Александр Владимирович Терентьев

Национальный исследовательский Томский государственный университет

terenkya@vk.com

**Этические аспекты медиаволонтёрства на примере проекта «ДОБРО.МЕДИА»**

В статье рассматриваются вопросы соблюдения этических норм в медиаволонтёрстве на примере платформы «Добро.Медиа». Анализируются достоверность информации, защита приватности, инклюзивность и отказ от шокирующего контента. На основе изучения 200 публикаций выявлены ключевые стратегии этичного медиаволонтёрства.

Ключевые слова: медиаволонтёрство, волонтёрство, новые медиа, контент, этика.

Современные цифровые платформы активно вовлекают волонтёров в медиапространство, способствуя популяризации их деятельности. Медиаволонтёрство – сравнительно новое понятие, обозначающее создание и распространение контента о добровольческих инициативах без материального вознаграждения. Термин интерпретируется по-разному: одни исследователи фокусируются на создании медиаконтента [2], другие – на более широком коммуникационном сопровождении волонтёрских инициатив [5]. В данной работе под медиаволонтёрством понимается любая информационная деятельность, направленная на популяризацию добровольческих ценностей, событий и организаций.

Выбор медиаплатформы «Добро.Медиа» обусловлен её тематической направленностью, масштабом охвата и устойчивым присутствием в медиаполе. Платформа зарегистрирована как сетевое издание «Добро.Журнал» (ЭЛ № ФС 77 – 82076 от 12.10.2021), публикует статьи, интервью, подкасты и репортажи о волонтёрстве, активно формируя повестку социальных инициатив в России. В ходе исследования проанализировано 200 публикаций, что позволило выявить механизмы соблюдения этических стандартов.

Одним из главных вызовов медиаволонтёрства является верификация информации. Более 80% публикаций «Добро.Медиа» подтверждаются официальными источниками, содержат цитаты участников инициатив и статистические данные. Например, статья о волонтёрах Волгоградской области (<https://dobro.press/blogi/volontyory-volgogradskoi-oblasti-proveli-28-donorskih-aktsii>) включает информацию о численности вовлечённых добровольцев, подтверждённую региональным Минздравом.

Этические нормы требуют согласования публикации личных данных, особенно в случае уязвимых групп населения [1; 3; 4]. «Добро.Медиа» уделяет особое внимание приватности: фокус публикаций сосредоточен на деятельности волонтёров, а не на личных деталях. В статье о педагоге, организующем зоотерапию, описывается его работа, а не персональные обстоятельства жизни (<https://dobro.press/story/spasaet-lis-pedagog-iz-samarskogo-sela-protiv-shub?clckid=4b1a155b>).

Медиапроекты, работающие с уязвимыми группами, рискуют тиражировать стереотипы. Анализ материалов «Добро.Медиа» показывает, что платформа акцентирует внимание на достижения героев, а не их уязвимости. Например, статьи о людях с инвалидностью подчеркивают их вклад в общество и активное участие в волонтёрской деятельности (<https://dobro.press/blogi/inclusive-practices-limitless-possibilities?clckid=84d228bc>).

Использование драматических изображений и эмоционально заряженных текстов может привести к негативному восприятию аудитории. «Добро.Медиа» придерживается принципа отказа от таких методов: статьи о гуманитарной помощи акцентируют внимание на позитивных изменениях, происходящие благодаря волонтёрской деятельности. Лишь около 10 % материалов о гуманитарной помощи содержат упоминания трагических подробностей, которые при этом подаются строго в информативных целях. Так, в статье о волонтёрах в городе Бородино (<https://dobro.press/blogi/nadezhnyi-tyl-kak-v-gorode-borodino-prohodit-gumanitarnaya-pomosch?clckid=fd68fae8>) акцент сделан на позитивных изменениях, достигнутых волонтёрской деятельностью, а не на детализированном описании экстремальных ситуаций. Подобная политика призвана формировать эмпатичное, но конструктивное восприятие у аудитории и снижать риск чрезмерной эксплуатации негативных эмоций.

Анализ материалов платформы «Добро.Медиа» демонстрирует её стремление к соблюдению этических стандартов. Платформа подтверждает приверженность достоверности информации, защиты приватности, инклюзивности и отказа от шокирующего контента. Этот кейс показывает, что медиаволонтёрство может быть эффективным инструментом формирования позитивного общественного восприятия добровольчества и повышения доверия к волонтёрским проектам.

Литература

# Афанасьева Е. А. Создание и распространение контента: этические регуляторы в цифровом медиапространстве // Журналистский ежегодник. 2014. № 3. С. 89–91.

# Ерофеев С. В. Настольная книга медиаволонтера. М., 2018.

# Жолудь Р. В. Профессиональная этика журналиста в социальных медиа: новые вызовы // Вестник Воронежского гос. ун–та. Серия: Филология. Журналистика. 2012. № 1. С. 167–171.

1. Жуков А. Д. Формирование этических компетенций в медиасреде // Вестник Московского гос. ун-та культуры и искусств. 2022. № 5(109). С. 142–149.
2. Кучерова А. П. «Медиаволонтер» в российском медиадискурсе: к определению понятия // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы. Воронеж, 2019. Ч. 1. С. 35–37.