М. С. Мельникова

РГПУ имени А. И. Герцена

ИНТЕРНЕТ-БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ТРЕНД

Широта и фактор массового распространения сделали Интернет новым видом глобальной коммуникации. Сегодня мы можем говорить о возможностях использования его инструментов не только в сферах бизнеса, информации, науки, но и для социально-значимых целей.

В связи с массовыми подключениями российских граждан к Интернету в 2000-е годы у основных социально-значимых проектов появился действенный способ информирования населения о своей деятельности. Так, получил распространение новый тренд – интернет-благотворительность.

Благотворительность в Интернете направлена на поиск волонтерскими сообществами материальных и нематериальных средств для оказания различного вида помощи. Гипотетически можно предположить, что популярность социальной благотворительности в Сети обусловлена рядом факторов: психологических, референтных (когда субъект соотносит себя с жертвой, то есть «я тоже могу оказаться в такой ситуации»), открытости и доступа к информации. Также подкупающим фактором доверия является то, что большинство таких сообществ являются стихийно-инициативными. Волонтеры занимаются поиском любой помощи, во-первых, на добровольных началах, что и подразумевает волонтерство, во-вторых, абсолютно бесплатно.

Частные меценаты и крупные компании, например, ОАО «Газпром», реализовавший проект «Газпром–детям» не занимаются поиском средств на социальные нужды, а привлекают внутренние ресурсы. Также активно используют возможности Интернета – для освещения благотворительной деятельности создаются тематические сайты, сообщества и группы в социальных сетях, проводятся онлайн-конференции.

Мы можем заключить, что возможности Интернета для разных сфер деятельности человека изучены не до конца. Интернет-благотворительность в России развивается и, возможно, в скором времени перейдет на другой уровень.