

**Благотворительные фонды в современном медиапространстве**

**Подлинова Анна Дмитриевна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

*E-mail: anna-cudo@mail.ru*

Рак является одной из основных причин смерти в мире – в 2012 году произошло 8,2 миллиона случаев смерти от рака.[1] В России в конце 2013 года на учете в онкологических учреждениях состояли 3,1 млн. человек – это чуть больше 4 общего населения России. За последнее десятилетие количество онкобольных увеличилось на 25,5 ВОЗ и Международная ассоциация по изучению рака прогнозируют увеличение онкобольных на 15-20 онкобольной в России умирает через год после выявления рака. Ежегодный экономический ущерб для России от злокачественных новообразований составляет более 90 млрд. рублей. Приведенная статистика подтверждает актуальность данной проблемы и ее изучения. Люди тяжело болеют и им нужна помощь. Именно по этой причине возникают благотворительные организации и фонды, которые безвозмездно и добровольно оказывают помощь людям, нуждающимся в ней. Благотворительные фонды делятся на несколько типов: фонды, предоставляющие гранты (в том числе частные, корпоративные, коммунальные и общественные); организации, поощряющие волонтерскую деятельность (в том числе обучающие волонтеров); и организации по сбору пожертвований. Несмотря на большое разнообразие фондов, в России больше известно о фондах, в которые нужно жертвовать деньги. Благотворительность воспринимается как деятельность богатых и влиятельных людей. Это сложившееся в 1990 гг. мнение не получилось искоренить до сих пор. Существует несколько стереотипов, почему не стоит заниматься этим благородным делом. Один из них – средства не доходят до нуждающихся, и в таком случае бессмысленно отдавать деньги тем, у кого их и так достаточно. Общество морально не готово помогать и жертвовать. Но для того, чтобы оно было готово, его нужно готовить. Автор считает, что это функция правового государства - готовить общество быть социально ориентированным, знать о благотворительных и добровольческих программах, участвовать в них. Для того, чтобы знать это, люди необходимо получать информацию. Как известно, для передачи информации существуют СМИ, которые должны говорить о социально значимых проблемах. Сегодня каждый житель нашей страны знает о добровольном присоединении Крыма к РФ, о продолжающейся борьбе ополченцев ДНР и ЛНР с украинской армией, слышат о том, что европейские санкции никак не отражаются на российской экономике. Однако о том, сколько людей умирает каждый день от рака, знают мало. Сколько переливаний крови требуется ребенку, который проходит химическую терапию, сколько длится ремиссия, что такое реабилитация и зачем она нужна – эти вопросы часто остаются за границами массового информационного пространства. В прайм-тайм демонстрируют сериалы и шоу, которые поддерживают рейтинг телевизионных каналов. Можно обратиться, например, к «Первому каналу», рекламодатели стремятся поместить рекламу именно на этом канале, ведь он покрывает 99является самым популярным каналом [3]. Если проанализировать сетку вещания, можно заметить, что она заполнена огромным количеством сериалов, ток-шоу, но в ней практически нет социальных программ, рассчитанных на воспитание в зрителях чувства ответственности и гражданственности. Серьезные программы, затрагивающие общественно важные темы, начинаются с полуночи, когда основная часть населения спит. Разумеется, есть и другие каналы передачи информации. Помимо телевидения, есть печатные издания, интернет-СМИ, радио, которые имеют меньший охват, но всё также остаются важными СМИ. В газетах и журналах

иногда появляются публикации о волонтерстве или о фондах (например, публикация в журнале Cosmopolitan про фонд «Подари жизнь» [4] или публикация на «Афише» про детей с аутизмом [5] или заметка на Slon.ru про смертность от рака [6]), но они имеют ознакомительный характер и поэтому действуют точно. Больше всего публикаций на эту тему находится в Интернете за счёт того, что это самая гибкая информационная среда, аудитория которой в основном представлена молодежью [7]. Здесь обсуждается тема благотворительности и добровольчества, но эти обсуждения не имеют широкого общественного резонанса, способного переориентировать общество, страдающее абсолютно стереотипным мышлением в отношении благотворительной деятельности. Возможно, одна из причин заключается в недостаточной подготовке социальных журналистов, которые и должны освещать данные темы. Вторая причина кроется в государственной политике, которая совершенно не нацелена на создание гражданского общества с сильно развитым чувством долга и ответственности. Доля социальной рекламы в СМИ 2-3с такими показателями достаточно трудно построить гражданское общество и развить чувство социальной ответственности у населения. Проанализировав имеющиеся материалы и статистические данные, автор пришел к выводу, что в России есть значительный сегмент медиaproстранства, в который должны приходить социально подготовленные журналисты, способные стать медиаторами в общении разных групп населения в рамках данной темы. Сегодня коммуникаторами выступают сами организаторы и волонтеры фондов, которые тратят время на деятельность, которой вынуждены заниматься, помимо своей основной добровольческой миссии. Представляется, эта тема ориентирована на широкие слои общества, поэтому о ней должны знать, дискутировать и действовать. Автор считает, как только журналисты начнут больше интересоваться этой сферой, современное медиaproстранство заполнится по-настоящему важными темами.

#### Источники и литература

- 1) ВОЗ. <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs297/ru/>
- 2) Статистика представлена на сайте [http://smi.promoleader.ru/info\\_o\\_tv](http://smi.promoleader.ru/info_o_tv)
- 3) Cosmopolitan. Декабрь 2012. С. 282-285.
- 4) См. сайт «Афиши» <http://mag.afisha.ru/stories/silnyj-pol/deti-vera-shengeliya/>
- 5) Публикация размещена на сайте [http://slon.ru/economics/v\\_kakikh\\_regionakh\\_vyshe\\_risk\\_1108721.xhtml](http://slon.ru/economics/v_kakikh_regionakh_vyshe_risk_1108721.xhtml)
- 6) <https://ru.wikibooks.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%8>
- 7) <http://www.tpprf.ru/ru/interaction/committee/komrecl/meetings/eksperty-obsudili-perspektivy-razvitiya-sotsialn/>