

Современные российские СМИ о благотворительной деятельности

Научный руководитель – Воскресенская Марина Аркадьевна

Шукина Анастасия Владимировна

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций, Санкт-Петербург, Россия
E-mail: shukina.asya@yandex.ru

СМИ являются ведущими трансляторами важнейших культурных и социальных вопросов общества. К вопросам благотворительности обращаются многие современные СМИ. Создаются специальные программы, отдельные колонки и постоянные рубрики. Появляются отдельные узкопрофильные СМИ, главная идея которых - освещение благотворительной деятельности [2,8].

Под благотворительностью определяют деятельность, посредством которой частные ресурсы добровольно и безвозмездно распространяются их обладателями в целях содействия нуждающимся людям, решения общественных проблем, а также усовершенствования условий общественной жизни. В качестве частных ресурсов могут выступать, как финансовые и материальные средства, так и способности и энергия людей [7,5].

Автор предлагает классифицировать медиа, обращающихся к теме благотворительной деятельности, следующим образом:

1. СМИ-посредники, выступающие в роли связующего звена между благотворительной организацией и человеком (группой лиц), нуждающихся в какой бы то ни было поддержке и помощи.
2. СМИ, которые пишут исключительно о благотворительной деятельности.
3. Прочие ресурсы (сайты благотворительных организаций, медиапроекты), представляющие собой открытую платформу для совершения или участия в благотворительности.
4. Прочие не специализированные медиа, периодически сообщающие о благотворительности.

Выделенные группы медиа выполняют разные функции и задачи, подход к обработке и подаче информации у них также варьируется. Но их общая цель — популяризация благотворительной деятельности, несение гуманистической миссии [3].

На примере двух современных российских СМИ мы попытаемся определить их мотивы, ценность и роль влияния на благотворительную деятельность отдельных регионов и страны в целом.

В качестве объектов исследования была выбрана совместная акция Первого канала и «Русфонда» и альманах социального партнерства «Русский Меценат» (Санкт-Петербург).

Известную телевизионную программу «Время» Первого канала можно отнести к первой группе (СМИ-посредники). Первый канал уже долгие годы проводит с «Русфондом» совместную благотворительную акцию, цель которой — помочь больным детям [9]. Ведущие знакомят зрителей с «героем дня»: в эфир выходят сюжеты об истории ребенка, остро нуждающегося в лечении. Статус федерального канала позволяет максимизировать вовлеченность аудитории, рассказать о ребенке (его болезни, особенностях лечения, сумме, требующейся для проведения необходимых медицинских процедур). «Первый канал» и «Российский фонд помощи» гарантируют: все средства будут потрачены на лечение

конкретных детей. Детальные отчеты публикуются на сайте «Русфонда». Подобные акции проводятся на Пятом канале и РЕН ТВ. Все они выступают в поддержку тяжелобольных детей, и алгоритм их работы очень похож. Такую деятельность можно назвать «массовой» благотворительностью, так как условия участия в ней доступны практически каждому неравнодушному зрителю.

Успешным примером СМИ второй группы является альманах социального партнерства «Русский Меценат», который издается в Санкт-Петербурге [6]. Он нацелен на руководителей бизнеса, органов власти, учреждений социальной сферы и общественных организаций. Здесь происходит освещение событий, мероприятий, связанных с сохранением культурно-исторического наследия, образованием и воспитанием подрастающего поколения, охраной окружающей среды, корпоративной социальной ответственностью. В журнале представлено несколько постоянных рубрик, которые отражают современные технологии благотворительности, портреты динамично развивающихся регионов и социально-ориентированных компаний, беседы с их лидерами, эффективная практика компаний в социально-экономической сфере. С 2014 года начался выпуск двуязычной российско-британской версии альманаха «Русский Меценат», что позволяет привлечь иностранных спонсоров. Деятельность редакции не ограничивается лишь журналом и регулярным обновлением сайта. Петербургский проект «Русский Меценат» является многополярной благотворительной площадкой: выступает в роли информационного партнера на всероссийских и международных фестивалях, форумах и конкурсах.

На сегодняшний день мы видим, что обращаются к теме благотворительности крупные федеральные каналы, периодические и интернет-издания. Существует огромное количество разнонаправленных сайтов благотворительных фондов. СМИ выполняют важнейшую социальную задачу: не только сообщают, привлекают внимание аудитории, но и пытаются помочь с решением острых и актуальных проблем общественно значимых проблем [1]. Обращаются к нравственности, моральным качествам читателей и зрителей, формируют определенный кодекс отношений людей в целом, основанный на взаимопонимании и гуманизме [4].

Источники и литература

- 1) Бережная М.А. Социальная тележурналистика: Учебно-методическое пособие. СПб.: Роза мира, 2005.
- 2) Вартанова Е. Теория СМИ: Актуальные вопросы. М.: МедиаМир, 2009.
- 3) Петрова Л.Е. Качественные и количественные исследовательские подходы в изучении благотворительности: основания выбора // Благотворительность в России. Исторические и социально-экономические исследования. СПб., 2003.
- 4) Фролова Т.И. Гуманитарная повестка СМИ и стратегии ее реализации. М.: МедиаМир, 2014.
- 5) Левшина Е. СМИ и благотворительность: освещение и/или участие? // Вестник Московского университета №1, 2007.
- 6) Альманах социального партнерства «Русский Меценат»: <http://rusmecenat.ru>
- 7) Дискуссия на тему «Благотворительность и СМИ: проблемы взаимодействия»: [otronline.ru>programmi/blagotvoritelnost-i-smi](http://otronline.ru/programmi/blagotvoritelnost-i-smi)
- 8) [Инфоблаго.ru: infoblago.ru/charity/guide](http://infoblago.ru/infoblago.ru/charity/guide)
- 9) Первый канал: https://www.1tv.ru/news/2016-11-10/313808-dobro_na_nomer_554_1_sovmestnaya_aktsiya_pervogo_kanala_i_rusfond