

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФІЛОЛОГІЇ ТА МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ



**СТУДІЇ З ІНФОРМАЦІЙНОЇ НАУКИ, СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
ТА ФІЛОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ СВІТІ**

Збірник матеріалів
II Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю

24 жовтня 2024 року

Київ – 2024

Редакційна колегія:

Ю.О. Демидова, кандидат педагогічних наук, доцент, проректор з науково-педагогічної роботи та молодіжної політики МДУ (голова),
І.В. Мельничук, кандидат філологічних наук, доцент,
декан факультету філології та масових комунікацій МДУ (заст. голови),
В.О. Кудлай, кандидат наук із соціальних комунікацій, завідувач кафедри інформаційної діяльності МДУ,
О.В. Євмененко, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри української філології МДУ,
І.О. Петрова, кандидат історичних наук, доцент кафедри інформаційної діяльності МДУ,
О.О. Федотова, доктор історичних наук, старший науковий співробітник, професор
кафедри інформаційної діяльності МДУ.

Затверджено на засіданні кафедри інформаційної діяльності
(протокол № 6 від 12.11.2024)

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет вченою радою факультету філології та масових комунікацій Маріупольського державного університету
(протокол № 3 від 12.11.2024)

Студії з інформаційної науки, соціальних комунікацій та філології в сучасному світі : зб. матер. II Всеукраїнської наук.-практ. конф. з міжнародною участю, м. Київ, 24 жовтня 2024 р. / Маріуп. держ. ун-т ; ред. Ю.О. Демидова, І.В. Мельничук; упоряд. В.О. Кудлай, О.В. Євмененко, І.О. Петрова, О.О. Федотова. – Київ : МДУ, 2024. – 416 с.

Збірник містить матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «СТУДІЇ З ІНФОРМАЦІЙНОЇ НАУКИ, СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ФІЛОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ СВІТІ», яка відбулася 24 жовтня 2024 року з ініціативи кафедри інформаційної діяльності Маріупольського державного університету.

В конференції взяли участь представники освітянської, наукової, фахової спільнот України та Європейського Союзу.

У тематичних напрямках учасниками конференції розглянуті актуальні питання інформаційної науки, соціальних комунікацій та філології в сучасному світі, інформаційні технології та інтернет ресурси у діяльності сучасних інформаційних агенцій, бібліотек, служб діловодства та архівів, виклики у підготовці фахівців з інформаційної, бібліотечної та архівної справи, культурології, філології, журналістики та інших, дотичних до соціальних комунікацій спеціальностей, особливості інформаційної та документознавчої діяльності, менеджменту та маркетингу у сфері соціальних комунікацій, культури та мистецтва, прикладних студій та інновацій в журналістиці, рекламі та зв'язках з громадськістю, інноваційних технологій в мовознавстві та літературознавстві, тенденцій розвитку україністики в умовах становлення інформаційного суспільства.

Видання адресоване науковцям, викладачам, здобувачам та усім, хто цікавиться сучасними проблемами розвитку інформаційної науки, філології, журналістики, документознавства, бібліотекознавства та архівознавства.

Відповідальність за зміст, достовірність, оригінальність поданих матеріалів несуть автори опублікованих у збірнику доповідей

© Автори тез, 2024

© МДУ, 2024

СЕКЦІЯ 7. ПРИКЛАДНІ СТУДІЇ ТА ІННОВАЦІЇ В ЖУРНАЛІСТИЦІ, РЕКЛАМІ ТА ЗВ'ЯЗКАХ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

UDC 316.77:659.4:174:355.02:070(477)(043.2)

Bezhotnikova Svitlana

/ Kyiv /

CORPORATIVE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE PUBLIC COMMUNICATIONS OF UKRAINIAN MEDIA IN THE TIME OF WAR

Corporate Social Responsibility (CSR) is a concept of global economy. It encourages businesses to operate ethically, promoting environmental protection, fair labor practices, and community well-being. CSR strengthens global trust, facilitates international cooperation, and aligns with frameworks like the **UN Sustainable Development Goals (SDGs)**, which emphasize corporate responsibility for economic growth, social justice, and environmental stewardship. By adopting CSR, businesses contribute to long-term global sustainability, helping create a more equitable and resilient world. CSR is important because it builds trust, enhances a company's reputation, promotes sustainability, and strengthens stakeholder relationships. In times of crisis, like war, CSR is vital as companies play a crucial role in supporting recovery, providing aid, and fostering societal resilience.

Ukraine has adopted ISO 26000, the international standard for Corporate Social Responsibility (CSR). ISO 26000 provides guidelines on how businesses and organizations can operate in a socially responsible manner. Unlike other ISO standards, it is not a certification, but rather a guidance document that helps organizations address social, environmental, and ethical issues. Among key aspects of ISO 26000: accountability, transparency, ethical behavior, respect for stakeholder interests, respect for the rule of law, respect for international norms, human rights, organizational governance with attention to human rights, labor practices, environment, fair operating practices, consumer issues, community involvement and development, stakeholder engagement. The standard highlights the importance of

involving stakeholders in CSR strategies to ensure their concerns and interests are addressed [1]. In addition to ISO 26000, some companies in Ukraine implement other related standards such as: ISO 14001 for environmental management, ISO 45001 for occupational health and safety management. These standards, along with ISO 26000, are used by companies aiming to align their operations with the best international practices in CSR and sustainability. Efforts to popularization and development of CSR practices in Ukraine are made by Ukrainian CSR Development Centre.

Several companies in Ukraine have adopted ISO 26000 and other CSR-related standards such as ISO 14001 (environmental management) and ISO 45001 (occupational health and safety). These companies are typically large, often with international operations or partnerships, among them: DTEK (Sector: Energy) Metinvest, (Sector: Steel and Mining), Nestlé Ukraine (Sector: Food and Beverage), Coca-Cola Beverages Ukraine (Sector: Beverage), ArcelorMittal Kryvyi Rih (Sector: Steel Production), Kyivstar (Sector: Telecommunications), Farmak (Sector: Pharmaceuticals), Obolon (Sector: Brewing and Beverage), Carlsberg Ukraine (Sector: Beverage), Raiffeisen Bank Aval (Sector: Banking and Financial Services) [2].

CSR of media organizations is a special topic, which depends upon the specificity of media industry in national context, media functions and the role of media in society. It becomes more crucial in the time of conflict, when the question of the media policy is an important part of national security issues. Traditional models of social responsibility of media organizations in the time of war are in the context of changeable environment and challenges of war time. For Ukrainian media organizations it is «significant losses during the war, which affected the working and living conditions of media specialists» [3] and their capabilities to development in general.

Media CSR has its own criteria. Using data from 253 experts in the communication area, study of Diana Ingenhoff, A. Martina Koelling verified the proposed instrument. Results show that corporate social responsibility in the media consists of three major constructions, namely credibility, usefulness and fairness. [4]

The objective of this research is to delineate the types of CSR activities of Ukrainian media organizations in the time of the Russian-Ukrainian war (2022-2024). A mixed-method research methodology was employed to summarize quantitative and

qualitative changes to identify media CSR activities in Ukraine in the time of war and mark dominating types. Qualitative changes in media organizations' policies during wartime were assessed by collecting data on media activities responding to the Russian invasion from the official websites of media organizations and typologized.

The CSR response of media organizations to the Russian-Ukrainian war (2022-2024) started in Ukraine much earlier than in other European countries. Prior to the invasion, after the Revolution of Dignity, there had already been 8 years of conflict in Eastern Ukraine and annexation of Crimea. In the situation of a growing threat to the national independence of Ukraine, the media played a crucial role in supporting national unity and the resilience of the Ukrainian nation. As a matter of fact, from the start of the active phase of the war, the media showed increased engagement in media governance and corporate social responsibility activities.

The peak of the media CSR response to the war in Ukraine falls in the first several months of the war. Most CSR initiatives have long-term duration. The focus of crowdsourcing and fundraising campaigns organized by the media was primarily on people from the war zone who lost their work, home, and relatives. In a wider perspective, some of the media CSR activities were more fully scaled, addressing society at large with a patriotic aim to unite the nation. However, from September 2022, the focus shifted more towards army support and strengthening the defence of the country, which helped to support the media reputation and gain trust from the audience.

According to the media CSR typology (Ingenhoff & Koelling, 2012), we can evaluate the balance between the fields of responsibility of media organizations using the database of this research. **Responsible for Society** CSR practices dominate the data, encompassing 75% of the whole dataset. Less represented are practices coded as **Editorial Responsibility** (35%), with some of them also codified as both **Responsible for Society** CSR practices and **Responsibility for Employees** CSR practices (15%). The last type, codified as **Responsibility for the Environment** CSR practices, is not presented in the CSR activities during wartime in Ukraine, as they are not widespread.

The war in Ukraine has underscored the critical role of Corporate Social Responsibility, as businesses, including media companies, have adapted their

practices to address urgent societal needs. By supporting humanitarian efforts, promoting truthful information, and protecting journalists, CSR has become a vital tool for social resilience. On a broader scale, CSR reflects a company's commitment to ethical principles and long-term sustainability, which not only benefits local communities but also aligns global standards for responsible business, contributing to a more sustainable and equitable future.

References

1. ISO 26000 URL: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>. Date of access 18.10.2024.
2. CSR centre in Ukraine. Official website. <https://csr-ukraine.org/> Date of access 18.10.2024.
3. Cherniavska, L. (2022). Social Responsibility of the Media in the Conditions of the Russian-Ukrainian War. *Social Communications*, 51(3), 59-65. [http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.3\(51\).8](http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.3(51).8).
4. Lee, C., Sung, J., Kim, J., Jung, I., & Kim, K. (2016). Corporate social responsibility of the media. *Information Development*, 32, 554 - 565.
5. Carroll, A. B. (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1, 1-8. <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6>.
6. Carroll, A. B. (2021). Corporate Social Responsibility: Perspectives on the CSR Construct's Development and Future. *Business and Society*, 60(6), 1258-1278. <https://doi.org/10.1177/00076503211001765>.
7. Cherniavska, L. (2022). Social Responsibility of the Media in the Conditions of the Russian -Ukrainian War. *Social Communications*, 51(3), 59-65. [http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.3\(51\).8](http://dx.doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.3(51).8).
8. Clancey-Shang, D., & Fu, C. (2024). CSR disclosure, political risk and market quality: Evidence from the Russia-Ukraine conflict. *Global Finance Journal*, 60, 100938. <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2024.100938>
9. Coombs, T. W., & Holladay, S. J. (2011). *Managing Corporate Social Responsibility: A Communication Approach*. Wiley-Blackwell. <http://dx.doi.org/10.1002/9781118106686>.