

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт  
Кафедра «Журналистика»

направление подготовки 42.03.02 «Журналистика»

### **БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: «**Особенности освещения темы благотворительности  
на радио (на примере радиостанций “Эхо Москвы” и “Маяк”)**»

Студентка

М.С. Митяева

---

Научный  
руководитель

А.В. Куприянова, канд. филол.  
наук, доцент

---

**Допустить к защите**

Заведующий кафедрой      канд. филол. наук., Н.И. Тараканова

---

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

Тольятти 2016

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт  
Кафедра «Журналистика»

Утверждаю  
Зав. кафедрой «Журналистика»  
\_\_\_\_\_ Н.И. Тараканова  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ЗАДАНИЕ**  
**на выполнение выпускной бакалаврской работы**

Студент: Митяева Мария Сергеевна

1. Тема: « Особенности освещения темы благотворительности на радио (на примере радиостанций “Эхо Москвы” и “Маяк”) »
2. Срок сдачи студентом законченной выпускной квалификационной работы - 15.06.2015 г.
3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе.  
В основу исследования легли труды теоретиков: М.Л. Голкова, Н.Ю. Ильина, Е.В. Темичева, В.П. Богданов, М.А. Левчук, Т.В. Фролова, Е.И. Мулярова.
4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов, разделов):
  - рассмотреть историю благотворительной деятельности в России,
  - рассмотреть, как освещается тема благотворительности в печатных СМИ и на телевидении,
  - проанализировать радиопрограммы о благотворительности на радиостанциях «Эхо Москвы» и «Маяк»,
  - выявить особенности освещения темы благотворительности на радио.
5. Ориентировочный перечень графического и иллюстративного материала: нет.
6. Консультанты по разделам: нет
7. Дата выдачи задания « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015 г.

Руководитель выпускной  
квалификационной работы

Задание принял к исполнению

\_\_\_\_\_ А.В.Куприянова

\_\_\_\_\_ М.С.Митяева

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт  
Кафедра «Журналистика»

Утверждаю  
Зав. кафедрой «Журналистика»  
\_\_\_\_\_ Н.И. Тараканова  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН  
выполнения выпускной квалификационной работы**

Студента по теме: « \_\_\_\_\_ »

Наименование раздела работы	Плановый срок выполнения раздела	Фактический срок выполнения раздела	Отметка о выполнении	Подпись руководителя
Утверждение темы	Октябрь 2015 г.	21 октября 2015 г.	выполнено	
Сбор материала по теоретической части	Сентябрь – декабрь 2015 г.	Сентябрь – декабрь 2015 г.	выполнено	
Написание I главы	Декабрь 2015 г.– январь 2016 г.	Декабрь 2015 г.– январь 2016 г.	выполнено	
Обсуждение I главы на кафедре	Февраль 2016 г.	Февраль 2016 г.	выполнено	
Практическое исследование, анализ, описание	Февраль – апрель 2016 г.	Февраль – апрель 2016 г.	выполнено	
Написание II главы, представление работы на кафедре	Март – апрель 2016 г.	Март – апрель 2016 г.	выполнено	
Предзащита работы	Май 2016 г.	25 мая 2016 г.	выполнено	

Руководитель выпускной  
квалификационной работы  
Задание принял к исполнению

\_\_\_\_\_ А.В.Куприянова

\_\_\_\_\_ М.С.Митяева

## АННОТАЦИЯ

В бакалаврской работе «Особенности освещения темы благотворительности на радио (на примере радиостанций «Эхо Москвы» и «Маяк»)» выявлены особенности освещения темы благотворительности на радио. Аудитории важно получать правдивую и достоверную информацию не только о том, как осуществляется благотворительность в России, но и о том, каким образом каждый конкретный гражданин может в ней поучаствовать. Поэтому мы рассмотрели, как освещается тема благотворительности в современных российских СМИ. И если данная проблема на примере печатных СМИ изучена достаточно подробно, то на примере радиопрограмм она практически не рассматривалась. Поэтому тема бакалаврской работы актуальна.

Объектом работы является освещение темы благотворительности в СМИ. Предметом – особенности освещения темы благотворительности на радио.

Цель выпускной квалификационной работы: выявить особенности освещения темы благотворительности на радио, проанализировав программы радиостанций «Маяк» и «Эхо Москвы».

В первой главе рассматривается история развития благотворительной деятельности в России и рассмотрена проблема освещения данной темы в российских СМИ.

Во второй главе проведен анализ программ радиостанций «Маяк» и «Эхо Москвы» и выявлены особенности освещения темы благотворительности в современном радиоэфире.

В заключении сформулированы основные выводы и положения бакалаврской работы. Прилагается список использованной литературы.

## Оглавление

ВВЕДЕНИЕ .....	6
ГЛАВА 1. ОСВЕЩЕНИЕ ТЕМЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКИХ СМИ .....	9
1.1 История развития благотворительной деятельности в России .....	9
1.2 Благотворительность как тематическое направление в современных российских СМИ.....	17
ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РАДИОЭФИРЕ, НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММ «АДРЕСА МИЛОСЕРДИЯ» И «ДОБРО НА РАДИО».....	27
2.1 Анализ радиопрограммы « Адреса милосердия» .....	28
2.2 Анализ радиопрограммы « Добро на радио».....	34
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	43
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....	45

## ВВЕДЕНИЕ

Благотворительная деятельность – важная часть общественной жизни, направленная на решение социальных проблем. Благотворительность является универсальной общечеловеческой ценностью, она позволяет наладить взаимодействие между государством, бизнесом и обществом, но вместе с тем помогает обществу обслуживать свои интересы напрямую, без посредничества государства. Как пишет М. Л. Голкова, «в настоящее время о благотворительности много говорят и много пишут, о её сущностных основах дискутируют философы и культурологи, различные аспекты благотворительной деятельности исследуются представителями таких научных дисциплин, как социология, экономика, правоведение, психология»<sup>1</sup>. Поэтому, сегодня важно говорить о качестве освещения данной темы в СМИ. Тем более что проблем в этой сфере остается немало. В частности, они обсуждаются на круглых столах (проводимых, например, Агентством социальной информации, журналом «Бизнес и общество»), секциях конференций (организованных Российским Форумом доноров, Агентством социальной информации, газетой «Ведомости» и др.). В исследовании «Проблемы освещения благотворительности в СМИ и пути их решения», опубликованном на сайте партнерства крупнейших российских и иностранных благотворительных (донорских) организаций, работающих в России, «Форум доноров» отмечается: «Очевидна утрата традиции и культуры постоянного, регулярного информирования о добрых делах. Еще сильны недоверие и осторожность в освещении благотворительности, особенно корпоративной; далеко не всегда находится верный тон; можно говорить о недостаточной компетенции журналистов в этой области (поэтому так необходимы пособия, спецкурсы на факультетах журналистики,

---

<sup>1</sup> Голкова М. Л. Образы благотворительности в современном информационном поле // Культурология – «К». URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/obrazy-blagotvoritelnosti-v-sovremennom-informatsionnom-pole>. (дата обращения: 12.05.2016).

разъяснительная работа и т.д.)»<sup>2</sup>. Для того, чтобы благотворительность как вид общественной деятельности развивалась, сегодня необходимо качественное освещение в СМИ данной темы. Тем более, что появление социальных сетей и развитие информационных технологий способствует и увеличению мошенничества в сфере благотворительной деятельности. Аудитории важно получать правдивую и достоверную информацию не только о том, как осуществляется благотворительность в России, но и о том, каким образом каждый конкретный гражданин может в ней поучаствовать. Поэтому важно рассмотреть, как освещается тема благотворительности в современных российских СМИ. И если данная проблема на примере печатных СМИ изучена достаточно подробно, то на примере радиопрограмм она практически не рассматривалась. Поэтому тема бакалаврской работы актуальна.

**Объектом работы** является освещение темы благотворительности в СМИ.

**Предметом** – особенности освещения темы благотворительности на радио.

**Цель выпускной квалификационной работы:** выявить особенности освещения темы благотворительности на радио, проанализировав программы радиостанций «Маяк» и «Эхо Москвы».

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд **задач**:

- 1) Рассмотреть историю благотворительной деятельности в России,
- 2) Рассмотреть, как освещается тема благотворительности в печатных СМИ и на телевидении.
- 3) Проанализировать радиопрограммы о благотворительности на радиостанциях «Эхо Москвы» и «Маяк».
- 4) Выявить особенности освещения темы благотворительности на радио.

---

<sup>2</sup> Левшина Е. Проблемы освещения благотворительности: мифы, история и современность. URL: <http://www.donorsforum.ru/materials/problemy-osveshheniya-blagotvoritelnosti-mify-istoriya-i-sovremennost/> (дата обращения 02.05.2016).

Для решения поставленных задач были использованы следующие **методы** исследования:

- при рассмотрении теоретической базы бакалаврской работы – системный анализ, типологический анализ;
- для анализа радиопрограмм о благотворительности – метод анализа и синтеза.

**Теоретическую базу** данной бакалаврской работы составили труды, посвященные благотворительности: Голкова М.Л., Ильина Н.Ю., Богданова В.П., Темичева Е.В.; работы об освещении темы благотворительности в СМИ: Левчук М.А., Фролова Т.В., Мулярова Е.И., Голкова М.Л., Ильина Н.Ю., Богданов В.П., Темичева Е.В.

**Эмпирическую базу** данной бакалаврской работы составили 9 выпусков программы «Добро на радио» (радиостанция «Эхо Москвы») с 26 ноября 2015 по 13 мая 2016 гг.; 15 выпусков программы «Адреса милосердия» (радиостанция «Маяк») с 18 декабря 2015 по 28 мая 2016 гг.

**Практическая значимость** работы заключается в выявлении особенностей освещения темы благотворительности на радио, что поможет при создании радиопрограмм на данную тематику.

В соответствие с целью и решаемыми задачами бакалаврская работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

В первой главе рассматривается история развития благотворительной деятельности в России и рассмотрена проблема освещения данной темы в российских СМИ.

Во второй главе проведен анализ программ радиостанций «Маяк» и «Эхо Москвы» и выявлены особенности освещения темы благотворительности в современном радиоэфире.

В заключении сформулированы основные выводы и положения бакалаврской работы. Прилагается список использованной литературы.



# ГЛАВА 1. ОСВЕЩЕНИЕ ТЕМЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКИХ СМИ

## 1.1 История развития благотворительной деятельности в России

Благотворительность, в самом общем виде, — это оказание безвозмездной помощи. Как отмечает Темичева Е.В.: «Это деятельность, посредством которой частные ресурсы добровольно распространяются их обладателями в целях содействия нуждающимся людям, а также для решения общественных проблем и усовершенствования условий общественной жизни. «Благотворительность в развитом обществе является одним из важнейших элементов социальной политики в ее современном толковании»<sup>3</sup>.

Универсальная общечеловеческая ценность как благотворительность, позволяет обществу обслуживать свои интересы напрямую, без посредничества государства. Благотворительность направлена на решение социально значимых задач, которые не могут быть профинансированы государством. «Слово "благотворительность" не случайно содержит в себе недвусмысленное выражение "творить благо" – делать добро, оказывать помощь. Эта деятельность может выражаться в виде безвозмездной передачи имущества, бескорыстном выполнении работ и т.д. Способы ведения благотворительной деятельности различны, но их все объединяет благородная цель»<sup>4</sup>. – пишет Левчук М.

Благотворителями же могут быть как индивиды и их группы, так и организации. Субъекты, нуждающиеся в помощи, должны признаваться таковыми в соответствии с нормами и обычаями конкретного общества, в котором возникают отношения благотворительности. При этом нормы

---

<sup>3</sup> Темичева Е. В. Практика благотворительных фондов в зеркале Российских СМИ // Вестн. Моск. ун-та. 2012. Т. 10. №5. С. 134-145.

<sup>4</sup> Левчук М. Благотворительность во имя спасения жизни 2013. URL: [http://www.argus-spectr.ru/doc/tovar/strelec/public/2013\\_Blagotvoritelnost%20i%20MCHS%20-%20Systemy%20Bezopasnosti%20%E2%84%966.pdf.pdf](http://www.argus-spectr.ru/doc/tovar/strelec/public/2013_Blagotvoritelnost%20i%20MCHS%20-%20Systemy%20Bezopasnosti%20%E2%84%966.pdf.pdf) (дата обращения: 5.06.2016).

понимаются в самом широком смысле — как социальные нормы, включающие нормы морали, религиозные и правовые нормы и т. п. Это особенно важно для понимания особенностей и тенденций развития благотворительности в России, где существуют серьезные изменения в содержании и сферах применения тех или иных социальных норм, что обуславливает некоторые тенденции развития благотворительной деятельности.

«Существом благотворительной деятельности является добровольная безвозмездная помощь, осуществляемая как в материальной форме (передача имущества, в том числе денежных средств, выполнение работ, оказание услуг), так и в нематериальной (сострадание, сочувствие, психологическая помощь)»<sup>5</sup>.

Когда-то широко представленная в прессе, затем надолго утраченная, благотворительная деятельность только в последние годы по-настоящему возвращается в нашу жизнь и в средства массовой информации. Несмотря на довольно непродолжительный по сравнению с историческим наследием период новейшей отечественной благотворительности, интенсивность происходящих процессов в этой сфере общественной жизни сегодня очень высока. К сожалению, медиа-контент пока не во всем поспевает за этим стремительным процессом, следствием чего является неполная или искаженная информационная картина благотворительной деятельности, представляемая аудитории СМИ.

Благотворительная деятельность в наиболее общем значении понимается как добровольное безвозмездное содействие одних членов общества другим, признаваемым нуждающимися в такой помощи в соответствии с нормами и обычаями данного общества.

Исходя из такого понимания благотворительной деятельности можно установить ряд ее существенных с правовой точки зрения признаков.

---

<sup>5</sup> Благотворительность в России и государственное управление // Центр Сулакшина. Центр научной политической мысли и идеологии. URL: <http://rusrand.ru/analytics/blagotvoritelnost-v-rossii-vchera-segodnja-zavtra> (дата обращения: 12.06.2016).

«Благотворительная деятельность — это всегда взаимоотношения между членами общества, т. е. между людьми или группами людей. Субъектами отношений являются члены общества, люди или группы (объединения, организации). В упомянутых отношениях участвуют две категории субъектов: нуждающиеся в помощи и готовые ее оказать. Нуждающимися могут быть как индивиды — инвалиды, ветераны, дети-сироты, вынужденные переселенцы и т. д., так и группы людей — семьи.»<sup>6</sup>

Современные исследователи выделяют следующие функции благотворительности<sup>7</sup>:

- перераспределение экономических благ;
- психологическая и коммуникативная функции;
- преодоление социального отчуждения;
- демократизация общества;
- социальная адаптация;
- воспитательная;
- предупредительно-профилактическая;
- правозащитная.

«Благотворитель не заявляет и не определяет заранее выгоду от своего благотворительного действия, даже если эта выгода наступает.» Благотворительность, в отличие от спонсорства, может быть анонимной. Благотворительность может быть направлена на поощрение и развитие каких-либо общественно значимых форм деятельности, например защиты окружающей среды, охраны памятников культуры. Отметим, что «благотворительность может использоваться в пиар-компаниях политиков для привлечения голосов избирателей, а также как средство формирования благоприятного имиджа страны»<sup>8</sup>.

Размах благотворительной деятельности очень разнообразен. Например, благотворительные компании осуществляются в большей

---

<sup>6</sup> Там же.

<sup>7</sup> Там же.

<sup>8</sup> Там же.

степени с добровольческой и благотворительной деятельности, которая тесно связана с понятием фандрайзинга, над которым и понимается процесс поиска и всевозможных пожертвований на проекты некоммерческих и благотворительных организаций.

В российском обществе благотворительность имеет глубокие исторические корни.

Благотворительность имела древние патриархальные традиции, основанные, в свою очередь, на общинной и православной этике. «Традиционная благотворительность строилась на милостыни, являющейся неотъемлемой частью жизни истинно верующего православного человека, - личностном и тайном акте непосредственной помощи неимущему со стороны благотворителя»<sup>9</sup>.

Так же Богданов В.П. отмечает, что «в городской среде в XIX в., когда перед обществом острее встала проблема профессионального нищенства, которое только поощрялось, а вовсе не искоренялось милостыней, благотворительность получила институциональное оформление, а сама милостыня уступила место пожертвованию»<sup>10</sup>.

Пожертвование, в отличие от милостыни, было общественно значимым и, как правило, гласным актом передачи денег неимущим: «Оно гораздо меньше было связано с «нравственным подвигом», и могло быть сделано на различных условиях. Как правило, пожертвование имело абстрактный адресат («В помощь голодающим», «В помощь беспризорным детям» и т.д.), и благотворитель не видел, кому реально оказывал помощь»<sup>11</sup>.

Ещё с конца XVIII в., когда своё основание внесли, Ведомства учреждений императрицы Марии, для особого воплощения пожертвований, была создана большая сеть благотворительных организаций (учреждений): заведений и обществ.

---

<sup>9</sup> Богданов В. П. Периодическая печать как источник по истории благотворительности : автореф. дис. ... канд. историч. наук : защищена 12.07.2006 : утв. 24.09.2006. М. : Изд-во ААЭП, 2006. – 26 с.

<sup>10</sup> Там же. С.4.

<sup>11</sup> Там же. С.5.

Под благотворительными заведениями понимались организации «для удовлетворения потребностей нуждающихся населения в стенах» (т.е., приюты, богадельни). Подобные заведения возникали ещё в Древней Руси при монастырях и при некоторых частных домах. Однако широкое их распространение началось с конца XVII в.

Под благотворительными обществами понимались добровольные объединения лиц, с целью «помогать нуждающимся в том или ином отношении».

Общества, как форма организации помощи, получили распространение только с конца XVIII в. Совокупность благотворительных заведений и обществ, как государственных, так и частных, получила название общественное призрение. «Теперь схема благотворительности выглядела следующим образом: благотворитель (субъект) - организация (посредник) - неимущий (как правило, коллективный объект). Основными, можно сказать структурообразующими элементами общественного призрения стали общества»<sup>12</sup>.

«До революции вся благотворительная деятельность в России регулировалась Уставом общественного призрения, принятым ещё в 1857 г.»<sup>13</sup>.

Попытки пересмотра устаревшего законодательства были предприняты к концу века.

Ещё в 1887 г. городская дума «была не согласна, как хозяин и распорядитель», с тем, чтобы дело призрения неимущих «велось каким-либо государственным учреждением» и полностью приняла его в свое ведение.

«С 1892 г. при Министерстве Внутренних дел начала свои действия особая комиссия статс-секретаря К.К. Грота, в задачу которой входила выработка нового законодательства по регулированию благотворительности в России. Территория Москвы была поделена между городскими

---

<sup>12</sup> Богданов В. П. Периодическая печать как источник по истории благотворительности. ... С. 6.

<sup>13</sup> Там же. С.7.

участковыми попечительствами о бедных с конца 1984 г., а в мае 1898г. при думе был организован особый Благотворительный совет, объединивший усилия всех благотворительных организаций столицы»<sup>14</sup>.

Комиссия Грота в 1895г. разослала анкеты с целью выяснить положение общественного призрения на местах и получить представление о взглядах губернских деятелей по его реформированию. «Это была своего рода попытка подключения «сверху» русского общества для осуществления государственно-важной задачи. Но общество «снизу» уже было готово к этому, чему способствовали преобразования предыдущего царствования.

Москва стала передовым в плане организации общественного призрения городом»<sup>15</sup>.

Период 1894-1898 гг. является «особым этапом в развитии российской благотворительности в целом (о чём свидетельствует деятельность комиссии Грота), а для Москвы он ознаменовался реальным реформированием системы общественного призрения»<sup>16</sup>.

Поскольку в результате Великих реформ общество стало играть решающую роль в деле благотворительности, оно стало испытывать острую нужду в оперативной и точной информации обо всех явлениях в этой сфере. Больше всего развивалась общественная и частная благотворительность, а именно было это, после великих реформ. Центральная работа была велась в провинции, в земствах.

Эту потребность со второй половины XIX начала XX в. удовлетворяла периодическая печать. «Именно пресса в условиях гласности и повышения уровня общественного сознания стала залогом успеха новых начинаний во многих сферах социальной активности. Благотворительность, как значимое социальное явление, не было исключением»<sup>17</sup>. Выходили десятки, сотни изданий, относившиеся к благотворительности. «Все они были очень разные

---

<sup>14</sup> Там же. С.8.

<sup>15</sup> Там же. С.9.

<sup>16</sup> Там же. С.10.

<sup>17</sup> Там же. С.11.

– от специализированных журналов, до одноразовых листков»<sup>18</sup>.  
Периодичность таких изданий была ежемесячной или еженедельной.

Выделяют следующие основные типы изданий:

- светские издания, универсального содержания, в которых проблемы благотворительности занимали ведущее место;
- специализированные благотворительные журналы, издававшиеся благотворительными обществами и частными лицами на постоянной основе («Вестник благотворительности», « Трудовая помощь», « Призрение и благотворительность в России», « Детская помощь», « Братская помощь», « Тюремный вестник»);
- издания, сопровождавшие специальные акции: газеты, листки (« Белая ромашка», « Белый цветок», « Колос ржи», « Красное яичко», « Дети - наша надежда»);
- духовные издания (проповеднические и нравственно-религиозные журналы « Духовная беседа», « Русский паломник», « Восточки утешения»);
- церковные издания (епархиальные ведомости, в которых тема участия прихожан в благотворительной деятельности была ведущей);
- органы благотворительных обществ и учреждений призрения («Вестник Красного Креста», « Вестник попечительства Государыни Императрицы Марии Федоровны о глухонемых», « Вестник попечительства о народной трезвости», « Журнал Императорского человеколюбивого общества, « Наш долг»);
- специальные издания для беженцев, военнопленных, раненых воинов и т.д. (« Жизнь беженцев», « Известия отделенного лазарета при женской гимназии В.А. Ряхиной», « Русский инвалид», « Босьяк»)<sup>19</sup>.

Во всех изданиях понятие «благотворительность» трактовалось примерно одинаково, особых различий не было. «Именно эта общая

---

<sup>18</sup> Фролова Т. Российская пресса и благотворительность в культурно- исторической ретроспективе. М., 2005. С.7 // URL: [http://vk.com/doc22155491\\_437586011?hash=8e0351179c43ada73c&dl=e236b2084f2a7bf38d](http://vk.com/doc22155491_437586011?hash=8e0351179c43ada73c&dl=e236b2084f2a7bf38d) (дата обращения: 11.06.2016).

<sup>19</sup> Фролова Т. Благотворительность и СМИ // История подсказывает. М., 2005. С.7 // URL: [http://vk.com/doc22155491\\_437586011?hash=8e0351179c43ada73c&dl=e236b2084f2a7bf38d](http://vk.com/doc22155491_437586011?hash=8e0351179c43ada73c&dl=e236b2084f2a7bf38d) (дата обращения: 12.06.2016).

платформа и позволила развить плодотворное обсуждение, вести активную дискуссию по актуальным проблемам, выдвинув тем самым общественность на первые роли в деле гармонизации социальных отношений»<sup>20</sup>.

Проблематика благотворительных журналов была очень широка и охватывала весь спектр социальных отношений, не ограничиваясь какой-то особой помощью неимущим, тем самым, подтверждая понимание всей проблемы народной благотворительности. «Самыми популярными считались в опубликованных журналах научные исследования, отчеты о командировках в европейские страны, с целью изучения опыта социальной работы, всевозможные репортажи о международных конгрессах по вопросам благотворительности и аналитические материалы. Авторами таких журналов были известные ученые, юристы, историки, литераторы, представители органов власти и работники сферы призрения.»<sup>21</sup> Журналы такого типа издавались на частные средства и пожертвования.

Россия всегда стремилась жертвовать, видя в этом нравственный долг, она следовала определенной религиозной этике любви к ближнему.

Основными разделами всех изданий было пожертвование, просьбы с заявками о помощи, отчеты работы благотворительных сообществ. Самой главной задачей было осведомление всех читателей о положении дел всей благотворительности в целом, сопричастных к делу всех сословий. Отечественная благотворительность была согласованна в понимании, что благотворительность ставит и объединяет народ.

Если подводить итог, то можно сказать, что дореволюционная благотворительность была на уровне понимания, усвоения какой-то конкретной проблемы, но ни как не освещения данной темы конкретно в средствах массовой информации. В материале по «Спецкурс по социальной журналистике» говорится о том, что «В это время в стране развивается всеобъемлющая система государственного призрения и более разветвляющаяся

---

<sup>20</sup> Там же.

<sup>21</sup> Там же.



и многоуровневая сеть благотворительных учреждений, которая становится самым существенным звеном в системе отечественной благотворительности»<sup>22</sup>. В советское время социальный строй не предполагал развития благотворительности, а нуждающиеся в помощи рассматривались как балласт. Новый виток в развитии благотворительная деятельность получила в период Перестройки, а именно в новой России, появилась «новая благотворительность», где СМИ стали главным инструментом данной тематики.

## **1.2 Благотворительность как тематическое направление в современных российских СМИ**

Освещение благотворительной деятельности в российских СМИ исследователями характеризуется как бессистемное и противоречивое: «С одной стороны, отмечается возрождение культурных традиций, проявляющееся, прежде всего, в формировании так называемой корпоративной благотворительности, в создании благотворительных фондов и в развитии фандрайзинга, что позволяет рассматривать благотворительность как эффективный способ решения социальных проблем»<sup>23</sup>. С другой стороны, пишут о низкой культуре благотворительности, отмечая «отсутствие должного законодательного оформления, пассивность и незаинтересованность населения, а также негативное отношение к благотворителям, объясняющееся завистью к успешным и состоятельным людям»<sup>24</sup>.

Складывается впечатление, что актуализация таких культурных ценностей, как идеалы взаимопомощи, милосердия, социальной

---

<sup>22</sup> Спецкурс по социальной журналистике. М., Агентство социальной информации, 2003. - 40 с.; Светлая полоса. Специализация «Социальная журналистика». М., Агентство социальной информации, 2004. - 96 с.

<sup>23</sup> Голкова М. Л. Образы благотворительности в современном информационном поле. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/obrazy-blagotvoritelnosti-v-sovremennom-informatsionnom-pole> (дата обращения: 12.05.2016).

<sup>24</sup> Там же.

ответственности — доля исключительно крупных корпораций и отдельных состоятельных граждан, благородной деятельности которых препятствуют упомянутые проявления низкой культуры.

Поскольку крупных корпораций и очень состоятельных граждан, способных создавать собственные фонды, в нашей стране действительно немного, констатируется, что благотворительность как социальный институт не сформирована: «Со стороны всё выглядит так, что благотворительности мало и, чтобы изменить положение вещей, необходимо выращивать «мощных людей», которые способны говорить с государством на равных»<sup>25</sup>.

С каждым годом, проблемам в освещении темы благотворительности в СМИ уделяют все больше внимания. В частности, они обсуждаются на круглых столах (проводимых, например, Агентством социальной информации, журналом «Бизнес и общество»), секциях конференций (организованных Российским Форумом доноров, Агентством социальной информации, газетой «Ведомости» и др.). Подготовке журналистов, пишущих на социальные темы, посвящены специальные курсы в вузах, например, спецкурс АСИ на факультете журналистики МГК им. М. В. Ломоносова<sup>26</sup>.

Кроме того, организуются специальные региональные конкурсы для масс-медиа на эту тему. Например, союз благотворительных организаций России с июня 2006 года издал интернет-проект-дайджест «Российская благотворительность – в зеркале СМИ»<sup>27</sup>. Основная цель интернет-издания – «знакомить читателей с активными представителями гражданского общества России с тем, что происходит в мире благотворительности, меценатства, спонсорства и добровольчества в стране и за рубежом»<sup>28</sup>.

Союз благотворительных организаций провел контент-анализ, освещения благотворительности в СМИ, который показал, что «доля

---

<sup>25</sup> Там же.

<sup>26</sup> Ильина Н. Ю. Проблемы освещения благотворительности в СМИ и пути их решения // Научн. Журнал. – 2014. – Т. 13. - №1. – С. 46-50.

<sup>27</sup> Там же. С. 47.

<sup>28</sup> Там же.

публикаций о благотворительных фондах в позитивном ключе превысил долю публикаций в нейтральном»<sup>29</sup>.

По мнению фонда этому способствовало три причины:

- 1) активность фондов, которые стали рассказывать о своей деятельности более понятным языком для читателей.
- 2) возросший интерес к волонтерству.
- 3) смещение фокуса журналистики с политической темы на социальную сферу.

Выделяют следующие проблемы освещения благотворительности в СМИ:

1) Проблема взаимодействия СМИ, благотворителей и нуждающихся субъектов. Для решения этой проблемы многие журналисты предлагают создать единый центр, откуда СМИ смогут отбирать информацию.

2) Проблема оплаты. Объясняется это тем, что многим крупным, благотворителям выгоднее отдать деньги непосредственно субъекту помощи, чем заплатить вдвое больше за освещение проблемы в СМИ

3) Проблема налогообложения, с которой связана большая часть анонимной благотворительности. Это объясняется тем, что крупные предприятия часто занижают свой доход, и, соответственно, не желают показывать суммы идущие на благотворительность<sup>30</sup>.

Основные проблемы в освещении данной темы связаны, прежде всего, с распространением так называемых мифов о благотворительности, т.е. информации которая не соответствует действительности, но появившись однажды, меняет последующее восприятие людей.

Благотворительность рассматривается как личный нравственный долг любого человека; издатели и редакторы убеждены в том, что участие в благотворительной помощи объединяет нацию, укрепляет ее.

---

<sup>29</sup>Там же. С. 47.

<sup>30</sup>Там же.

Материалы о добрых делах писались с глубоким уважением к людям, в них не было резких оценок и несправедливой критики.

Если говорить о увеличении доли материалов о благотворительности в Интернете с 2008 года произошло за счет ее уменьшения в печатных СМИ. Хотя пресса и остается на втором месте по освещению благотворительной тематики среди всех типов СМИ, такой показатель говорит о том, что традиционные медиа менее поворотливы в смысле обновления контента.

Однако в абсолютных показателях количество материалов в печатных изданиях о благотворительности значительно увеличивается.

Журнал «Вестник благотворительности», выходящий с 1992 г., возобновил традицию одноименного издания XIX века. Журнал публиковался Агентством социальной информации и фондом «Сопричастность»; уже через пять лет его объем составлял 56 полос. Издание финансировалось Комитетом общественных и межрегиональных связей Правительства Москвы, Институтом «Открытое общество», программой ТАСИС и другими. Как и его предшественник, журнал стремился вовлечь население в решение социальных проблем; на его страницах появлялись материалы о многих НКО<sup>31</sup>.

Издание «Вестника» было остановлено в 2001 г., в 2005 г. права на него перешли к издательскому дому «Манускрипт-М» и журнал начал выходить снова (в партнерстве с центром «Сопричастность» и музыкальной компанией «Daniel Odnorol music»). Журнал перестал быть «академичным» и «сухим», стал более доступен широкой аудитории и интересен.

Одно из первых российских изданий, посвященных корпоративной социальной ответственности, - журнал «Бизнес и общество (название до 1999 г. – «Социально ответственный бизнес»). Журнал пишет о различных аспектах участия бизнеса в социальной жизни, освещая технологии, тенденции, мировой опыт, социальное партнерство, законодательное

---

<sup>31</sup> Электронный каталог ГПНТБ России. – Электрон. дан. (5 файлов, 178 тыс. записей). URL: <http://refdb.ru/look/1746760-pall.html>. (дата обращения: 16.03.2016).

регулирование и т.д. Миссия издания – повысить эффективность партнерства бизнеса с обществом, а также создать площадку для обмена опытом и распространения информации. Помимо выхода в печатной форме, журнал регулярно проводит круглые столы на наиболее актуальные темы.

Интересен тот факт, что количество материалов о благотворительных фондах в региональной прессе сегодня вдвое превышает показатели федеральной прессы. Впервые региональная пресса опередила федеральную в 2007 году, и с тех пор эта тенденция только набирает обороты.

«В секторе информационных агентств за 5 лет наблюдается количественная стагнация. Возможно, 18% — это и есть та объемная ниша, которая должна отводиться в этом тематическом сегменте ИА.

Однако надо учитывать, что эти 18% включают в себя также информацию о деятельности зарубежных благотворительных фондов, причем именно ИА по сравнению с другими типами СМИ чаще всего и пишут о зарубежных фондах.

При этом нельзя не отметить, что функции оперативного информирования о благотворительной деятельности во многом переходят к Интернету. Новых специализированных именно информационных агентств не появляется — практически единственным профессионально ведущим тему благотворительности на федеральном уровне остается Агентство социальной информации (АСИ). Не изменилась с 2008 года в общем объеме журналистских текстов и 5%-я доля репортажей о благотворительных фондах на ТВ и радио»<sup>32</sup>.

Если говорить о благотворительности в интернете, то можно сказать, что число благотворительных сайтов с каждым годом увеличивается, в первую очередь такие сайты нужно проверять. Любой человек, решивший стать посредником между, просящим и дающим, берет на себе огромную ответственность.

---

<sup>32</sup> «Филантроп» расставляет сети // Новости САФ Россия. 12.04.2010. URL: <http://www.cafrussia.ru/news..//> 34 (дата обращения: 5.06.2016).

Это актуально, даже если его роль сводится всего лишь к администрированию сайта. Вот какие рекомендации дает Е. Мулярова: «Не забывайте, что именно вы выступаете гарантом того, что пожертвованные деньги, время, лекарства не пропадут зря. Если вы получили слезное письмо с душераздирающими подробностями от больного человека с просьбой сообщить о его беде всему свету, не бойтесь показаться бессердечным – попросите или даже потребуйте просящего прислать подтверждения его истории. Это могут быть отсканированные выписки из истории болезни, анализы, результаты обследований с печатью больницы и подписью врача. Безусловно, все это при желании можно подделать. Но не всякий мошенник станет этим заниматься. Большинство плюнет и пойдет морочить голову кому-то еще. Если речь идет не о болезни, а о другой беде (пожар, кража), все равно просите документального подтверждения, спросите номера телефонов, по которым можно связаться с врачом, милиционером, страховым агентом»<sup>33</sup>. Поэтому люди, в наше время, зная о большом количестве мошенников в интернете, с опаской относятся к подобным сайтам.

В ходе нашей работы мы просмотрели исследование на тему «Отношение к благотворительности в России», которое проводили Добро Mail.ru совместно с ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения), где были рассмотрены всевозможные аспекты отношения к благотворительности и волонтерству среди жителей России.

Добро Mail.ru совместно с ВЦИОМ провели онлайн - опрос, в котором они задавали следующие вопросы:

- Что движет людьми, чтобы участвовать в благотворительных проектах?

- В чём отличие людей, которые выбирают всевозможную помощь от тех, кто помогает делами?

---

<sup>33</sup> Мулярова Е. Благотворительность в интернете // Мир Internet. URL: [http://www.i2r.ru/static/271/out\\_6148.shtml](http://www.i2r.ru/static/271/out_6148.shtml) (дата обращения: 12.06.2016).

- Почему не многие люди занимаются благотворительностью, и что послужило стимулом для той категории людей, которые остаются в стороне?

Данное исследование проводилось среди пользователей интернета в возрасте 18-59 лет, опрошено было 1500 человек. На протяжении всего исследования изучалось отношение людей к благотворительности и волонтерам, а также мотивирующие факторы и личный опыт участия в благотворительности, намерения в ней участвовать. Исследование показало, что благотворительность среди пользователей интернета достаточно популярна. Практически каждый десятый человек, именно тот который совершал добрые дела, и именно он считает эту деятельность важной частью своей жизни.

Как указано на сайте Теплица социальных отношений «Для привлечения большого количества пользователей интернета, фондам необходимо укреплять собственный позитивный имидж, обязательно показывать результаты своей работы. И только при соблюдении всех этих мер, можно смягчить основную преграду- недоверие к благотворительным организациям.»<sup>34</sup> Практически всегда, люди, которые сидят в сети интернет, к просьбам о помощи на тему благотворительности, относятся с осторожностью. Главной причиной является, большое количество мошенников, поэтому люди не особо доверяют благотворительности в интернете.

Одними из самых популярных способов помощи является:

- Просьба перечисления денег с помощью SMS (такой услугой пользуются 58% людей), именно эта услуга является самой основной, смотря дома телевизор или слушая радио человек может либо просмотреть или прослушать контактную информацию, реквизиты, на которую может перечислить деньги и помочь нуждающемуся человеку.

---

<sup>34</sup> Теплица социальных отношений. URL: <https://te-st.ru/2013/12/05/research/> (дата обращения: 13.06.2016).

- Материальная помощь лично в руки (таким способом пользуются 29% людей) этот способ считается самым простым и разносторонним, но люди таким способом пользуются редко.

- Банковский перевод (этой услугой пользуются всего 26%) это самый простой способ перечисления материальной помощи.

Самыми большими преградами для тех, кто никогда не пробовал заниматься благотворительностью, является в первую очередь, недоверчивость к благотворительным организациям (как показало онлайн - исследование таких людей составляет около 49%) , так же большую роль играет отсутствие денег на благотворительность (исследование показало 48 %) . Для особого мобилизирования пользователей интернета, необходимо достаточно полно рассказывать о сложившейся проблеме. Так например, для мужской половины вернее использовать более обоснованные доводы, например такие как содействие работодателем. Что касается женской половины, для них более характерны более эмоциональные факторы, такие как, колоссальная поддержка всех членов семьи, друзей, всевозможные позитивные рассказы.

В России по мнению интернет-пользователей благотворительностью должны заниматься основательные компании или богатые люди (так считают 89% людей). В большинстве случаев сама благотворительность должна идти, прежде всего, от самого человека (70% опрошенных так считают). Если говорить о волонтерах, то значительное большинство к волонтерам относятся с уважением, но люди, которые ни когда не занимались благотворительностью, относятся к волонтерам с недоверием. Отличительной чертой волонтеров считается: активная жизненная позиция и сочувствие к ближнему.

Данное исследование показало, что люди доверяют больше всего таким источникам информации как, радио 74% , телевидение 58%, печать 51% , интернет 40% .



Что касается телевидения, то например, телепередача на первом канале «Жди меня» является масштабным телевизионным проектом, создающим у зрителей высокое чувство сопричастности к судьбам других людей и истории страны<sup>35</sup>. Люди считают, что телевидение это более проверенная информация, нежели чем интернет. «Грамотная реализация благотворительного начала программы определяют ее всенародное признание и колоссальное воздействие на аудиторию, подтвержденные многомиллионным откликом в России и за ее пределами»<sup>36</sup>.

За время существования программы в адрес редакции поступило более 250 000 обращений с просьбами о помощи в поисках родственников и близких. Это красноречиво свидетельствует о масштабах и остроте большой социальной проблемы, заложенной, в том числе, историческими потрясениями, пережитыми страной в XX веке: распад СССР, беженцы из горячих точек и вынужденные переселенцы, межнациональные конфликты, войны, заложники, репрессии это далеко не полный список причин, разрывающих естественные социальные связи. На сегодняшний день силами участников проекта «Жди меня» найдено уже более 7000 человек. Причем, в эфире были показаны далеко не все состоявшиеся встречи<sup>37</sup>.

Роль средств массовой информации в становлении и развитии благотворительности в России нельзя недооценивать. Наблюдается прямая зависимость успешного результата благотворительной кампании от уровня информированности общества. Более того, первоначальное недоверие и холодность, с каким россияне вначале 90-х встретили бурный рост благотворительных фондов, обусловлено как раз недостатком информации о деятельности подобных общественных объединений.

---

<sup>35</sup> Подходы и реализация благотворительных проектов на ТВ. URL: <http://www.diplomer.ru/shop/zhurnalistika/podhody-i-realizaciya-blagotvoritelnyh-proektov-na-tv/> (дата обращения: 5.06.2016).

<sup>36</sup> Там же.

<sup>37</sup> Там же.

Сегодня теме благотворительности уделяется много внимания в СМИ. Уже стали привычными заголовки на страницах периодических изданий, видеосюжеты и телепередачи, где звучат призывы о помощи.

Среди миллионов людей обязательно найдутся те, что помогут. Теперь и помочь стало намного проще. Телевидение, мобильная связь, Интернет предлагают множество возможностей для оказания материальной помощи, сделать это, можно не выходя из дома и не отрываясь от повседневных дел.

Средства массовой информации по настоящему проникает в жизнь людей, представляя более широкие возможности для того, чтобы рассказать о случившейся беде и попросить помощи у ближнего, именно тема благотворительности рассматривается как личный нравственный долг любого человека. Средства массовой информации говорят, пишут материалы с глубоким уважением к людям, в материалах нет резких оценок и критики. Если подводить итоги об освещении благотворительной деятельности в печатных СМИ, то исследователи отмечают большое количество заказной информации.

## **ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РАДИОЭФИРЕ, НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММ «АДРЕСА МИЛОСЕРДИЯ» И «ДОБРО НА РАДИО»**

В наши дни радиийные программы считаются одними из самых популярных, это уникальная возможность узнать самые последние новости, так как не всегда есть возможность посмотреть телевизор или прочитать газет. Доступа к радиоэфиру у человека намного больше, человек с трудной сложившейся ситуацией может услышать, позвонить, рассказать свою проблему, на которую обязательно откликнутся специальные радиoprogramмы. У радиoprogramм достоверности больше, нежели чем у интернета. Радио оказывает эмоциональное воздействие на аудиторию.

Так как тема благотворительности наиболее широко и системно представлена на радиостанциях «Маяк» и «Эхо Москвы», для определения особенностей освещения данной тематики на радио мы остановились на анализе программ данных радиостанций. Для чего на основании свойств радио как типа СМИ и специфики благотворительной деятельности как темы, были определены следующие критерии.

1. Проблема, поставленная и проанализированная ведущим радиoprogramмы. Какие объекты, явления, процессы благотворительности стали предметом радиoprogramмы?

2. Цели и задачи радиoprogramмы.

3. Роль автора и роль гостя.

4. Какие выразительные средства радиовещания (музыка, образ ведущего, шумы) способствуют освещению темы благотворительности?

5. Какова прагматическая значимость программы для аудитории радиостанции, то есть, каков потенциал радиопередачи в позитивном влиянии на аудиторию?

## 2.1 Анализ радиопрограммы «Адреса милосердия»

«Адреса милосердия» - это одна из первых регулярно выходящих на федеральных каналах, социальная программа, в которой рассказывается о проблемах людей с инвалидностью, детей-сирот, приемных и многодетных семей, бездомных и обитателей домов престарелых, выпускников детских домов и интернатов, тяжело больных детей и взрослых, нуждающихся в паллиативной помощи, и о социально ориентированных организациях, благотворительных фондах, волонтерских группах, которые им помогают.

Социальный радиопроjekt АНО «Студио-Диалог», рассказывающий в эфире центральных российских радиостанций о благотворительных фондах и других организациях, которые безвозмездно помогают попавшим в беду людям.<sup>38</sup> За 15 лет радиопередача нашла своего слушателя. Редакция получает сотни писем со всей России, и в каждом – своя история, своя боль и радость. А создавалась она в непростые времена, когда проблемы социального неблагополучия были обострены до предела, но практически не звучали ни на радио, ни на телевидении. Тогда идею Ольги Суворовой поддержало Министерство печати (теперь – Агентство по печати и массовым коммуникациям) России: «15 лет назад, - рассказывает Ольга, - благотворительных фондов у нас было мало, мало было и коммуникаций между этими фондами. Нам очень много писали со всей России, просили помочь. И только позже начали предлагать помощь для тех, кто нуждается. Конечно, какое-то время прошло, пока люди к этому привыкли, и милосердие стало естественным проявлением».

Радиопрограмма «Адреса милосердия» выходит один раз в неделю на «Радио России» и «Маяке». Их общая аудитория – более 80 млн человек, возможность принимать эти каналы имеют жители всех регионов России<sup>39</sup>.

---

<sup>38</sup> Агентство социальной информации АСИ. URL: <http://www.asi.org.ru/news/radioprogramma-adresa-miloserdiya-sobiraet-sredstva-na-vypusk-novyh-peredach/> (дата обращения: 5.06.2016).

<sup>39</sup> Там же.

С 2000 по 2014 годы АНО «Студио-Диалог» выпустила около пяти тысяч радиопрограмм «Адреса милосердия» — это более 800 часов эфирного времени, и рассказала о более чем 2,5 тыс. некоммерческих организациях и благотворительных фондах. Благодаря радиопрограмме были спасены тысячи жизней, а НКО и фонды смогли привлечь дополнительные ресурсы – пожертвования, волонтеров, продукты, одежду, лекарства и другую помощь, отмечают в АНО «Студио-Диалог»<sup>40</sup>.

Прослушав 15 выпусков за период с 18 декабря 2015 по 28 мая 2016 гг. Мы определили, что основными проблемами, рассмотренными в программах являются: «Выживание благотворительных фондов в кризис и как можно повышать уровень доверия в ним»: « о различных способах и формах поддержки приютов и их питомцев»; « как лучше помогать детям из детских домов»; «о том как помочь людям болеющим аутизмом, и поиск всевозможной поддержки »; «о том, как быть россиянам, которые нуждаются в операции по трансплантации органов, и как они могут получить вовремя оказанную помощь»; « о различных проблемах благотворительных фондов (Как помочь детям? Куда нужно обращаться? Где находится адрес? Какие реквизиты нужно при себе иметь?)»<sup>41</sup>.

Авторы программы основную цель формулируют так: «Помогать людям – дело благородное. СМИ постоянно показывают репортажи о больницах, приютах и отдельных людях, которым нужна помощь. Добрые люди, находясь дома, через интернет переводят деньги на счет пострадавших, и думают, что чем-то помогли им. Однако бедствующие люди от этого не стали жить лучше, зато мошенники неплохо заработали на «сочувствующих»».<sup>42</sup> В наше время появилось очень много мошенников, которые пользуются положением людей, которым нужна помощь, а данная программа внушает доверие и помогает бороться с мошенниками. «Люди часто не знают, куда звонить, какие вопросы задать и на какие вопросы им

---

<sup>40</sup> Там же.

<sup>41</sup> Радиостанция Маяк. URL: <http://radiomayak.ru/shows/show/id/58235/> (дата обращения: 12.06.2016).

<sup>42</sup> ULTIMATE. URL: <http://www.ultimate-mails.com/moshennichestvo-pod-vidom-blagotvoriteljnosti.html> (дата обращения: 5.06.2016).

сумеют ответить. Программа «Адреса милосердия» нужна для того, чтобы информировать общество о том, как сегодня они могут решить те проблемы и вопросы, сложности разного характера, которые не решаются государственными структурами»<sup>43</sup>, — говорит президент Фонда помощи хосписам «Вера» Нюта Федермессер.

Если говорить о роли автора и роли гостя, в программе, ведущими являются социальные журналисты Александр Ветров и Вера Кузьмина. На рисунке 1 представлена беседа одной из программ.



Рис. 1. Студия программы «Адреса милосердия»

Как правило, ведущие являются молодыми, активными людьми, выступающими в беседе всегда с активной жизненной позицией, тем самым это подбадривает людей. Например, в выпуске от 13 января 2016 года затрагивалась тема «о фондах и различных поддержках приютов для питомцев», в этой теме ведущие с помощью своего эмоционального воздействия на аудиторию повысили рейтинг программы в 2 раза, и собрали достаточное количество средств на улучшение приюта. Из года в год ее редакция рассказывает о проблемах, касающихся самых незащищенных людей: пенсионеров, детей, инвалидов. Выпуски «Адресов милосердия» можно услышать на «Маяке», «Радио России». И всегда это рассказ о чьей-то беде и о чьей-то помощи. Радиослушатели откликнулись на SOS-призывы в эфире, и спустя три года после начала передачи был создан одноименный

---

<sup>43</sup> Там же.

благотворительный фонд. Логичным и теперь уже кажется неотвратимым, было создание благотворительного собрания «Все вместе», инициатором которого стала Ольга Суворова – создатель и руководитель радиопрограммы «Адреса милосердия».

«Адреса милосердия» представляет собой информационный жанр, в которой даются адреса различных благотворительных фондов, центров, сообществ, куда могут обратиться нуждающиеся россияне.

Еженедельная передача, выходит в прямом эфире по субботам с 19 до 20 вечера. Это единственный периодический радиопроект, посвящённый российской благотворительности, который выходит в прямом эфире. Образован некоммерческой организацией «Студио-Диалог»<sup>44</sup>.

В передаче существуют два смысловых центра: а) отчёт о неделе работы благотворительного общества «Адреса милосердия» (оно было создано по инициативе слушателей радио «Маяк» в 2004 году. б) обсуждение социальной проблемы с гостем в студии. Соответственно, создаётся этот проект путём соединения двух аналитических жанров – отчёта и радиобеседы. Формат и тематика «Адресов милосердия» заставляют жанры трансформироваться, вбирать элементы других жанров.<sup>45</sup> В таблице 1 рассмотрены основные цели.

Таблица 1 – Цели радиопрограммы «Адреса милосердия»

Для чего создана данная радиопрограмма?	Кому она помогает?
В первую очередь программа создана для того, чтобы информировать людей о том, как сегодня они могут решить наиболее острые проблемы и вопросы, любой сложности и разного характера, которые не решаются	Данная программа помогает всем нуждающимся в помощи людям, а также 4 детским домам в Подмоскovie, Таганроге, Смоленской области, Тамбовской области, строит храм в селе Головеньки (Тульская

<sup>44</sup> Коммуникация в современном мире // Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронеж, 2011. С. 105. URL: [http://jour.vsu.ru/edition/thesis/10\\_11\\_part2.pdf](http://jour.vsu.ru/edition/thesis/10_11_part2.pdf) (дата обращения: 5.06.2016).

<sup>45</sup> Там же.

собственными силами.	область) на территории интерната для детей с глубокой умственной отсталостью)
----------------------	---

Еженедельно в прямом эфире куратор горячей линии отчитывается в работе благотворительного общества «Адреса милосердия», просит о помощи и оценивает российский благотворительный процесс. В каждом уголке нашей страны есть такие люди, которым оказание благотворительной помощи просто необходимо. Если каждый человек нашей страны, будет оказывать вклад, хотя бы малейшей поддержки благотворительной деятельности, то в первую очередь улучшится отношения людей друг к другу.

Особенность первой части заключается в том, что жанр радиийного отчёта вбирает в себя элементы других жанров: комментария и репортажа. Каждый эфир строится на человеческой драме, он эмоционален и субъективен, речь ведущих имеет агитационный характер. Благодаря еженедельному отчёту, радиопередаче удалось завоевать доверие слушателей и расширить свои социальные функции. Журналисты не только создали диалог профессионалов благотворительности с обществом, но и подвигли аудиторию к «активной милосердности», стали частью благотворительного процесса.

Вторая часть социального проекта «Адреса милосердия» представляет собой беседу ведущих Александра Ветрова и Веры Кузьмой с экспертом, представляющим какой-либо благотворительный фонд, общество. Даются теоретические и практические сведения, объясняется, как слушатель может включиться в благотворительный процесс и почему гость в студии помогает другим людям.

Благотворительный процесс персонализирован. По результатам контент-анализа (исследовались передачи с 15 ноября 2008 года по 11 сентября 2010 года), чаще всего касаются следующих социальных проблем:



сиротство, тяжёлые заболевания, дедовщина в армии и инвалидность. Стараются отразить разные точки зрения на проблему. Но существует доминирующее мнение, которое поддерживается в разных частях беседы. Нередко выбор темы беседы вызван оперативным поводом: благотворительной акцией, чрезвычайным происшествием или памятной датой. Создатели медиапроекта «Адреса милосердия» используют не только интервью с гостями в студии, но и телефонные интервью, статистику, ссылаются на другие медиа-источники, чтобы полнее раскрыть ту или иную сферу благотворительности.<sup>46</sup>

Беседа интерактивна: слушатель может выразить своё мнение и задать вопрос эксперту либо на форуме, либо дозвонившись в студию, либо отправив смс-сообщение.

Что касается гостей радиопередачи, они всегда очень эмоционально рассказывают о сложившихся проблемах людей с инвалидностью, детей-сирот, приемных и многодетных семей, бездомных и обитателей домов престарелых, выпускников детских домов и интернатов, тяжело больных детей и взрослых, нуждающихся в паллиативной помощи, тем самым вызывают у слушателей мотивацию к действию.

Для радиопередачи «Адреса милосердия» также характерно частое повторение контактной информации, при этом озвучиваются не только телефоны их благотворительного общества, но и тех некоммерческих организаций, которые являются «героями» эфира. Это можно объяснить целями и социальными функциями, которые реализуются в программе. Журналисты не только информируют и просвещают свою аудиторию, но также стремятся её мобилизовать, организовать и добиться коммуникативного эффекта, обратной связи. Также радиопередача «Адреса милосердия» используется для рекламирования тех или иных благотворительных фондов и проектов.

---

<sup>46</sup> Там же. С. 12.

С помощью этого радиoproекта журналисты создают позитивное информационное поле вокруг деятельности российских благотворителей, делают эту сферу социальной жизни прозрачной и открытой для «простого».

Что касается прагматической значимости радиoproграммы то она, очень высока. Данная программа мотивирует аудиторию к действиям: в каждом выпуске даются различные рекомендации, как можно помочь какому-то конкретному человеку либо благотворительному фонду. В выпусках программы рассказывается о проблемах людей с инвалидностью, детей-сирот, приемных и многодетных семей, бездомных и обитателей домов престарелых, выпускников детских домов и интернатов, тяжело больных детей и взрослых, нуждающихся в паллиативной помощи, и о социально ориентированных организациях, благотворительных фондах, волонтерских группах. Данная радиoproграмма не только информирует людей, но и просвещает свою аудиторию, в наше время это очень актуально, она стремится её мобилизовать, организовать и добиться эффекта, обратной связи.

## **2.2 Анализ радиoproграммы «Добро на радио»**

Еще одним большим радиийным проектом, посвященным благотворительной деятельности является программа «Добро на радио». Радиостанция «Эхо Москвы» совместно с Добром Mail.Ru, начиная с декабря 2015 года запустили проект «Добро на радио» и создали экспертный совет по благотворительности при радиостанции. В экспертный совет вошли фонды «Детские сердца», «Живой», «Подари жизнь», «Здесь и сейчас», «Детские деревни SOS», Межрегиональный фонд помощи родственникам больных с инсультом «ОРБИ», межрегиональная общественная организация помощи детям с особенностями психоречевого развития и их семьям «Дорога в мир», а также некоммерческие организации – участники

благотворительного собрания «Все Вместе». Так же в материале ««Эхо Москвы» и Добро Mail.ru запускают проект «Добро на радио»»<sup>47</sup> указано на то что: «Члены совета будут обеспечивать проверку просьб о помощи, которые поступают на радио, а также будут участвовать в создании образовательных материалов о благотворительности.»<sup>47</sup> Самым главным является помощь слушателям «Эха Москвы» участвовать в умной и честной благотворительности. Благодаря проекту «Добро на радио» люди смогут получать своевременные рекомендации о том, куда можно обратиться за помощью, и необходимую информационную поддержку. «Я рада, что благотворительные фонды-партнеры Добра Mail.Ru согласились нам в этом содействовать»<sup>48</sup>, — отметила Александра Бабкина, руководитель проекта Добро Mail.Ru. Таким образом, программа «Добро на радио» оказывают помощь незнакомым друг другу людям, а члены совета обеспечивают полную проверку информации, для того чтобы, избежать мошенничества.

Прослушав девять выпусков за период с 26 ноября 2015 года по 13 мая 2016 года мы определили, что основными темами является «Деятельность фонда «Старость в радость», где собирается сбор самых необходимых вещей и подарков в дома престарелых»; «о том как нужно избавиться от лишнего и начать заниматься важным»; «о различных способах борьбы с мошенничеством в СМИ» и другие.

Цель проекта «Добро на радио» — качественная и своевременная помощь людям, оказавшимся в беде и не способным справиться с ней самостоятельно. В данную программу приглашаются представители благотворительных фондов, которые дают достоверные рекомендации, так же ежедневно выходит рубрика программы, где говорится о каком-то конкретном человеке который нуждается в помощи, даются реквизиты.

Роль автора и гостей заключается в том, чтобы рассказать как правильно помогать, как избежать благотворительности, которая будет

---

<sup>47</sup> ЖУРДОМ. URL: <http://jourdom.ru/news/79636> (дата обращения: 5.06.2016).

<sup>48</sup> Там же.

только вредить, а самое важное, радиопрограмма помогает бороться с мошенниками, которые пользуются положением людей, которым нужна помощь.

На рисунке 2 представлены ведущие радиопрограммы Александра Бабкина и Елена Ханина.



Рис. 2. Студия радиопрограммы «Добро на радио»

Все мошенники в благотворительности паразитируют на одном и том же человеческом достоинстве — милосердии, и на одном и том же человеческом недостатке — лени. Человек немилосердный никогда ничего не подаст никому, в том числе и мошеннику, человек неленивый потрудится разобраться в ситуации и мошенника вычислит. Так как в благотворительности не предполагается дальнейшей прибыли для участников (большая часть мошенничеств вообще – это попытка получить с человека деньги под обещание грядущих барышей), то используется исключительно моральное вознаграждение жертвы, для чего предмет сбора избирается или максимально эмоционально насыщенный, или необыкновенно важный. В выпуске от 26.11.2015 ведущими говорится: «Большое количество мошенников пасется в теме смертельно больных детей или же продвигает очень пафосные проекты, с громкими названиями и неконкретными целями и методами их достижения»<sup>49</sup>.

Самый распространенный вариант поиска людей, которые согласятся на благотворительность, - в социальных сетях. Распространяются ложные

<sup>49</sup> МИЛОСЕРДИЕ.RU. URL: <https://www.miloserdie.ru/article/kak-opredelit-moshennikov-v-blagotvoritelnosti-instrukciya-dlya-grazhdan/> (дата обращения: 6.06.2016).

сообщения и создаются мошеннические группы, в которых содержится информация о, якобы, больном ребенке, придумывается длинная слезливая история и основательные призывы помочь<sup>50</sup>.

Еще один способ найти жертву - рассылка спама, по адресам электронной почты, в письме содержится информация о ребенке, которому требуется помощь, иногда даже фотографии и реквизиты для перевода денежных средств на оказание помощи.<sup>51</sup>

Члены экспертного совета благотворительности данной радиопрограммы, обеспечивает полную проверку, каждой просьбы о помощи.

Авторами в программе выступают журналисты Елена Ханина редактор сайта «Эхо Москвы» и Александра Бабкина руководитель проекта Добро Mail.ru. Ведущие помогают слушателям участвовать в умной и честной благотворительности, где слушатели получают своевременные рекомендации о том, куда можно обратиться за помощью, и необходимую информационную поддержку.

Принцип работы радиопрограммы заключается в следующем: сперва, радиостанция отправляет заявки через Добро Mail.Ru одному из фондов, который проверяет достоверность информации, и только после этого, радиопрограмма начинает информировать слушателей. Несколько раз в день на радиостанции «Эхо-Москвы» озвучиваются актуальные заявки с просьбой о помощи. Один раз в неделю выходит дайджест с абсолютно полным списком заявок людей. Каждый проект по своему уникален, именно по этому после каждого проекта выходит опубликованный отчет.

Если говорить о концепции радиопрограммы, то можно сказать, что реализация информации, которая изложена в радиопрограмме несет исключительно положительное влияние на аудиторию. Огромное количество людей, ежедневно обращается за помощью, большое количество людей

---

<sup>50</sup> РАЗВОД.NET. URL: <http://razvodili.net/blagotvoritelnost/> ( дата обращения: 6.06.2016).

<sup>51</sup> Там же.

откликается, люди остаются милосердными друг к другу, ведь абсолютно с каждым человеком может случиться беда

В качестве гостей программы, выступают представители благотворительных фондов: «Детские сердца», «Живой», «Подари жизнь», «Здесь и сейчас», «Детские деревни SOS», Межрегиональный фонд помощи родственникам больных с инсультом «ОРБИ», межрегиональная общественная организация помощи детям с особенностями психоречевого развития и их семьям «Дорога в мир», а также некоммерческие организации – участники благотворительного собрания «Все Вместе».

Одним из соавторов радиoprogramмы является фонд «Подари жизнь» - это фонд помощи детям с онкогематологическими и другими тяжелыми заболеваниями. Данный фонд появился 26 ноября 2006 года, созданный актрисами Чулпан Хаматовой и Диной Корзун. По данным за 2016 год только за апрель дети получили 170 миллионов 630 тысяч рублей.

Большой эффект радиопередачи, мера ее воздействия на аудиторию находятся в прямой зависимости от точности и мастерства в выборе комплекса выразительных средств. Как отмечается в учебнике «Радиожурналистика» под редакцией Шереля А.А. «Успех человека у микрофона зависит не только от того, как логично, умно и аналитично он рассказывает о событии или об окружающем мире, но в равной степени и от того, насколько эмоциональным будет его эфирное повествование, в какой степени затронет он и разум, и чувства слушателя».<sup>52</sup>

Выразительные средства, используемые ведущим программы (интонация, музыка) помогают достаточно полно рассказать о событии, передать его эмоциональную и психическую атмосферу, паузы акцентируют внимание на определенных обстоятельствах. Например, когда ведущей еще была Леся Рябцева она очень эмоционально сопереживала, проблемам мошенничества и создала программу на тему «Добро в коробке», о которой

---

<sup>52</sup> Радиожурналистика. М., Издательство Московского университета, 2000. URL: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/radiozhur.htm> (дата обращения: 12.06.2016).

будет рассказано ниже. Музыка передаёт слушателю все те чувства о которых говорится в каждом выпуске.

Если говорить об образе ведущего и образе гостя, то автором в программе, как правильно, выступает молодая девушка с активной жизненной позицией, которая доброжелательно относится к своим гостям, тем самым, она подбадривает гостей и помогает им раскрыться.

Прагматическая значимость программы. Программа «Добро на радио» мотивирует аудиторию как к рассуждениям так и к действиям. Например, в выпуске от 25 ноября 2015 года, под названием «Добро в коробке или что такое Черити-боксы?» разбиралась проблема – как человеку со стороны понять, нормальный ли это черити-бокс, проверенный ли это инструмент благотворительности?

Создатели данного выпуска, с одной стороны информируют аудиторию о том, что это за явления « Черити-бокс», с другой стороны дают конкретные рекомендации. В наше время появилось большое количество мошенников, которые пользуются помощью нуждающихся людей, а гости передачи помогают с этим разобраться. В этом выпуске выступал Владимир Берхин – президент благотворительного фонда « Предание», который помог рассмотреть данную проблему, объяснив то, как людям быть достоверными в информации, как понять является ли она правильной, и где можно узнать о ней подробнее.

«В первую очередь, за так называемым «ящиком добра», должна стоять настоящая организация, то есть, частное лицо. В основном им являются сами благотворительные фонды, ящик должен иметь информацию, о том, кто его установил, а именно реквизиты и контакты данной организации, он должен быть опечатан , а именно должен состоять акт пломбирования, где ответственные за всем этим лица, должны все это подписывать, как при самой начальной процедуре, так и при вскрытии. И только после соблюдения всех этих процедур данный ящик считается настоящим»<sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup> Радиостанция Эхо Москвы. URL: <http://echo.msk.ru/> (дата обращения: 10.06.2016).

Каждый выпуск радиопрограммы по-своему уникален, все выпуски несут за собой одну цель: качественную и своевременную помощь людям, оказавшимся в беде и неспособным справиться с ней самостоятельно. Помимо всего этого, исключительной особенностью радиопрограммы «Добро на радио» является то, что она ведет обеспечение проверок всех полученных заявок.

Таким образом, прагматическая значимость программы высока, потому что она помогает простым людям, в наши дни. Каждый выпуск посвящен определенной проблеме, на которую откликается большое количество людей и экспертов. Помимо этого, в рамках проекта «Добро на радио» каждый день на радиостанции «Эхо Москвы» выходят в эфир 2-х минутная рубрика под названием «Помогите! Им нужна ваша помощь». Ее цель: качественная и своевременная помощь нуждающимся в этом конкретным людям, в каждом выпуске рассматривается отдельный случай. Это мотивирует слушателей оказать адресную благотворительную помощь.

Подводя итог проделанной работы и обобщив результаты анализа, выделим особенности освещения темы благотворительности на радио, в отличие от других видов СМИ.

1. Наиболее достоверная информация по сравнению с печатными и Интернет-СМИ. Так как в печати представлено много заказной информации, о чем мы говорили во втором параграфе первой главе, а в сети Интернет очень много мошенников. Радиопрограммы о благотворительности пользуются высоким доверием у аудитории потому что сотрудничают с известными и зарекомендовавшими себя благотворительными фондами, приглашают в эфир экспертов, которые объективно рассказывают о проблемах благотворительной деятельности, разбирают конкретные случаи, предупреждают от недостоверной информации.

2. Адресная помощь и широкий охват аудитории. На телевидение сложно пробиться маленьким фондам или простым людям и



благотворительные акции проводятся не системно. В радиопрограммах же, помимо рассказа о благотворительных фондах, большое внимание уделяется и помощи конкретным людям. Как на радиостанции «Маяк», так и на радиостанции «Эхо Москвы» организовываются ежедневные эфиры по сбору средств для определенного нуждающегося взрослого человека или ребенка. Каждый радиослушатель может внести свой небольшой вклад, позвонить в эфир, высказаться по определенной проблеме, оставить комментарии на сайте, оперативно воспользоваться полученной из программы информацией, «подарить добро» либо попросить о помощи.

3. Радиопрограммы о благотворительности, в силу природных свойств радиовещания, оказывают наибольшее эмоциональное воздействие на аудиторию. Описанная словами проблема, поданная с определенной интонацией, переработанная воображением радиослушателя мало кого может оставить равнодушным.

4. Авторская подача материала, активное участие журналистов, создающих программу как в каждом отдельном выпуске, так и в благотворительной деятельности вообще. При активном участии авторов радиопрограмм разрешается проблема взаимодействия СМИ, благотворителей и нуждающихся субъектов. Представители российских и зарубежных благотворительных фондов отмечают, что именно радиожурналисты чаще всего отзываются на приглашения, посещают акции, освещают, а порой и организуют их.

5. Широкая тематика и проблематика радиопрограмм. По сравнению с другими видами СМИ в радиопрограммах о благотворительности освещаются разные стороны данной деятельности: это и помощь животным, и больным людям, малоимущим, деятельность фондов, благотворителей и прочее.

6. Высокая прагматическая значимость радиопрограмм. Благодаря интенсивному освещению данной тематики и активному участию радиостанций в самой благотворительной деятельности, авторы программ

мотивируют аудиторию к конкретным действиям, предлагая простые, доступные и достоверные инструменты для оказания помощи.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе данной бакалаврской работы была рассмотрена история благотворительной деятельности России и охарактеризовано освещение темы благотворительности в российских СМИ, также были проанализированы радиопрограммы радиостанций «Маяк» и «Эхо Москвы» и выявлены особенности освещения темы благотворительности на радио. Таким образом, цель бакалаврской работы достигнута, задачи решены.

В результате анализа радиопрограмм «Адреса милосердия» и «Добро на радио» мы определили, что в них дана наиболее достоверная информация, по сравнению с печатными и Интернет-СМИ. Так как в печати представлено много заказной информации, тема благотворительности освещается достаточно узко или не освещается вообще, в сети Интернет очень много недостоверной информации и мошенников под видом благотворительных фондов. Радиопрограммы о благотворительности являются масштабными радиопроектами и сотрудничают с известными, а также малоизвестными широкой общественности, но зарекомендовавшими себя благотворительными фондами. Благодаря радиопрограммам о благотворительности людям оказывается адресная помощь. На телевидение сложно пробиться маленьким фондам или простым людям. К тому же, благотворительные акции проводятся не системно и в основном только на Первом канале. В радиопрограммах же, помимо рассказа о благотворительных фондах, большое внимание уделяется помощи конкретным людям. Как на радиостанции «Маяк», так и на радиостанции «Эхо Москвы» организовываются ежедневные эфиры по сбору средств для определенного нуждающегося взрослого человека или ребенка. Каждый радиослушатель может внести свой небольшой вклад, оказать помощь, не переживая, что его деньги попадут не в те руки. Помимо этого, радиопрограммы о благотворительности, в силу природных свойств

радиовещания, оказывают наибольшее эмоциональное воздействие на аудиторию. Описанная словами проблема, поданная с определенной интонацией, переработанная воображением радиослушателя мало кого может оставить равнодушным. Поэтому и действенность их тоже высока. На это работает и авторская подача материала, активное участие журналистов, создающих программу, как в каждом отдельном выпуске, так и в благотворительной деятельности вообще. При участии авторов радиопрограмм разрешается проблема взаимодействия СМИ, благотворителей и нуждающихся субъектов. Представители российских и зарубежных благотворительных фондов отмечают, что именно радиожурналисты чаще всего отзываются на приглашения, посещают акции, освещают, а порой и организуют их. Также широка тематика и проблематика в рассмотренных нами радиопрограммах. По сравнению с другими видами СМИ, освещаются разные стороны данной деятельности: это и помощь животным, и больным людям, малоимущим, деятельность фондов, благотворителей и прочее. Вышеназванные характеристики обеспечивают высокую прагматическую значимость радиопрограмм. Благодаря интенсивному освещению данной тематики и активному участию радиостанций в самой благотворительной деятельности, радиопрограммы о благотворительности мотивируют аудиторию к конкретным действиям, помогают конкретным людям, организуют взаимодействие между нуждающимися и людьми, способными оказать помощь.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### Официальные документы

1. О благотворительной деятельности и благотворительных организациях : федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ // Справочно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс». – Последнее обновление 05.05.2014.
2. О средствах массовой информации : федеральный закон от 27.12.1991 № 2124-1 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс». – Последнее обновление 05.04.2016.

### Научная, учебная и специальная литература

3. Агентство социальной информации АСИ. – [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.asi.org.ru/news/radioprogramma-adresa-miloserdiya-sobiraet-sredstva-na-vypusk-novyh-peredach/>.
4. Благотворительность в России и государственное управление // Центр Сулакшина. Центр научной политической мысли и идеологии. – [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://rusrand.ru/analytics/blagotvoritelnost-v-rossii-vchera-segodnja-zavtra>.
5. Благотворительность: перспективы развития [Текст] : сб. ст. / под ред. И. С. Ткачук. – М. : ИНИОН, 2009. – 147 с.
6. Богданов, В. П. Периодическая печать как источник по истории благотворительности : автореф. дис. ... канд. историч. наук : защищена 12.07.2006 : утв. 24.09.2006 [Текст] / В. П. Богданов. – Москва : Изд-во ААЭП, 2006. – 269 с.
7. Борисов, И. Т. Режим милосердия [Текст] / И. Т. Борисов. – М. : Фонд и поддержка, 2001. – 144 с.

8. Бычкова, Л. С. Благотворительность / Л. С. Бычкова // Культурология XX век – «К». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа к журн : <http://www.philosophy.ru/edu/ref/enc/k.html>.
9. Годунский, Ю. С. Откуда есть пошла благотворительность на Руси [Текст] / Ю. С. Годунский // Наука и жизнь. – 2006. – Т.34. – №10. – С. 32-37.
10. Голкова, М. Л. Благотворительность в современном информационном поле. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа к журн : <http://cyberleninka.ru/article/n/obrazy-blagotvoritelnosti-v-sovremennom-informatsionnom-pole>.
11. Горланова, Е. А. Образ бизнеса в СМИ на примере публикаций в газетах «Труд» и «Известия» (сентябрь – декабрь 2004 г.) [Текст] // Благотворительность и СМИ: Информационный бюллетень. М.: Агентство социальной информации, 2005. – С. 30 – 32.
12. Горланова, Е. Образ бизнеса в СМИ [Текст] / Е. Горланова // Благотворительность и СМИ: Информационный бюллетень. М.: Агентство социальной информации, 2005. – С. 30-32.
13. Горчева, А. Ю. Нищенство и благотворительность в России [Текст] / А. Ю. Горчева. – М.: Духовное возрождение, 2007. – 144 с.
14. Гудков, В. А. Отражение периодической печатью основных направлений благотворительности [Текст] / В. А. Гудков // Журн. аналит. журн. – 2002. – Т. 32. – № 4. – С. 86–91
15. Гусякова, Л. Г. Основы теории социальной работы [Текст] / Л. Г. Гусякова // Журн. Социал. Работы. – 2006. – Т.23. - №1. – С. 56-67.
16. Еременко, В. И. Благотворительность в СМИ : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : защищена 12.06.2008 : утв. 24.06.2008 [Текст] / В. И. Еременко. – Барнаул : Изд-во ААЭП, 2008. – 20 с.
17. Жуков, Г. В. Благотворительность в культуре и её формы [Текст] / Г. В. Жуков // Научн. Журнал. – 2007. – Т. 45. - №9. – С. 45-48.

18. Журавлев, А. В. Проблемы благотворительности Руси XIX– первой половины XX в. [Текст] / А. В. Муравьев, А. М. Сахаров // Очерки истории русской культуры XIX–XX вв. : кн. для учителя. – М. : Изд-во МГУ, 2000. – Гл. 1. – С. 7–74.
19. Изд-во МГУ, 2005. – 475 с.
20. Ильина, Н. Ю. Проблемы освещения благотворительности в СМИ и пути их решения [Текст] / Н. Ю. Ильина // Научн. Журнал. – 2014. – Т. 13. - №1. – С. 46-50.
21. Левчук, М. Благотворительность во имя спасения жизни 2013. [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.argusspectr.ru/doc/tovar/strelec/public/2013\\_Blagotvoritelnost%.pdf](http://www.argusspectr.ru/doc/tovar/strelec/public/2013_Blagotvoritelnost%.pdf).
22. Левшина, Е. Проблемы освещения благотворительности: мифы, история и современность [Электронный ресурс] / Е. Левшина. – Режим доступа : <http://www.donorsforum.ru/materials/problemy-osveshheniya-blagotvoritelnosti-mify-istoriya-i-sovremennost/>.
23. Мулярова, Е. Благотворительность в интернете // Мир Internet [Электронный ресурс] / Е. Мулярова. – Режим доступа : [http://www.i2r.ru/static/271/out\\_6148.shtml](http://www.i2r.ru/static/271/out_6148.shtml).
24. Подходы и реализация благотворительных проектов на ТВ – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.diplomer.ru/shop/zhurnalistika/podhody-i-realizaciya-blagotvoritelnyh-proektov-na-tv/>.
25. Проблемы благотворительности : информ.-аналит. журн. [Текст] / учредитель ООО «Компания «Спутник +». – 2005, июнь. – М. : Спутник +, 2005. – 2000 экз.
26. Радиожурналистика / под. ред. А. А. Шереля [Электронный ресурс]. – М., Издательство Московского университета, 2000. — Режим доступа : <http://dedovkgu.narod.ru/bib/radiozhur.htm>.
27. Севортьян, А. Социальные инициативы бизнеса. Публиковать или молчать [Текст] / А. Севортьян // Благотворительность и СМИ:

- Информационный бюллетень. М.: Агентство социальной информации, 2005. – С. 14-15.
28. Темичева, Е. В. Практика благотворительных фондов в зеркале Российских СМИ [Текст] / Е. В. Темичева // Журн. Вестн. Моск. Ун-та. – 2012. – Т. 31. -№5. – С. 134-145
29. Тихонович Л. Продукт НКО – это цивилизованное добро [Текст] / Л. Тихонович // Деньги и благотворительность. – 2012. – №75. – С. 54-59.
30. Коммуникация в современном мире // Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронеж., 2011. С. 105. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http : // jour.vsu.ru/edition/thesis/10\\_11\\_part2.pdf](http://jour.vsu.ru/edition/thesis/10_11_part2.pdf).
31. Филантроп расставляет сети // Новости САФ Россия. 12.04.2010. [Электронный ресурс]. - Режим доступа : [http : // www.cafrussia.ru/news..//](http://www.cafrussia.ru/news..//) 34.
32. Фролова, Т. Российская пресса и благотворительность в культурно-исторической перспективе [Текст] / Т. Фролова // Благотворительность и СМИ: Информационный бюллетень. М.: Агентство социальной информации, 2005. – С. 11-16.
33. Ярская, В. Н. Благотворительность и милосердие как социокультурные ценности [Текст] / Н. В. Ярская // Российский журнал социальной работы. – 2004. – Т.65. - №2. – С. 27-32.

#### **Интернет-источники**

34. ULTIMATE. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ultimate-mails.com/moshennichestvo-pod-vidom-blagotvoriteljnosti.html>.
35. ЖУРДОМ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http: // jourdom.ru/news/79636](http://jourdom.ru/news/79636).
36. МИЛОСЕРДИЕ.RU. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.miloserdie.ru/article/kak-opredelit-moshennikov-v-blagotvoritelnosti-instrukciya-dlya-grazhdan/>.



37. Радиопортал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.radioportal.ru](http://www.radioportal.ru)
38. Радиостанция «Маяк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://radiomayak.ru/>
39. Радиостанция «Эхо Москвы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://echo.msk.ru/>
40. РАЗВОД.NET – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http : // razvodili.net/blagotvoritelnost/](http://razvodili.net/blagotvoritelnost/)
41. Теплица социальных отношений – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [https : // te-st.ru/2013/12/05/research/](https://te-st.ru/2013/12/05/research/).
42. Электронный каталог ГПНТБ России. – Электрон. дан. (5 файлов, 178 тыс. записей) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http : // refdb.ru/look/1746760-pall.html](http://refdb.ru/look/1746760-pall.html).