

Секция «Журналистика»

Образ благотворительности в публикациях СМИ (на примере интернет-версии газеты "Комсомольская правда")

Зобова Светлана Владимировна

Студент

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет журналистики,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: svetlana_zv@inbox.ru

Для изучения способов освещения проблем благотворительности на страницах интернет-версии газеты «Комсомольская правда» был выбран проблемно-тематический метод медиаисследования. В качестве единиц анализа использовалось 57 текстов о благотворительной деятельности, размещенных на сайте издания в период с 1 ноября по 11 декабря 2012 г. Производилась сплошная выборка публикаций.

Главная цель медиаисследования – выявить приоритетные темы в освещении благотворительной деятельности и специфику их жанрового воплощения. Индикаторами исследования стали:

- а) направление благотворительной помощи;
- б) формы организации благотворительной деятельности;
- в) оценка благотворительной помощи журналистами;
- г) жанровые характеристики;
- д) объём публикации,
- е) рубрикация;
- ж) авторский состав.

Это позволило сделать предположение о значимости благотворительной тематики для редакции «КП» и ее читателей.

Результаты исследования позволили охарактеризовать образ благотворительности в публикациях СМИ. Доминирующей на страницах интернет-версии «Комсомольской правды» оказалась «детская» тема. За полтора месяца «КП» больше всего рассказывала о том, как силами благотворителей решаются проблемы тяжелобольных детей, детей из малообеспеченных семей, а также воспитанников школ-интернатов, детдомов и домов ребенка (42% от общего числа публикаций). Также часто встречаются материалы об организации помощи инвалидам, почти 10% от всего объёма проанализированного материала. В оценках благотворительной помощи журналистами преобладает нейтральная или положительная. Скандальных публикаций за выбранный период было лишь 14%.

Формы помощи, о которых рассказали журналисты «КП», следующие:

- частная благотворительность и гражданские инициативы (24,1%),
- благотворительные фонды и некоммерческие организации (22,9%),
- корпоративная социальная ответственность (10,8%),
- помощь государства (10,8%),
- звездная благотворительность (8,4%).

Издание стремится пропагандировать идеи филантропии и милосердия среди своих читателей и вовлекать их в процесс благотворительности путём демонстрации положительных примеров частной благотворительности. Издание нередко привлекает аудито-

рию к участию в благотворительных акциях: в конце статьи непременно указываются банковские реквизиты для перечисления средств или же контактные телефоны волонтеров.

Жанровое своеобразие освещения проблем благотворительности соответствует электронному формату текста: преобладают тексты небольшие по объёму. Чаще всего журналисты используют информационную заметку (иногда расширенную) – более 43% материалов. Либо же используют такой информационный жанр, как отчёт (22,8 %). Чтобы вызвать у читателя эмоции и подвигнуть его к участию в благотворительной деятельности, журналисты прибегают к такому художественно-публицистическому жанру, как зарисовка (14%).

В газете «КП» есть постоянная специализированная рубрика, посвященная благотворительности – «Отдел добрых дел». Но в основном материалы, освещающие благотворительную деятельность, публикуются под рубрикой «Общество». Иногда эту тему можно встретить и в других рубриках: «Экономика», «Спорт», «Происшествия», «Звезды», «Политика: в России», «Международная политика» и «Здоровье».

Постоянных авторов, освещающих проблемы благотворительности, у «КП» практически нет, если судить по данной выборке. Журналисты, чьи имена встречаются больше одного раза, это Ирина Потеря, Ярослава Танькова, Захар Радов. Такое небольшое количество постоянных авторов сказывается и на проработанности темы. Мало критических и аналитических материалов, образ российской благотворительности проработан слабо. Также встречается неполнота информации в журналистских текстах (например, «Дед Мороз пригласил в гости Михаила Боярского и Николая Валуева» за 5 декабря 2012 г.).

В глазах читателей газеты «КП» благотворительность может выглядеть так. Это помощь тяжелобольному ребенку или осиротевшему, или живущему в бедности через личные пожертвования либо благотворительные фонды. На знакомство с проблемами благотворительности читателю не нужно много времени. Предположительно, многие статьи этого издания ориентированы на разового или нерегулярного жертвователя.

Медиаисследование показало, что наиболее часто упоминаемая форма благотворительной деятельности – это всё же частная благотворительность. Однако рассказ о деятельности некоммерческих организаций тоже присутствует на страницах «КП» в большом объёме. Также исследование показало, что о благотворительности читатели могут узнать не только из информационных заметок, но и из отчётов и зарисовок. Использование художественно-публицистических жанров при освещении данной проблемы значительно расширяет средства воздействия на читателя и способы презентации темы.