



Электронная библиотека
Гражданское общество в России

Э. М. Бокова

Продвижение принципов
и практики корпоративной
социальной ответственности
в средствах массовой информации

Электронный ресурс

URL: <http://www.civisbook.ru/files/File/Bokova-2014.pdf>

Перепечатка с сайта Вестника Вятского
государственного гуманитарного
университета
<http://vggu.ru/content/vestnik>

URL:<http://www.civisbook.ru>

тромства учащейся молодежи, остается единственнообразным, несмотря на декларации о свободе выбора профессии и вариативности. Социально-профессиональная ориентация в образовательных учреждениях среднего образования проводится на низком уровне. В советский период школьные стенды и музеи украшали материалы о героях и передовиках труда, рабочих династиях, которыми гордились и на которые равнялись. Сегодня в российских образовательных учреждениях подобная форма воспитания и агитации на рабочие профессии отсутствует.

Примечания

1. Бабушкина Т. Молодежь на рынках труда и образовательных услуг // Человек и труд. 2004. № 6. С. 40.

2. Тихонова Н. Е. Динамика нормативно-ценостных систем россиян и перспективы модернизационного проекта // Общество – культура – человек: актуальные проблемы социологии культуры. Екатеринбург, 2012. С. 682.

3. Мельник В. В. Перспективы развития инновационной экономики региона (социологический анализ) // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры и образования. Екатеринбург, 2010. С. 197.

изданий. В свою очередь, данные статьи способствуют популяризации социальной политики предприятий, призывают к повышению ответственности бизнеса, транслируют опыт различных организаций и регионов в вопросах благотворительности, корпоративной социальной ответственности (далее – КСО) и прочих, артикулируют мнение властей и представителей бизнессообщества по данному вопросу и в целом призывают к обсуждению перспектив развития социальной политики.

В целях выявления основных направлений внимания печатных СМИ к различным сторонам социальной ответственности российского бизнеса было проведено исследование с применением метода контент-анализа. Выборка изданий была обусловлена спецификой анализируемой темы и читательской аудиторией СМИ, а также рейтингом цитируемости средств массовой информации, составленным компанией «Медиалогия» [1]. С 2008 г. лидирующие позиции занимают следующие федеральные издания: «Коммерсантъ», «Ведомости», «Российская газета», «Известия». По последним данным, представленным на сайте компании «Медиалогия», «Коммерсантъ» находится на первом месте.

УДК 316.4

Э. М. Бокова

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРИНЦИПОВ И ПРАКТИКИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

В статье анализируются темы, освещаемые в российских средствах массовой информации, связанные с корпоративной социальной ответственностью бизнеса.

In article subjects which are shined in the Russian mass media, connected with corporate social responsibility of business are analyzed.

Ключевые слова: социальная ответственность, благотворительность, донорство, устойчивое развитие, средства массовой информации, государственно-частное партнерство.

Keywords: social responsibility, charity, donorship, sustainable development, mass media, state-private partnership.

Исследовательский интерес к теме социальной политики обусловил внимание к проблеме ее освещения в российских средствах массовой информации (СМИ). Растущее требование общества к прозрачности и ответственности бизнеса, несомненно, отражается в публикациях деловых



Рейтинг федеральных печатных СМИ

Для анализа проблемы были использованы следующие федеральные интернет-версии печатных СМИ: интернет-портал «Российская газета» (www.rg.ru); «Известия» (www.izvestia.ru); ИД «Коммерсантъ» (www.kommersant.ru). Предпочтение федеральным СМИ региональным обусловлено следующими причинами: 1) небольшой выбор региональной деловой прессы, в том числе доступной для анализа; 2) незначительная доля статей в региональных СМИ, посвященных социальной политике; 3) обсуждение указанных вопросов в региональных СМИ часто носит рекламный характер.

В качестве единицы отбора была избрана статья. Генеральная совокупность включила все ста-

© Бокова Э. М., 2014

тии, опубликованные в указанных федеральных СМИ в период с 1 января 2008 г. по 1 сентября 2013 г. Для детального анализа исследуемая совокупность была разделена на 2 периода: с 1 января 2008 г. до 31 декабря 2010 г. – публикации отражают состояние «кризисного» общества; и с 1 января 2011 г. по 1 сентября 2013 г. – отражение проблем «посткризисного» периода.

Поисковый запрос строился по ключевому понятию «социальная ответственность» (единица анализа). На первом этапе выборка статей производилась при помощи автоматизированного поиска, далее следовал качественный анализ контента статей на предмет соответствия теме. За единицу счета был принят печатный знак. Итоговый объем анализируемых статей составил 451 591 печатный знак. Обработка полученных количественных данных осуществлялась при помощи программы Microsoft Office Excel.

В результате контент-анализа материалов были выявлены следующие тенденции. Наибольший объем материала по данной проблеме представлен на портале «Российская газета» (204 732 печатных знака). Это вполне объяснимо тем, что учредителем данного СМИ с момента основания является правительство РФ. Поэтому постоянными рубриками издания являются «Власть», «Экономика», «В регионах», «Общество» и другие. Важно также и то, что основную читательскую аудиторию издания составляют корпоративные подписчики (40 тыс.), 3,5 млн читателей и более молодая аудитория непосредственно портала www.rg.ru. 50% составляет доля читателей активного возраста. По данным исследования NRS-Россия 2012/1, проведенного компанией Gallup Media и представленного на сайте «Российской газеты», каждый номер издания читают 1 213,1 тыс. человек.

В ходе анализа было выявлено, что наиболее популярны статьи, контент которых непосредственно освещает проблему социальной политики, как правило, те, которые отражают отраслевые проблемы, касающиеся охраны окружающей среды и природопользования, ситуации в российских моногородах, поддержки культуры и образования. Активизация вопросов социальной политики в моногородах прежде всего было связана с финансовым кризисом 2008–2009 гг. и социально-экономическими мерами, предпринимаемыми предприятиями и органами власти. Такие статьи встречаются во всех анализируемых источниках.

Представим основные темы, так или иначе связанные с социальной политикой организаций, обсуждаемые в «Российской газете» за указанные периоды (см. табл. 1).

2011–2012 гг. характеризуются посткризисным этапом, в течение которого основным драйвером экономического роста оказалось потребление населения. Итогом сочетания данного процесса

и начавшегося сжатия трудовых ресурсов стал быстрый перегрев рынка труда. К концу 2012 г. уровень безработицы достиг 5,4% экономически активного населения. Основным источником роста доходов стало увеличение реальной заработной платы: темп прироста в 2012 г. составил 7,8% против 2,8% в предыдущий год [2].

Учитывая данные тенденции, обратимся к анализу указанных выше источников. Во-первых, обратим внимание на результаты, полученные в ходе анализа публикаций в «Российской газете».

Как видно из представленных данных, в период кризиса наиболее актуальными темами выступили следующие: поддержка и развитие бизнеса в регионах (15% от всего количества опубликованного за указанный период материала), поддержка благотворительной деятельности, социальных проектов, корпоративной социальной ответственности (14,1%), закрытие предприятий в моногородах (13,8%), а также примеры социальной ответственности бизнеса (12,4%), меры по борьбе с безработицей (12%).

Мировой финансовый кризис, охвативший все сферы экономики, оказал системное влияние на все сферы общества, при этом не просто ухудшил предпринимательский климат – в городах с монопрофильной экономикой он стал настоящим потрясением. В связи с этим возросла роль социальной ответственности бизнеса, особенно малого и среднего, функционирующего на подобных территориях. Государство задумалось над необходимостью поддержки благотворительной деятельности и социальных проектов, реализуемых предпринимательским сообществом. Уровень инфляции, рост безработицы и меры ее сокращения в кризисное время также на пике популярности, так как представляют интерес целевой аудитории и отражают реальные проблемы субъектов РФ.

В посткризисный период ситуация меняется. Как видно из представленных данных, кризисные темы «выходят» из числа приоритетных. Наиболее актуальными становятся темы, пропагандирующие корпоративное волонтерство, добровольчество (22,5%), социальную ответственность бизнеса (18,3%), а также меры по улучшению предпринимательского климата (14,6%). Появляются статьи, посвященные устойчивому развитию и экологизации промышленности (7–7,3%). Однако негативные моменты экономического развития и отсутствия единства в предпринимательском секторе отражены в статьях, посвященных проблеме вывода капитала за рубеж, связанных с офшорными сделками, что существенно снижает возможности социальных инвестиций (10,4%).

В целом можно отметить снижение количества опубликованных материалов, посвященных вопросам социальной политики: объем материалов, опубликованных в кризисный период, со-

ставил 129 471 знак (72,4%), в то время как в посткризисный период сократился почти в три раза и составил 49 379 знаков (27,6%).

Обратимся к материалам, представленным в газете «Известия» за аналогичный период (табл. 2).

Как видно из табл. 2, в газете «Известия», по сравнению с предыдущим изданием, значительно меньшее количество выявленных тем в течение обоих периодов. Наиболее часто встречающимися темами в период кризиса стали примеры социальной (32,2%) и инновационной (20,8%) ответственности бизнеса. Особую популярность здесь заняла тема инновационной ответственности бизнеса, предполагающая социальную активность группы наиболее предпримчивых людей, которым необходимо интегрировать достижения науки в поиске альтернативных путей выхода из кризиса и возможности «ставить экономику на инновационные рельсы». Несколько в меньшей степени обсуждаются проблемы безработицы (17,1%), вклада российского бизнеса в благотворительность (15,1%), а также обсуждение концепции КСО в организациях (14,8%).

В посткризисный период количество тем, связанных с социальной политикой, значительно уменьшилось (с пяти до трех), причем объем материалов уменьшился незначительно: с 29 899 знаков (58%) до 21 601 знака (42%). В то же время все заявленные темы презентуют позитивное видение перспектив развития социальной политики, связанное с необходимостью стимулирования КСО (41,9%), примерами реализации соци-

ально ответственного поведения различных компаний (37,8%), а также разработкой концепций корпоративной социальной политики (20,3%).

Например: «Сотрудничество “Северстали” с регионами в социальной сфере строится на основе стратегических программ. Особенно в таких областях, как занятость и профориентация, молодежная политика, здравоохранение, инвестиции в социальную инфраструктуру, поддержка культуры и спорта, помощь незащищенным слоям населения». А также: «В первом полугодии 2012 года банки потратили на благотворительность 4,5 млрд рублей, что составляет менее 1% от их прибыли (482 млрд рублей). Расходы игроков на меценатство увеличились по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 17,3%. Это следует из отчетности кредитных организаций, опубликованной на сайте Центробанка».

Рассмотрим результаты контент-анализа материалов газеты «Коммерсантъ» за указанные периоды (табл. 3).

Полученные данные свидетельствуют, что в материалах данной газеты, наоборот, в посткризисный период почти в два раза увеличивается количество тем (от четыре до семи) и в четыре раза объема статей – от 9264 знаков (19%) до 39595 знаков (81%), посвященных вопросам социальной политики.

Несмотря на незначительное количество материалов в кризисный период, темы соответствую-

Рейтинг тем, связанных с социальной политикой, «Российская газета»

№ п/п	Тема	Количество знаков	
		единиц	%
2008–2010 гг.			
1	Поддержка и развитие бизнеса в регионах	19 409	15,0
2	Поддержка благотворительной деятельности, социальных проектов, корпоративной социальной ответственности	18 278	14,1
3	Закрытие предприятий в моногородах	17 899	13,8
4	Социальные проекты, примеры социальной ответственности бизнеса	16 064	12,4
5	Безработица и меры ее сокращения	15 569	12,0
6	Охрана труда, медосмотры работников	11 601	9,0
7	Концепция корпоративной социальной политики	10 822	8,4
8	Уровень инфляции, дисбаланс цен	10 433	8,0
9	Поощрение донорства	9396	7,3
Всего		129 471	100
2011–2013 гг.			
1	Корпоративное волонтерство, добровольчество	10 902	22,5
2	Социальная ответственность бизнеса, примеры	8840	18,3
3	Меры улучшения предпринимательского климата	7060	14,6
4	Вывод средств через офшорные компании	5049	10,4
5	Концепция корпоративной социальной политики	4951	10,2
6	Примеры благотворительной деятельности	4634	9,6
7	Устойчивое развитие, индекс устойчивого развития	3548	7,3
8	Экологизация промышленности	3395	7,0
Всего		48 379	100

ют тенденциям анализируемого этапа. При закрытии предприятий, приостановке их деятельности, делении собственности, нехватке средств на оперативные расходы на первый план часто выходила такая проблема, как нарушение трудового законодательства (31,7%). Вторая по популярности проблема (24,5%) – социально-экономические показатели деятельности предприятий – тесно связана с предыдущей. В этот период также публикуются статьи с примерами социально ответственного поведения фирм (22,1%), а также вопросы закрытия предприятий (21,7%).

Ведущей темой посткризисного периода в газете «Коммерсантъ» становится тема социальной ответственности бизнеса, примеры реализации социальных проектов (39,6%), несколько меньше представлены материалы о взаимодействии бизнеса с местной властью по вопросам социальной политики (19,3%), а также примеры концепций корпоративной социальной политики (14,9%). В этот период затрагиваются проблемы, не обсуждаемые в предыдущих изданиях, в частности, связанные с повышением репутации фирмы в результате реализации социально ответственного поведения, и вопросы недобросовестной деловой практики (9,2%).

Представим единый рейтинг тем, связанных с социальной политикой организаций, по материалам всех трех изданий за указанные периоды (см. табл. 4).

Анализ данных показывает, что общее количество тем во всех трех изданиях в оба периода практически одинаковое (13), в то время как объем материала, посвященного различным вопросам социальной политики, в посткризисный период увеличивается почти в два раза – от 109 575 знаков (39,4%) в кризисный период до 168 634 знаков (60,6%) в посткризисный период.

Таким образом, мы наблюдаем, что в кризисный период в наиболее цитируемых средствах массовой информации популярными темами ста-

ли примеры КСО, а также проблемы, связанные с ростом безработицы в регионах.

И в том и в другом периоде на первом месте по популярности – тема реализации социальных проектов и примеры социальной ответственности предпринимательского сообщества (11,5% и 29,8% соответственно). Также прослеживаются темы разработки концепции корпоративной социальной политики (9% и 13,7% соответственно), необходимости стимулирования и поддержки КСО, благотворительности (10,8% и 8,3% соответственно).

Например, «в России сегодня существуют различные проявления корпоративного добровольчества. Это помочь в устройстве экологических объектов, сохранение памятников архитектуры, выезд в детские учреждения, помочь в ремонте, а также поддержка пожилых, инвалидов – вариантов масса. Большой популярностью пользуется также корпоративное донорство» [3].

В то же время в кризисный период озвучиваются такие актуальные меры социальной политики, как необходимость поддержки бизнеса в регионах; реализация охраны труда, медицинские осмотры работников; поощрение донорства; развитие инновационной ответственности бизнеса, необходимость оценки социально-экономических показателей предприятий. Также высказываются насущные проблемы, связанные с реализацией социальной политики либо порождающие необходимость усиления ее мер: закрытие предприятий (особенно в моногородах), высокая инфляция и дисбаланс цен, нарушение трудового законодательства.

В посткризисный период появляются темы, отражающие такие меры социальной политики, как корпоративное волонтерство, добровольчество; взаимодействие бизнеса и власти в вопросах социальной политики, ГЧП; меры улучшения предпринимательского климата.

Рейтинг тем, связанных с социальной политикой, «Известия»

Таблица 2

№ п/п	Тема	Количество знаков	
		единиц	%
2008–2010 гг.			
1	Социальные проекты, примеры социальной ответственности бизнеса	9621	32,2
2	Инновационная ответственность бизнеса	6217	20,8
3	Безработица и меры ее сокращения	5121	17,1
4	Вклад российского бизнеса в благотворительность	4512	15,1
5	Концепция корпоративной социальной политики и ответственности	4428	14,8
Всего		29 899	100
2011–2013 гг.			
1	Необходимость стимулирования КСО	9054	41,9
2	Социальная ответственность бизнеса, примеры	8173	37,8
3	Концепция корпоративной социальной политики	4374	20,3
Всего		21 601	100

Здесь в качестве одного из примеров можно отметить следующее высказывание: «Действительно, многое направлено на внешнее окружение компании и макросреду, но инструменты КСО (корпоративное волонтерство, благотворительность, филантропия и пр.) зачастую являются технологией, которая помогает руководству компанией решить вопрос “внутреннего счастья” сотрудников. Речь идет не только о создании комфортного психологического климата внутри коллектива, но и о новых механизмах вовлечения сотрудников в решение общих задач, стоящих перед компанией в частности и перед обществом в целом. Несомненно, в развитии и построении бизнес-структур роль руководителя компании всегда высока, и в решении использовать те или иные инструменты для продвижения своей компании тоже. Это в полной мере относится и к КСО» [4].

До сих пор в России единого подхода к пониманию социальной ответственности так и не выработано. Единственное, что можно с уверенностью утверждать, что любой бизнес, у которого нет собственных социальных целей, не имеет перспектив. В нашей стране обсуждение социальной ответственности бизнеса часто носит противоречивый характер, так как нет такого четкого понимания структуры КСО, бизнес-сообщество только начинает осваивать социальное направление деятельности.

Также начинают озвучиваться меры, способствующие повышению устойчивого развития предприятий и регионов, экологизации производства. Отмечается, что социальная политика становится фактором формирования позитивного имиджа (репутации) фирмы и устойчивого развития. Например: «Главными же стимулами распространения идеологии “устойчивого развития” остаются потребительские предпочтения более этичных товаров и услуг, дефицит ресурсов и законодательное и по-

литическое давление. Согласно данным отчета, лидером корпоративного устойчивого развития по-прежнему является Европа. Однако развивающиеся рынки также имеют несколько причин для инвестиций в такой подход к бизнесу. Нехватка чистой воды, экологическая деградация регионов — проблемы, которыми уже нельзя пренебрегать» [5].

«Модель формирования индексов построена на принципах ликвидности и капитализации. “В новом индексе основой формирования корзины станет корпоративная социальная ответственность компании как эффективный инструмент формирования устойчивого развития бизнеса в долгосрочной перспективе”, — говорит Георгий Чубрик. По его словам, за основу будут приняты такие критерии отбора, как социальная политика, экологическая и экономическая политика» [6].

«Социальная ответственность является непременным атрибутом выживания и устойчивого развития компании. Вопрос о необходимости корпоративной ответственности уже не стоит, сейчас главное для компаний — выбор стратегии и ключевых направлений» [7].

«Авторы доклада отмечают, что компании-лидеры демонстрируют готовность к изменениям, к выработке общих прогрессивных подходов. Хотя ситуация в российском бизнесе изменяется медленно. И если бизнес будет по-прежнему трактовать КСО как вынужденные потери, его стремление к “устойчивому развитию” может привести к “устойчивому отставанию”».

В целом федеральные средства массовой информации на протяжении последних пяти лет достаточно информативно представляют тематику социальной политики бизнеса. Наибольшее разнообразие обсуждаемых проблем в области социальной политики организации и корпоратив-

Таблица 3

Рейтинг тем, связанных с социальной политикой, «Коммерсантъ»

№ п/п	Тема	Количество знаков	
		единиц	%
2008–2010 гг.			
1	Нарушения трудового законодательства	2937	31,7
2	Социально-экономические показатели деятельности предприятий	2273	24,5
3	Социальные проекты, социальная ответственность бизнеса, примеры	2042	22,1
4	Закрытие предприятий	2012	21,7
Всего		9264	100
2011–2013 гг.			
1	Социальная ответственность бизнеса, опыт реализации социальных проектов, примеры	15 689	39,6
2	Взаимодействие бизнеса с местной властью	7629	19,3
3	Концепция корпоративной социальной политики	5641	14,2
4	Недобросовестная деловая практика	3649	9,2
5	Эффективность и формы ГЧП	3648	9,2
6	Имидж бизнеса, повышение репутации	3339	8,4
Всего		39 595	100

ной социальной ответственности отмечается в федеральном издании «Российская газета», причем именно в этом издании появляются темы, рассматривающие меры социальной политики в качестве условий устойчивого развития организаций и регионов, а также темы, касающиеся экологической ответственности бизнеса.

Несмотря на снижение напряженности в экономической сфере, общий объем публикаций, посвященных различным направлениям деятельности в рамках социальной политики, увеличивается, что свидетельствует об интересе менеджмента к данному виду корпоративной активности и наличии установки на повышение социальной ответственности.

Примечания

1. Рейтинги СМИ // Официальный сайт «Информационно-аналитическая система «Медиалогия». URL: <http://www.mlg.ru/ratings>, свободный (дата обращения: 13.08.2013)

2. Итоги 2012 года и прогноз экономического развития на среднесрочную перспективу. Обзор

макроэкономических тенденций № 73. Подготовлен в рамках программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2013 г. Москва, март 2013 г. / Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования. URL: <http://www.forecast.ru/_ARCHIVE/MONITORING/2013/mon2012.pdf>.

3. Носкова Е. Бизнес накапливает капитал // Российская бизнес-газета. 2012. 6 марта. URL: <http://www.rg.ru/2012/03/06/dobrovolchestvo.html>.

4. Березина Е. Филантропы начинают и выигрывают // Российская газета. URL: <http://www.rg.ru>, свободный (дата обращения: 14.08.2013).

5. Устойчивость приносит прибыль // Коммерсантъ. 2012. 16 мая.

6. Морозова Л. Финансы плюс ответственность // Российская газета. URL: <http://www.rg.ru>, свободный (дата обращения: 14.08.2013).

7. Мамонова Е. На общественных началах // Российская газета. URL: <http://www.rg.ru>, свободный (дата обращения: 14.08.2013).

Таблица 4

Обобщенный рейтинг тем, связанных с социальной политикой

№ п/п	Тема	Количество знаков	
		единиц	%
2008–2010 гг.			
1	Социальные проекты, социальная ответственность бизнеса, примеры	27 727	11,5
2	Безработица и меры ее сокращения	20 690	16,4
3	Закрытие предприятий, в том числе в моногородах	19 911	12,3
4	Поддержка и развитие бизнеса в регионах	19 409	11,8
5	Поддержка благотворительной деятельности, социальных проектов, корпоративной социальной ответственности	18 278	10,8
6	Концепция корпоративной социальной политики	15 250	9,0
7	Охрана труда, медосмотры работников	11 601	6,9
8	Высокая инфляция, дисбаланс цен	10 433	6,2
9	Поощрение донорства	9396	5,6
10	Иновационная ответственность бизнеса	6217	3,7
11	Вклад российского бизнеса в благотворительность	4512	2,7
12	Нарушения трудового законодательства	2937	1,7
13	Социально-экономические показатели деятельности предприятий	2273	1,3
Всего		168 634	100
2011–2013 гг.			
1	Социальные проекты, социальная ответственность бизнеса, примеры	32 702	29,8
2	Концепция корпоративной социальной политики	14 966	13,7
3	Корпоративное волонтерство, добровольчество	10 902	9,9
4	Необходимость стимулирования КСО, благотворительности	9054	8,3
5	Взаимодействие бизнеса с местной властью	7629	7,0
6	Меры улучшения предпринимательского климата	7060	6,4
7	Вывод средств через офшорные компании	5049	4,6
8	Благотворительность, примеры	4634	4,2
9	Недобросовестная деловая практика	3649	3,3
10	Эффективность и формы ГЧП	3648	3,3
11	Устойчивое развитие, индекс устойчивого развития	3548	3,2
12	Экологизация промышленности	3395	3,1
13	Имидж бизнеса, повышение репутации	3339	3,0
Всего		109 575	100