

**Роль корпоративной социальной ответственности в развитии норвежской
медиакомпания «Шибстед»**

Научный руководитель – Вартанова Елена Леонидовна

Простякова Вероника Алексеевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: prnixn@mail.ru

Норвегия - социально-ориентированная страна, в которой права работников соблюдаются строго в соответствии с законодательством, предприятия ежемесячно платят в государственную страховую компанию значительные суммы отчислений за своих сотрудников, бережно относятся к окружающей среде.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) является одним из востребованных инструментов корпоративного управления. Корпоративная социальная ответственность для компании, это, прежде всего, ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду [1].

Рассмотрим основные направления развития корпоративной социальной ответственности на примере самой крупной норвежской медиакомпания «Шибстед».

Средства массовой информации имеют большое влияние в современном обществе. Это, в свою очередь, накладывает определенные обязательства на сами СМИ, на их владельцев и сотрудников. Поэтому социальная ответственность перед, прежде всего, аудиторией является ключевой для «Шибстед». Самое важное в ряду корпоративной социальной ответственности для компании - ответственность за публикации, защита свободы слова и независимости редакций. Требование редакционной свободы и целостности являются нормативными для всех средств массовой информации компании, а именно: самые крупные газеты компании, «Афтенпостен» и «Верденс Ганг» должны иметь независимое редакционное управление, базироваться на христианских ценностях, на традициях норвежской культуры и демократических принципах. В соответствии с принципами, лежащими в основе публикаций газет, они должны предоставлять качественную и правдивую информацию аудитории, основываясь на принципах свободы и достоверности.

С 1996 года корпоративная социальная ответственность компании стала носить формализованный характер, были сформированы следующие направления развития КСО, результаты которых указаны во всех годовых отчетах: охрана окружающей среды и охрана внутренней среды, в которую входит не только социальное обеспечение работников (медицинское обеспечение, пенсионные и страховые выплаты), но и гендерное равенство, обучение молодых специалистов.

Таким образом, роль корпоративной социальной ответственности в деятельности компании является одним из ключевых направлений развития. Именно эффективная корпоративная политика дает возможность медиакомпания быть ответственной как перед

обществом, так и перед сотрудниками. КСО помогает компании сохранять доверие аудитории к медиапродуктам, и позволяет формировать заинтересованность среди сотрудников компании, привлекая их социальными гарантиями.

Литература

1. Дорожкина Т.В., Крутиков В.К., Аракелян С.А., Федорова О.В. Корпоративная социальная ответственность. Учебно-методическое пособие. Калуга: Изд-во «Эйдос», 2015. С.21

2. <http://www.schibsted.com/>