Ксения Викторовна Карасева

Санкт-Петербургский государственный университет

[st110347@student.spbu.ru](mailto:st110347@student.spbu.ru)

**Журналистика и благотворительность: корреляция базовых ценностей**

Рассматриваются гипотеза о соотношении базовых ценностных основ журналистики и благотворительности, инструментальные и профессионально-ценностные аспекты их взаимодействия. Исследование строится на изучении суждений исследователей идеологии журналистики относительно нравственных характеристик профессии, а также опросе журналистов о социальной значимости их труда.

Ключевые слова: журналистика, благотворительность, ценности, социальное служение, общественное благо.

Благотворительная деятельность, которой занимаются преимущественно некоммерческие организации, помогает государству и обществу решать острые социальные вопросы. В истории России благотворительность известна еще со времен Древней Руси, в частности, она стала активнее развиваться с приходом на наши земли христианства. Начиная с XVIII в. одним из основных каналов популяризации и поддержки благотворительности служила журналистика [2: 62]. XX в. по разным причинам на время ослабил эту деятельность, но в новой России уверенно заявила о себе и новая филантропия, которая приобретает дополнительную значимость и становится заметной частью повседневной жизни общества.

Именно в социальной сфере результат активного участия журналистики оказывается наиболее значимым и ощутимым [1: 32]. Сегодня, используя новейшие технологии создания медиаконтента, диджитал-площадки и маркетинговые инструменты распространения информации, журналисты получают широкие возможности как для продвижения в обществе культуры осознанной благотворительности, так и для прямой помощи благотворительным организациям. В свою очередь, благотворительные организации, беря на вооружение современные журналистские методики труда, успешно устраивают фандрайзинговые сборы и привлекают к своей деятельности новую неравнодушную аудиторию.

Вопрос о готовности журналистики к взаимодействию с практикой благотворительности имеет не только инструментальные, но и профессионально-ценностные аспекты. В частности, полезно будет изучить, до какой степени близки между собой ценностные основы этих видов деятельности. Гипотетически можно предположить, что морально-нравственные постулаты благотворительности коррелируют с базовыми категориями профессиональной идеологии журналистики: на наш взгляд, безусловно, общими являются фундаментальные ценности гуманизма и социального служения, привнесения социального блага в общество. Методология нашего анализа строится на сопоставлении суждений исследователей идеологии журналистики относительно нравственных характеристик профессии; эмпирический материал дают опросы и интервью с журналистами о социальной значимости их труда, анализ применения благотворительными организациями журналистских компетенций и методических инструментов.

Благотворительность и журналистика в качестве видов социально ориентированной практики привлекают интерес широкого круга ученых, но, как правило, по отдельности, а не во взаимосвязи. Для выявления их близости существенно, что в исследованиях профессиональной идеологии прослеживается понимание журналистской деятельности как ресурса обеспечения общественного блага. Принципы диалога и соучастия, которые неотъемлемо присущи благотворительности, в журналистике воспитывались традициями русской публицистики, освещающей злободневные проблемы общества [3: 69]. Ставя себя на службу общественному интересу, журналистика выполняет такие идеологические функции, как развитие сознательности масс и мобилизующее влияние на общественное мнение и мировоззрение граждан, что является определяющим фактором социальной активности [5: 64–70]. Журналист может выступать в роли просветителя, который печется об общественном благе, создает и распространяет духовные и моральные ценности [4: 163].

Согласно предварительным опросам, профессиональные сотрудники СМИ отмечают, что одним из главных ценностных ориентиров журналистов, соотносящимся с принципами благотворительности, является стремление изменить жизнь общества в лучшую сторону. Среди приоритетных идеологических функций журналистики профессионалы называют формирование гуманистического мировоззрения граждан, их социальную ориентацию, а также гуманитарную помощь слоям населения, оказавшимся в трудной жизненной ситуации. Таким образом, наблюдается близость ценностных компонентов идеологии журналистики с принципами, на которых зиждется благотворительность. Мы полагаем, что это обстоятельство необходимо принимать во внимание при формировании и развитии журналистских компетенций в академической среде и в профессиональной корпорации.

Литература

1. Бережная М. А. Социальные темы как катализатор профессиональной идеологии в журналистике // Век информации. 2017. № 1. С. 29–38.
2. Громова Л. П. Традиции благотворительности в российской журналистике // Ученые записки Казанского ун-та. Серия: Гуманитарные науки. 2015. Т. 157. Кн. 4. С. 62–71.
3. Ершов Ю. М. Идеология общественного служения в журналистике // Вестник Новосибирского гос. ун-та. Серия: История. Филология. 2015. Т. 14. № 6. С. 68–73.
4. Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. М., 2010.
5. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. 7-е изд., испр. и доп. М., 2007.