



ევროკავშირი
საქართველოსთვის
The European Union for Georgia



ჟურნალისტების კონკურსის კონცეფცია

„სამოქალაქო საზოგადოების განვითარების ინიციატივა“

საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი

თბილისი, 2018



მედია კონკურსი „ჟურნალისტები კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობისთვის“

1. ინფორმაცია კონკურსის შესახებ

„საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი“ პროექტის „სამოქალაქო საზოგადოების განვითარების ინიციატივა“ ფარგლებში იწვევს ჟურნალისტებს, ბლოგერებს და მედია-ორგანიზაციებს, მონაწილეობა მიიღონ ჟურნალისტური ნამუშევრების კონკურსში „**ჟურნალისტები კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობისთვის**“.

კონკურსის მიზანი

კონკურსის მიზანია ქართულ მედია სივრცეში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის აქტიური და სწორი გაშუქების ხელშეწყობა, ამ გზით კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ ცნობიერების ამაღლება და საზოგადოების მხრიდან კონცეფციის მართებული აღქმის დამკვიდრება.

ინფორმაცია, რომელიც შეიძლება გამოგადგეთ მასალის მომზადების პროცესში:

რა არის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა

ბიზნეს კომპანიების საქმიანობა დიდ ზეგავლენას ახდენს საზოგადოებასა და გარემოზე. სხვადასხვა შემთხვევაში ეს ზეგავლენა შეიძლება მნიშვნელოვნად განსხვავდებოდეს.

საზოგადოების ცნობიერების ამღლებასთან ერთად გაჩნდა ბუნებრივი მოთხოვნა, რომ ბიზნესმა არ იზრუნოს მხოლოდ საკუთარ მოგებაზე და საზოგადოებასაც მოუტანოს სიკეთე. თავის მხრივ, კომპანიებიც ხვდებიან, რომ პასუხისმგებლობის აღება და საზოგადოებაზე ზრუნვა სასიკეთოდ აისახება მათ საქმიანობაზეც.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა (Corporate Social Responsibility / CSR) ანუ ბიზნესის პასუხისმგებლობა საზოგადოების წინაშე (ბიზნესის პასუხისმგებელი ქცევა), წარმოადგენს ბიზნესის პასუხისმგებლობას იმ ზეგავლენაზე, რომელსაც ორგანიზაცია თავისი საქმიანობით ახდენს საზოგადოებასა და ბუნებრივ გარემოზე. ეს არის ბიზნესის ნებაყოფლობითი გადაწყვეტილება საკუთარ თავზე აიღოს უფრო მეტი პასუხისმგებლობა, დააკმაყოფილოს საქმიანობის უფრო მაღალი სტანდარტები, ვიდრე მას კანონით ეკისრება, იმოქმედოს ეთიკურად, გაითვალისწინოს საზოგადოების მოლოდინები, დადებითი ზეგავლენა მოახდინოს თავის სამუშაო, სოციალურ და ბუნებრივ გარემოზე.

შესაბამისად, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა მოიცავს კომპანიის პასუხისმგებლობას თანამშრომელთა მიმართ, საზოგადოების მიმართ, მომხმარებლების, მომწოდებლების და კონკურენტების მიმართ, ეთიკურ და გამჭვირვალე ბიზნეს საქმიანობას, გარემოს დაცვას და ადამიანის უფლებების დაცვას.

სწორედ ამ კომპონენტების ერთობლიობა ქმნის პასუხისმგებელ ბიზნესს.

სამწუხაროდ, საქართველოში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა ხშირად აღქმულია, როგორც ქველმოქმედება. შესაბამისად, მოსახლეობაც და კომპანიებიც მეტწილად კორპორაციული პასუხისმგებლობის ხარისხს ზომავენ საქველმოქმედო აქციებისა და ამაში დახარჯული თანხის რაოდენობით. ეს აღქმა მცდარია. ქველმოქმედება ბიზნესის პასუხისმგებლობის მხოლოდ ერთი მცირე ნაწილია. სოციალური პასუხისმგებლობა არ ნიშნავს აუცილებლად ფინანსური დახმარების გაწევას, ეს არის კომპანიის სტრატეგიისა და საქმიანობის განუყოფელი ნაწილი, კომპანიის საქმიანობის ახლებური მოდელი, რომელიც უკავშირდება ბიზნესის ეკონომიკური წარმატების უზრუნველყოფას, კომპანიის საქმიანობაში სოციალური და გარემოსდაცვითი განზომილებების გათვალისწინებით.

კონკურსის მიზანია **კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის** კონცეფციის სწორი გააზრების ხელშეწყობა.

დამატებითი ინფორმაცია კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ იხილეთ [თანდართულ ფაილად](#).

კონკურსის კატეგორიები და პრიზები

კონკურსის შედეგად გამოვლინდება ხუთი (5) გამარჯვებული მედია მასალა შემდეგ კატეგორიებში:

1. **სტატია** (ბეჭდური ან ონლაინ მედიით გასული სტატია);
2. **სატელევიზიო მასალა**;
3. **მულტიმედია, ვიდეო მასალა** (ონლაინ მედიაში გამოქვეყნებული ვიდეო, ანიმაცია ან სხვა ტიპის მულტიმედია მასალა);
4. **რადიო მასალა** (აუდიორეპორტაჟი, გადაცემა ან რუბრიკა);
5. **ბლოგი**.

თითოეულ კატეგორიაში გამოვლინდება ერთი გამარჯვებული მედია მასალა, სადაც საუკეთესოდ წარმოჩინდა კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის საკითხები.

თითოეულ ნომინაციაში გამარჯვებულს გადაეცემა ფულადი პრიზი 2000 ლარის ოდენობით.¹

მნიშვნელოვანია! ყიური უფლებას იტოვებს, არ გამოავლონოს რომელიმე კატეგორიაში გამარჯვებული, თუ წარმოდგენილი ნაშრომები არ დააკმაყოფილებს კონკურსის პირობებს და შეფასების კრიტერიუმებს.

¹ მითითებულია ხელზე გასაცემი თანხა. გადასახადების ადმინისტრირებას მოახდენს კონკურსის ორგანიზატორი საქართველოს კანონმდებლობის თანახმად.

კონკურსის მოთხოვნები

საკონკურსოდ წარმოდგენილი მასალა გამოქვეყნებული/გასული უნდა იყოს კონკურსის გამოცხადების შემდეგ, 22 მაისიდან 22 ოქტომბრამდე პერიოდში საქართველოში რეგისტრირებულ მედია საშუალებაში ან ბლოგის მეშვეობით.

კონკურსის დაწყებამდე გამოქვეყნებული/გასული მასალა არ განიხილება.

აპლიკანტს უფლება აქვს საკონკურსოდ წარმოადგინოს ერთი ან მეტი ნამუშევარი.

ერთი და იგივე ნამუშევარი მხოლოდ ერთ კატეგორიაში განიხილება.

საკონკურსოდ მიიღება მხოლოდ საქართველოს მედია-საშუალებებით გავრცელებული მასალა.

საკონკურსოდ წარმოდგენილი ნამუშევარი უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ მოთხოვნებს:

- მედია მასალა უნდა შეეხებოდეს კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფციას, ან მის ერთ-ერთ ან რამდენიმე თემას/ქვეთემას (მაგ. კორპორაციული პასუხისმგებლობის ერთ-ერთი თემაა შრომითი უფლებები; ამ თემის ქვეთემებია - თანამშრომელთა ჯანმრთელობა და უსაფრთხოება; თანამშრომელთა პროფესიული განვითარება; თანამშრომელთა სოციალური დაცვა და ა. შ.). თემებისა და ქვეთემების ჩამონათვალი იხილეთ [თანდართულ ფაილად](#).
- მედია მასალაში კომპლექსურად და სიღრმისეულად უნდა იყოს გაშუქებული საკითხი, კერძოდ, იგი არ უნდა მიემდინას მხოლოდ რომელიმე ერთი კონკრეტული მაგალითის განხილვას, არამედ კომპლექსურად განხილული უნდა იყოს საკითხი ან პრობლემა სხვადასხვა მასალისა და მაგალითის გამოყენებით (მაგ. ნამუშევარი არ უნდა შემოიფარგლოს ერთი კონკრეტული ორგანიზაციის მიერ ადგილობრივი წყალსატევების დაბინძურების, ან ნარჩენი წყლების გაფილტრვის შემთხვევის განხილვით, არამედ უნდა განიხილოს როგორია კომპანიათა პასუხისმგებელი ქცევა წლის რესურსების მართვის/წყლის დაბინძურების პრევენციის კუთხით ზოგადად და ა. შ.).
- მედია მასალაში ნახსენები უნდა იყოს ტერმინი „კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა“ და წარმოჩენილი იყოს მისი კავშირი ნამუშევარში განსახილველ საკითხთან.
- მედია მასალაში წარმოდგენილი / განხილული უნდა იყოს კომპანიათა პასუხისმგებელი ქცევის საერთაშორისო მაგალითები გასაშუქებელ თემასთან / საკითხთან დაკავშირებით (მაგ. როგორია ბიზნესის პასუხისმგებელი ქცევა ნამუშევარში წამოწეულ კონკრეტულ საკითხთან / პრობლემასთან მიმართებით).
- მედია მასალაში დაცული უნდა იყოს კონფიდენციალობა: საქართველოში მოქმედ / რეგისტრირებულ კომპანიათა ქცევის და ქმედებების განხილვისას, არ ხდება კონკრეტულ კომპანიათა დასახელება არც ნეგატიური, არც პოზოტიური მაგალითების გაშუქებისას.
- მედია მასალა უნდა იყოს დაბალანსებული.

- მედია მასალაში დაცული უნდა იყოს ჟურნალისტიკის სტანდარტები და ეთიკის კოდექსი.

ნაშრომი, რომელიც არ დააკმაყოფილებს მითითებულ პირობებს, არ განიხილება საკონკურსოდ.

კონკურსში მონაწილეობის უფლება

კონკურსში მონაწილეობის მიღება შეუძლია ნებისმიერ საქართველოს მოქალაქეს (ჟურნალისტს/ბლოგერს), რომელმაც საკონკურსოდ წარმოდგენილი მასალა გამოაქვეყნა საქართველოში რეგისტრირებულ მედია-საშუალებებში ან ბლოგში.

კონკურსზე დაიშვება ჯგუფური ნამუშევრებიც.

კონკურსის ვადები:

ნამუშევრების მიღების ბოლო ვადაა 22 ოქტომბერი. დაგვიანებული განაცხადები არ განიხილება.

გამარჯვებული გამოვლინდება განაცხადების მიღების დასრულებიდან 2 თვის ვადაში.

საპროექტო განაცხადის წარდგენა:

საკონკურსოდ წარმოდგენილი უნდა იყოს:

- შევსებული სააპლიკაციო ფორმა;
- საკონკურსო ნამუშევარი ელექტრონული ფორმით;
- საკონკურსოდ წარმოდგენილი ნამუშევრის ბმული (გაზეთის შემთხვევაში დასკანირებული ვერსია)
- მედია-საშუალების პასუხისმგებელი პირის (პროდიუსერის, რედაქტორის ან მედია საშუალების ხელმძღვანელის) ხელმოწერილი თანხმობა მედია-ნამუშევრის კონკურსში წარსადგენად (თანხმობის წერილის ნიმუში იხილეთ თანდართულ ფაილად)
- კონკურსანტის პირადობის მოწმობის დასკანერებული ასლი;
- უცხოურ ან საქართველოში მცხოვრებ ეთნიკურ უმცირესობათა ენებზე წარმოდგენილ მასალას თან უნდა ახლდეს ქართული თარგმანი.

ნამუშევრის საკონკურსოდ წარდგენა შესაძლებელია ელ-ფოსტის საშუალებით შემდეგ მისამართზე: mediacsrdg@gmail.com

გზავნილის თემად მითითებული უნდა იყოს: „საკონკურსო მასალა“. გთხოვთ დაელოდოთ დადასტურებას იმის თაობაზე, რომ განაცხადი მიღებულია.

საკონკურსო ნამუშევრების შეფასების პროცესი და კრიტერიუმები

საკონკურსოდ წარმოდგენილ ნამუშევრებს შეაფასებს სპეციალურად კონკურსისთვის დაკომპლექტებული ჟიური.

ჟიურის წევრთა ვინაობა ცნობილი გახდება დაჯილდოების ცერემონიაზე.

შეფასების კრიტერიუმები

1. მედია მასალაში კომპლექსურად და სიღრმისეულად არის გაშუქებული კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფცია, ან მისი ერთ-ერთი ან რამდენიმე თემა / ქვეთემა - 20 ქულა.
2. ნამუშევარში სწორად და ადეკვატურად არის წარმოჩენილი განხილული საკითხის / თემის კავშირი „კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის“ კონცეფციასთან - 20 ქულა.
3. მედია მასალაში წარმოდგენილი / განხილული კომპანიათა პასუხისმგებელი ქცევის საერთაშორისო მაგალითები შესაბამისობაშია გასაშუქებელ თემასთან / საკითხთან - 20 ქულა.
4. ნამუშევარი ადვილად აღქმადი და გასაგებია მაყურებლის, მსმენელის ან მკითხველითვის - 20 ქულა.
5. ნამუშევარი ორიგინალურია, კრეატიული და ფასეულია შემოქმედებითი თვალსაზრისით - 20 ქულა.

4. დამატებითი ინფორმაცია აპლიკანტებისთვის

კითხვები

შესაძლო კითხვები კონკურსის მონაწილეებმა უნდა გამოგზავნონ მისამართზე mediacsrdg@gmail.com. ჩვენ მაქსიმალურად სწრაფად შევეცდებით გაგცეთ პასუხი.

ინფორმაცია კონკურსის განმახორციელებელი ორგანიზაციის შესახებ

„საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრი“ საზოგადოებრივი, არამომგებიანი, არაპოლიტიკური ორგანიზაციაა, რომელიც 1995 წელს შეიქმნა და გააჩნია სამოქალაქო სექტორში წარმატებული მუშაობის 22 წლიანი გამოცდილება. ცენტრი წლების განმავლობაში ეფექტურად საქმიანობს ქვეყნის განვითარებისთვის ისეთ მნიშვნელოვან სფეროებში, როგორცაა: სამოქალაქო საზოგადოების განვითარება, ეკონომიკა და სოციალური პოლიტიკა, გარემოს დაცვა, დეცენტრალიზაცია, მომხმარებელთა უფლებები, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა და სოციალური მეწარმეობა. დამატებითი ინფორმაციისთვის იხილეთ www.csrdg.ge ; <https://www.facebook.com/CSRDG/>

დამატებითი შეკითხვების შემთხვევაში დაგვიკავშირდით: chitashvili.maiko@gmail.com

საკონტაქტო პირი: მაია ჩიტაშვილი

ტელ: 593 260609.

პროექტის შესახებ

მიმდინარე კონკურსი ტარდება პროექტის „სამოქალაქო საზოგადოების განვითარების ინიციატივა“ (2017-2020) ფარგლებში, რომელსაც ახორციელებს კონსორციუმი კონრად ადენაუერის ფონდის ხელმძღვანელობით. კონსორციუმში ასევე შედის ოთხი ქართული სამოქალაქო ორგანიზაცია: სამოქალაქო საზოგადოების ინსტიტუტი, კონსულტაციისა და ტრენინგის ცენტრი, საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, ქუთაისის განათლების განვითარების და დასაქმების ცენტრი.

პროექტი დაფინანსებულია ევროკავშირისა და გერმანიის ეკონომიკური თანამშრომლობის სამინისტროს მიერ.

