

АНКЕТА НОМИНАНТА
НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ В ОБЛАСТИ МЕДИАБИЗНЕСА
«МЕДИА-МЕНЕДЖЕР РОССИИ»
НОМИНАЦИЯ «ЗА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И СОЦИАЛЬНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
МЕДИАБИЗНЕСА»
Дата проведения: 03 июля 2025 года, город Москва

НОМИНАНТ

ФИО (полностью)	Шахнес Татьяна Юрьевна
Название компании	ООО «ЛГ Электроникс РУС»
Должность	Старший директор по PR и ESG проектам

НОМИНАЦИИ ДЛЯ ВЫДВИЖЕНИЯ

(За устойчивое развитие и социальную ответственность медиабизнеса)

Лауреатов в данной номинации определяет Экспертный совет номинации «За устойчивое развитие и социальную ответственность медиабизнеса», в который входят представители НКО и лауреаты прошлого года в данной номинации.

За организацию и проведение собственных мероприятий в сфере социальной ответственности

ДОСТИЖЕНИЕ, ИДЕЯ:

За проактивную просветительскую деятельность среди молодого поколения в сфере медиабизнеса и креативных индустрий.

РЕЗУЛЬТАТ:

В 2022 году, когда многие иностранные компании перешли в режим «тишины» или покинули страну, Татьяна предлагает LG, в которой работает три десятка лет и имеет педагогическое образование, обратиться к различным сегментам образования с помощью в наставничестве, профориентации и обучении социальным проектам. Это легло в основу Просветительского марафона, который "прирастает" год от года все большим количеством образовательных кластеров, расширением географии, вовлечением молодежи в различные социальные и экологические инициативы LG.

Чрезвычайно важно, что, работая со СМИ с 1994 года, каждое мероприятие получает сопровождение ВУзовских СМИ и соцсетей, более того отдельное внимание уделяется медиаклубам профильных факультетов.

https://vk.com/wall-131096537_4606

<https://rutube.ru/video/177ecc7471ed5bbdf53b647f398637b3/>

https://m.vk.com/video149407530_456239892

Помимо образовательных СМИ проект вызывает интерес у общественно-политических, научно-популярных, технологических СМИ, так как данная инициатива проводится исключительно PRO BONO.

<https://ixbt.pro/news/2025/04/28/prosvetitel'skii-marafon-lg.html>

Татьяна активно вовлекается также в экспертизу, став членом государственной аттестационной комиссии в МГУ и РГГУ, а также поддерживая ВУзовские премии: PRактика, ДоброМедиа.

<https://xn--80abibetzobt.xn--p1ai/tpost/9k16pfmvh1-eksperti-dobromedia-shahnes-tatyana>

Находясь на связи с молодежью, были созданы Telegram каналы для коммуникации с Gen Z разных ВУЗов и школ: >30

Так, общее количество образовательных ивентов достигло 250, охватив более 50

образовательных кластеров в целом. В 2024 году было проведено 89 мероприятий, что на 13% больше по сравнению с 2023 годом и на 170% — с 2022.

Помимо расширения аудитории, в 2024 и 2025 гг. Марафон работает над географией просвещения. Так, офлайн формат охватил Узбекистан, Кыргызстан (ранее Беларусь), а в 2025 году LG начала с «Балтийского образовательного марафона: охватившего северо-запад России, включая Санкт-Петербург, Псков и Калининград.

<https://www.spot.uz/ru/2024/05/24/lg/>

<https://daryo.uz/g8uAyXt4>

<https://kstu.kg/news->

ru?tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Bnews%5D=4746&cHash=b8450fa520d65b466e1bad6d2df5b05c

<https://www.keu.kg/site/news-detail?id=654>

Качественные показатели

Всестороннее наставничество и работа со СМИ в области образования, донорства и культуры привело (по собственным исследованиям штаб-квартиры LG) к росту имиджевых показателей бренда среди российской молодёжи (15-19 лет), как-то понимание брендом потребностей и ожиданий клиентов - на 9,4 процентных пункта, а также соучастие, сострадание – на 2,1 процентный пункт. Более того, дополнительным очень позитивным пунктом для LG стало очень большое желание молодежи перейти от прежде выбираемых гаджетов на LG, так как во время обсуждения проектов разговор также касался использования эмпатичного интеллекта, отличающихся от других технологий (прозрачные панели в Пушкинском музее, трейлер для путешествий по стране, креатив дней донора на OLED tv), что увеличило рост показателя «готовность платить» (willingness to pay) среди российской молодежи (15-19 лет) на 4 процентных пункта, среди российской аудитории в целом на 3,9 процентных пункта.

Количественные показатели такие, как:

С 2022 Кол-во и охват СМИ (reach) о просвещении и добровольчестве более 2526, охват 40 337 082 человек

От года к году кол-во слушателей растёт, на июнь 2025 их более 18 000 человек.

В 2025 году в СМИ выделяются ключевые упоминания Татьяны Шахнес, отражающие её значимый вклад и деятельность:

Трансляция в группе ВКонтакте «Пресс-центр ТАСС» https://vk.com/wall-210951176_4800

Помимо профориентации, в 2024 и 2025 студенты участвовали уже в трех днях донора, последний 117 с Романом Кастомаровым

<https://vnutricom.ru/media/novosti-partnerov/117-y-den-donora-v-lg-electronics/>

. В 2025 честь Всемирного дня окружающей среды

студенты присоединились и к эко-проекту «Лаборатория зелёных перемен: учимся сами, действуем, просвещаем», как то работа по сбору и утилизации электронных отходов, мероприятие «своп» (обмен вещами, чтобы подарить им вторую жизнь), высаживание цветов у музея Зои Космодемьянской.

<https://gym1595.mskobr.ru/edu-news/10210>