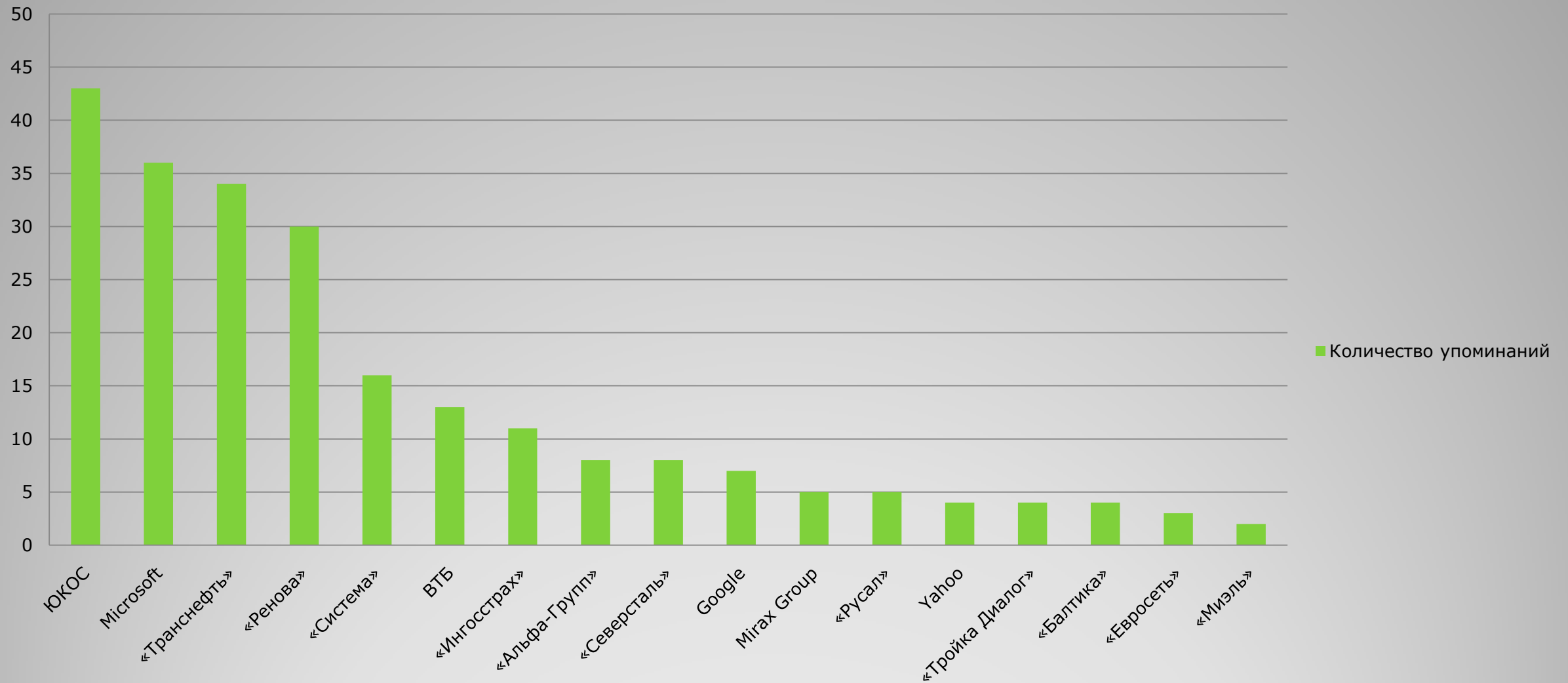
Мониторинг СМИ

Упоминание компаний в иностранных СМИ



Мониторинг СМИ

Упоминание компаний в российских СМИ



Мониторинг СМИ

Основные выводы

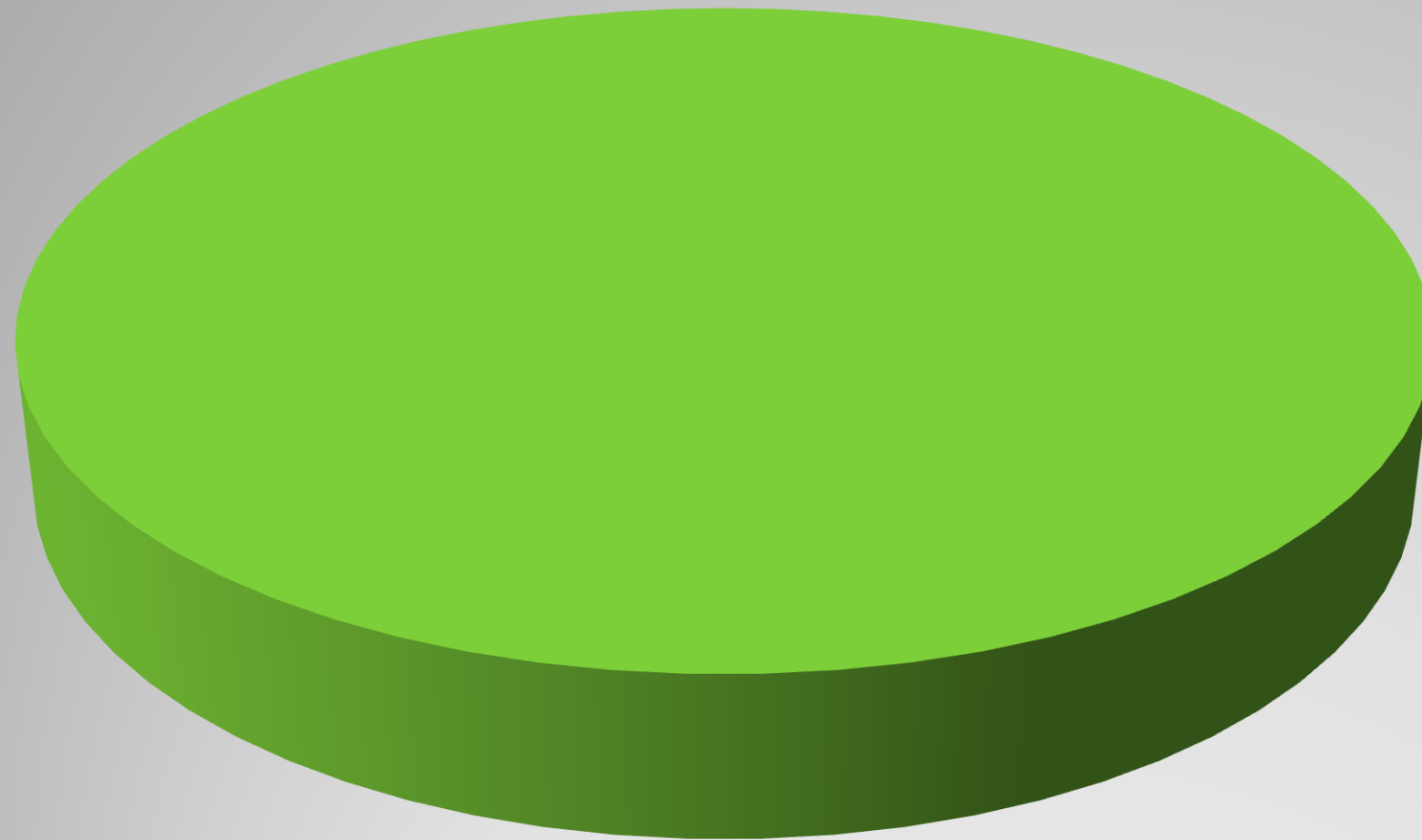
- Интерес российских СМИ к темам КСО и благотворительности низок: публикации чаще всего размещаются на тематических полосах либо имеют в своей основе скандальное событие либо светское мероприятие.
- Иностранные СМИ пишут о КСО и благотворительности не только больше, но и разнообразнее: здесь больше аналитики, распространен жанр story.
- Деятельность российских компаний в области КСО и благотворительности иностранными СМИ не упоминается вовсе, а российскими – чаще освещается либо на тематических страницах, либо в контексте скандала или светского мероприятия.
- Инициатором рассказа о деятельности компании в области КСО в России остается сама компания: либо ее глава дает интервью, либо публикуется пресс-релиз, либо устраивается светское мероприятие в благотворительных целях.

Мониторинг СМИ

- Выборка представителей российских СМИ для опроса производилась на основе мониторинга прессы. На разосланные анкеты откликнулись журналисты, пишущие о КСО, из следующих изданий:
- Коммерсантъ
- Известия
- Время новостей
- Деньги
- Итоги
- Lenta.ru
- Деньги и благотворительность
- Бизнес и общество

Опрос журналистов

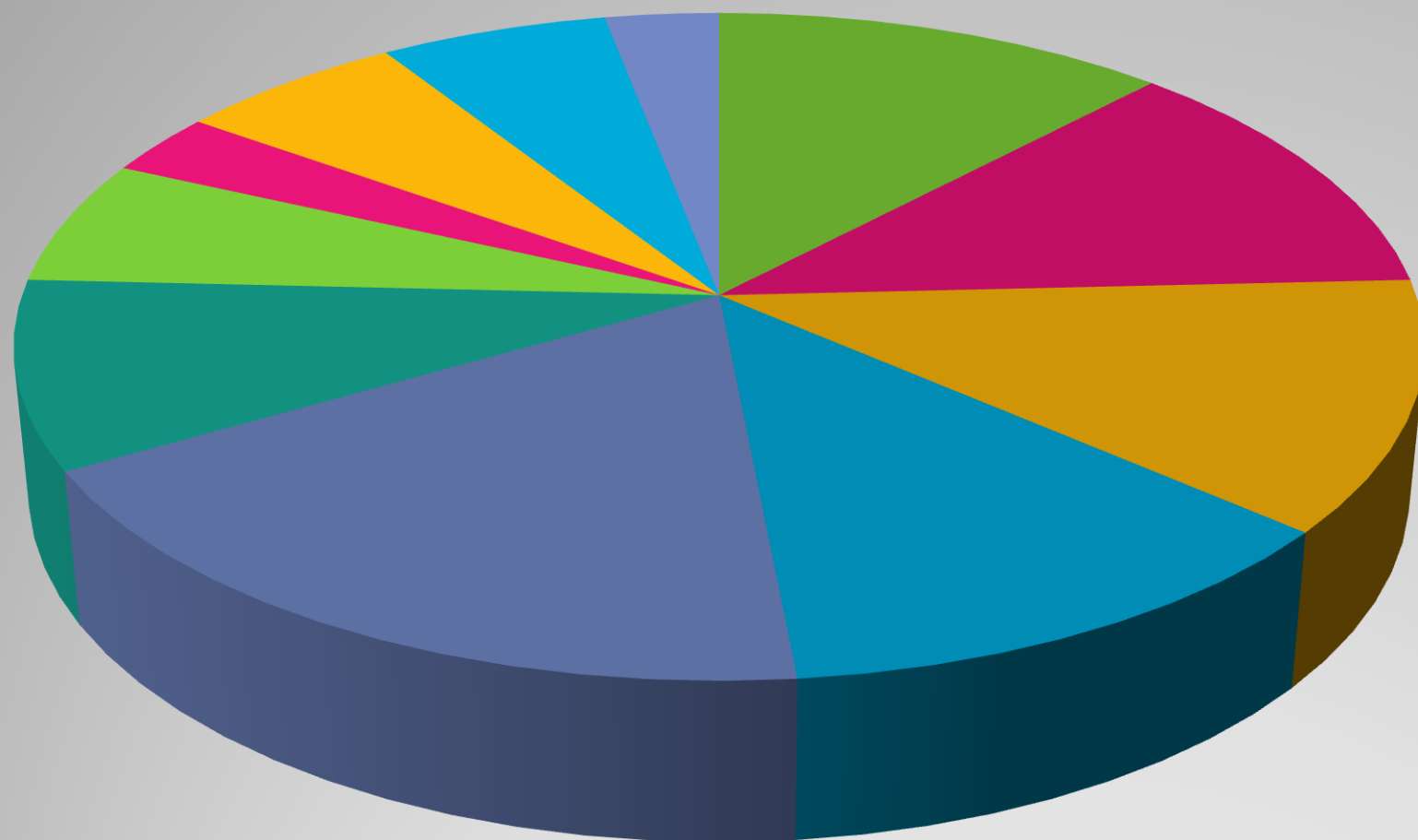
**Публикует ли Ваше издание материалы о социальной
деятельности бизнеса, благотворительности,
филантропии?**



- Да
- Нет
- Только на правах рекламы
- Затрудняюсь ответить
-

Опрос журналистов

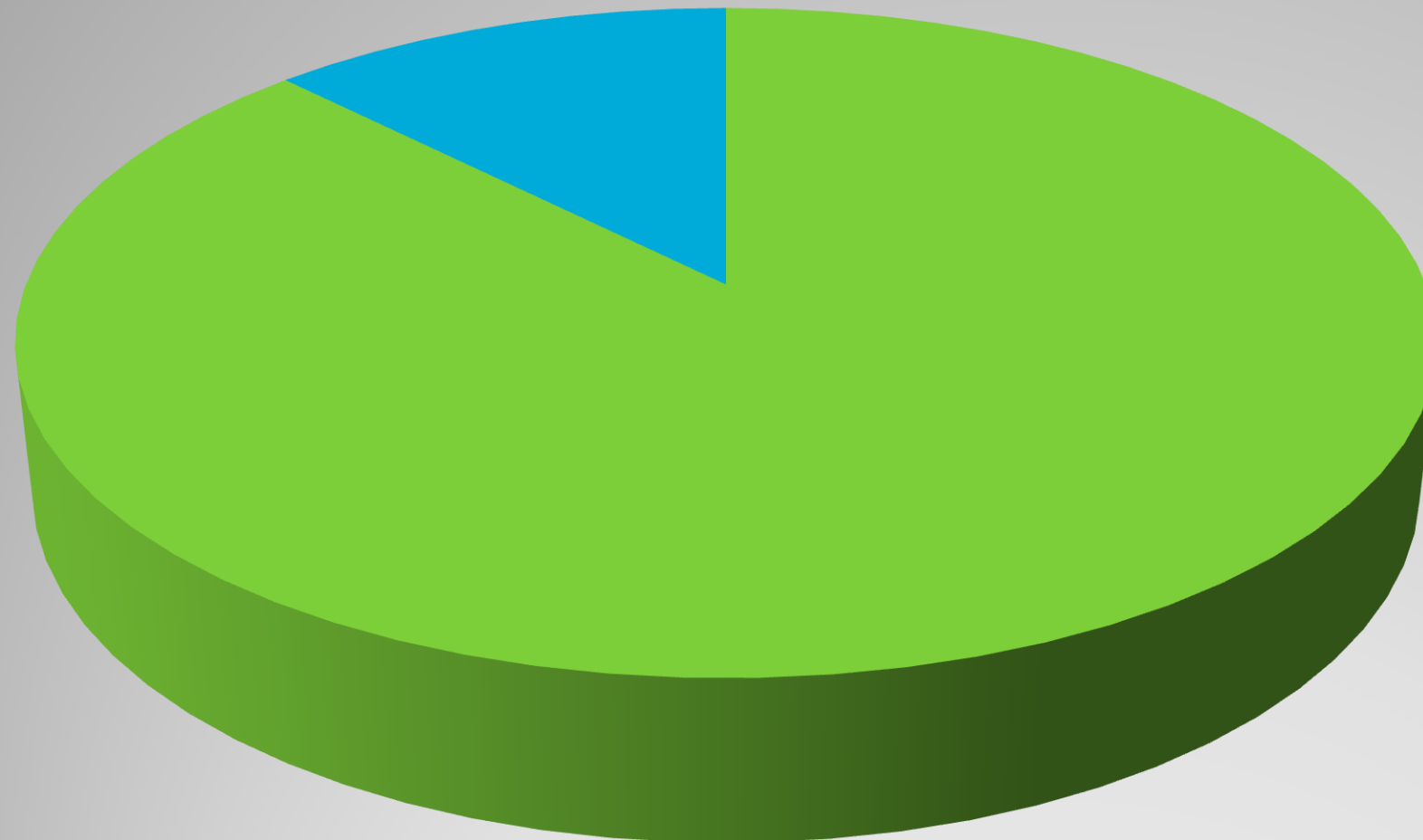
Что служит стимулом для написания материала?



- Проведение мероприятий - пресс-конференций, "круглых столов", брифингов, съездов и т.д.
- Высказывания ньюсмейкеров из числа политиков и представителей власти
- Высказывания ньюсмейкеров из числа бизнесменов и представителей некоммерческого сектора
- Пресс-релиз (обращение) компании, некоммерческой организации
- Наличие актуальной проблемы
- События, требующие негосударственной помощи
- Светские мероприятия
- Скандалы и происшествия
- Другое
- Обращение рекламного отдела
- Затрудняюсь ответить

Опрос журналистов

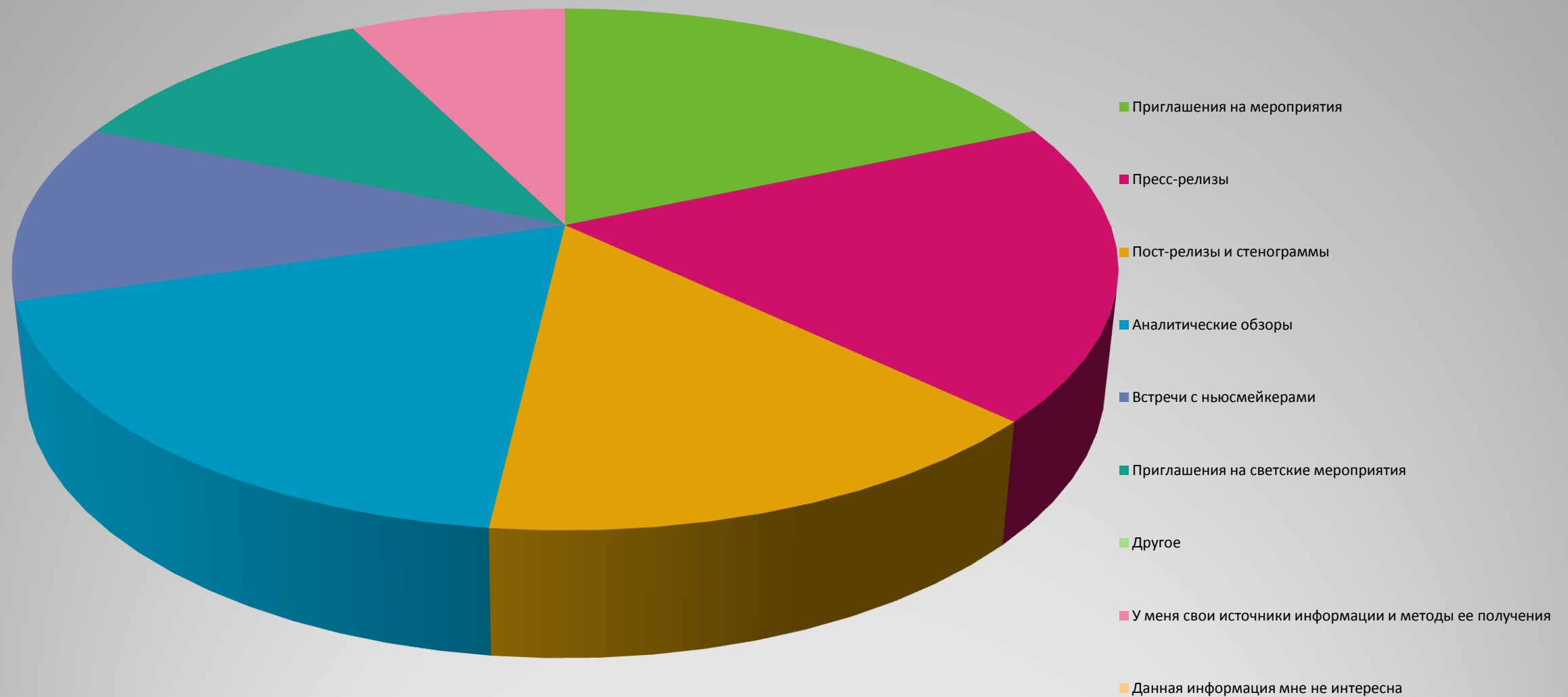
Интересны ли лично Вам темы КСО, благотворительности, филантропии?



- Да
- Нет
- Только как журналисту
- Только как частному лицу

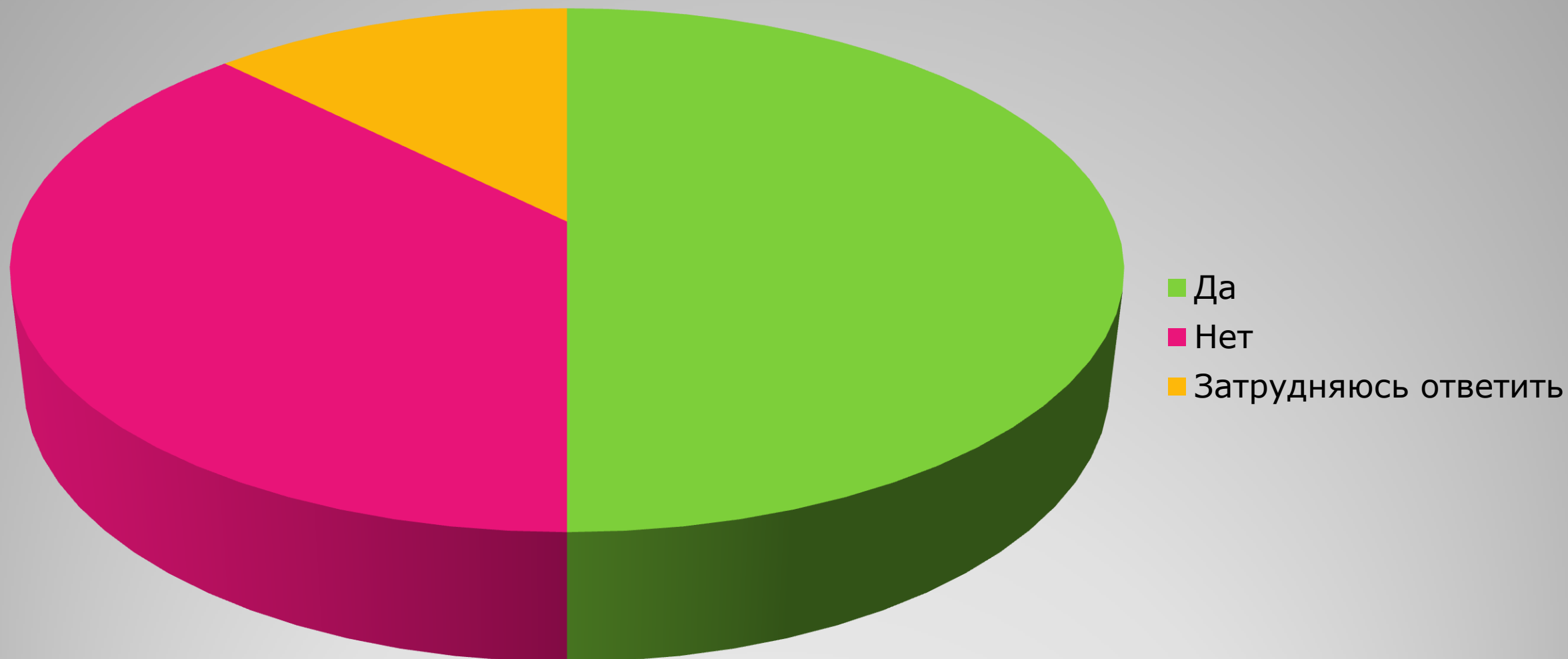
Опрос журналистов

В каком виде Вам интересно получать информацию?



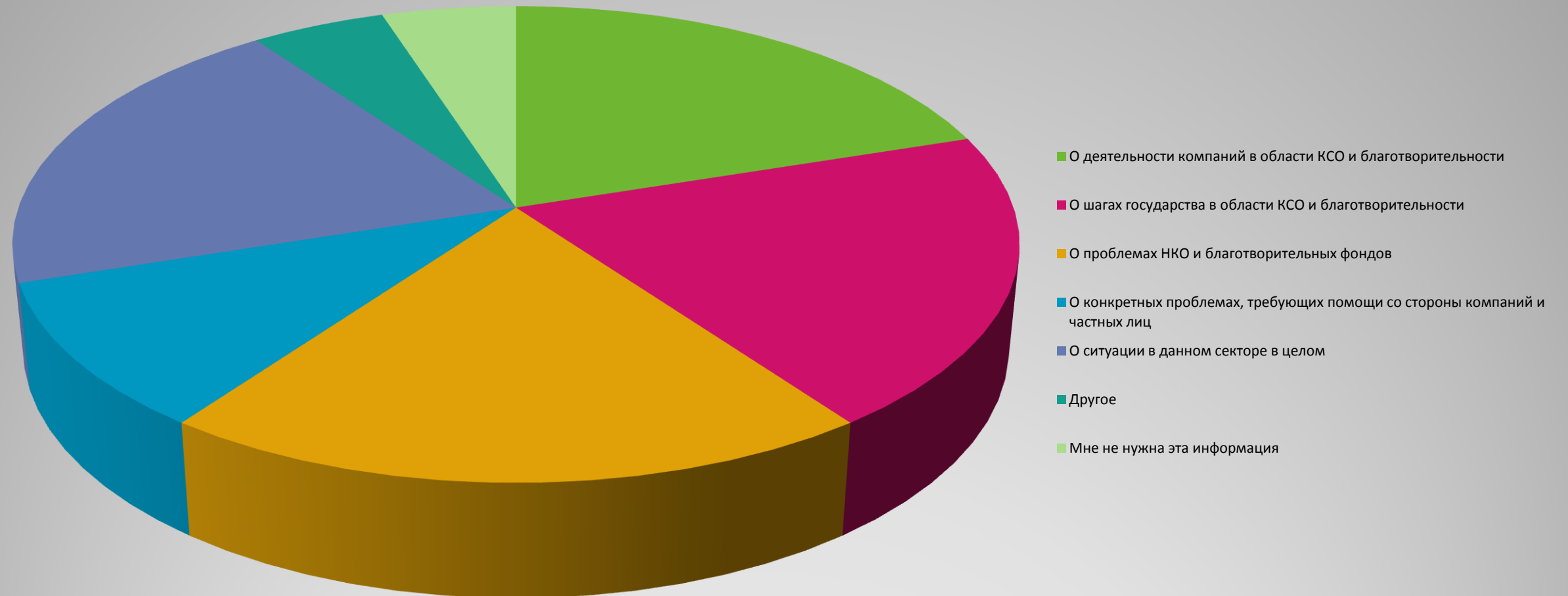
Опрос журналистов

Хватает ли Вам информации о социальной деятельности компаний?



Опрос журналистов

Какая информация Вам интересна?



Опрос журналистов

- Российские СМИ не считают темы КСО и благотворительности актуальными, хотя сами журналисты проявляют интерес
- Публикации о КСО и благотворительности в СМИ чаще информируют население, прежде всего, о действиях властей, а не служат вектором гражданской активности
- Информацию журналисты предпочитают получать из первых рук и в «профессиональной упаковке»

Общие выводы