

Коммуникативные формы продвижения благотворительных фондов в современной России

Кцюева Дзерасса Павловна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: dzera_08@mail.ru

Сегодня благотворительность играет важнейшую роль в поиске компромисса и договорённостей в обществе. Как социальное явление благотворительность в России имеет свою многовековую историю и традиции, трансформировавшуюся на протяжении многих лет.

В историческом процессе она прошла различные формы - от простых пожертвований бедным в Древней Руси до организованной государственной системы социальной защиты, сочетающейся с различными видами общественной и частной благотворительной деятельности.

В последние годы в России наблюдается постоянный рост числа благотворительных фондов и организации. Они развиваются активно, наращивая свое присутствие в информационном мире. С развитием многих социальных сетей стало интересно наблюдать за деятельностью благотворительных фондов. Процесс глобализации и тот факт, что сфера благотворительности только развивается в стране, формируют свои правила ведения коммуникации благотворительным фондам. На уровень восприятия деятельности благотворительных организаций существенно может повлиять их позиционирование, то, какие стратегии продвижения будут выбраны благотворительной организацией. И в продвижении, и коммуникации с аудиторией существенную роль играют коммуникативные формы продвижения благотворительных фондов, проектов и кампаний.

Изучение коммуникативных форм продвижения благотворительных фондов в России особенно актуально, так как инструменты коммуникации на сегодняшний день имеют множество возможностей и сочетаний, а актуальность темы обусловлена тем, что успешность деятельности благотворительных организаций в значительной мере зависит от их позиционирования, от того, какие стратегии продвижения будут выбраны благотворительной организацией.

Мы постараемся проанализировать теоретическую составляющую продвижения благотворительных фондов и разработать коммуникативные стратегии продвижения благотворительных проектов, исследовав коммуникативные стратегии благотворительных проектов.

Источники и литература

- 1) Антонов Е. Н. Благотворительность в России: основные проблемы и пути решения. // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2008. №63-1.
- 2) Демяхина Елена Владимировна Генезис традиций благотворительности в России // Вестник ТИУиЭ. 2016. №2 (24).
- 3) Корнеева И.Е. Фандрайзинг в российских некоммерческих организациях: результаты эмпирического исследования

- 4) Овагимян А.О. Благотворительность в России: история становления и современное состояние // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2020. №88.