

*В.І. Кравченко, докт і. н.
Є. Г. Кравченко, канд філол. н.
(Національний авіаційний університет, Україна)*

Українське меценатство: особливості висвітлення у сучасних ЗМІ

У публікації аналізується питання ролі ЗМІ у висвітленні сучасного меценатства та благодійництва. Проаналізовано експертні думки щодо популяризації благодійництва через медіа, охарактеризовано тематику та технології висвітлення форм благодійності як національних консолідуючих цінностей суспільства під час війни.

Національні надбання в Україні набувають все вагомішого соціального, громадянського, державотворчого сенсу, адже саме «національні цінності є певними концептуальними, ідеологічними основами, консолідуючими чинниками, важливими життєвими орієнтирами на шляху ефективного суспільного розвитку» [1, с. 469]. Як зазначає професор В. Лизанчук російсько-українська війна, яка триває... – це війна цінностей, світоглядних, морально-духовних орієнтирів, а для журналістів, як і для всіх громадян України, російська агресія – визначальний момент історичної Істини. Адже історична правда, яку оприлюднюють тележурналісти – живильне джерело української національної свідомості [2].

ЗМІ за своєю природою та соціальними функціями мають величезні можливості впливу на внутрішній світ і поведінку людини, тому й увага у цей час має бути зосередженою на тому, щоб створювати наративи, які б сприяли порозумінню, консенсусу щодо найголовніших цінностей об'єднання українського суспільства у єдиний державницький, морально-духовний, соборний, національний організм. У інформаційно-гуманітарному просторі має бути чітко сформований ментальний спротив російській агресії та просування українських світоглядно-національних цінностей. Довіра до ЗМІ значною мірою залежить від швидкості реакції медіа на різні соціальні процеси, соціальні катаклізми, від повноти і рівня компетентності у поданні інформації. Місійне покликання сучасних журналістів орієнтувати читачів, глядачів, слухачів на сенсожиттєвий вибір базових національних цінностей, на засадах яких українські громадяни незалежно від національності об'єднано подолають повномасштабну московську агресію.

У наш час в Україні відбувається активне відродження національного меценатського руху. Одним з головних завдань гуманітарної політики держави є підтримка спонсорської та меценатської діяльності, адже благодійництво є невід'ємним атрибутом громадянського суспільства і здійснюється на засадах законності, гуманності, спільності інтересів і вільності прав її учасників, добровільності та самоврядування. Спрямування розвитку меценатської діяльності в Україні нині набуло значно більшої популяризації та має позитивну масову динаміку, хоча нещодавно зіштовхувалося з думкою

частини тих, хто мав недовіру щодо благородства заможних людей. Та сувора дійсність війни, виявила чимало громадян, які просто безкорисливо та щиро долучилися до розв'язання військових та соціально-культурних проблем.

У сучасній історіографії активізувалось вивчення меценатської та підприємницької діяльності (О. Ткаченко, О. Доник). Аспекти національної культури й історії у інформаційному просторі опрацьовували А. Бойко, Я. Верменич, І. Голод, В. Смолій, Л. Теодорська, Л. Хавкіна та ін. Сучасні моделі недержавної підтримки суспівства, що ефективно діють у зарубіжних країнах і мають різноманітні форми, зумовлені національною специфікою, знайшли відображення в працях П. Козловські, Б. Гаврилишина, К. Егевєррі, Ж. Ріго, Д. Перрена [3].

В усі часи українці берегли традицію благодійності, але вона неабияк змінилася сьогодні і в сучасних умовах підтримує насамперед захисників України, соціальну й культурну та інші сфери суспільного життя. Науковці відзначають, що в Україні громадянське суспівство перебуває ще на етапі становлення й особливстю його розбудови є те, що воно відбувається паралельно з відстоюванням суверенітету, незалежності держави не тільки через демократичні процеси, перехід до ринкових відносин, а й через національне самоусвідомлення, самовизначення у подоланні військової агресії.

Досліджуючи проблематику благодійництва, потрібно чітко розуміти значення основних термінів цієї сфери щодо яких немає однотайності. Меценатство – це діяльність, яка спрямована на добровільну, безоплатну високо фінансову допомогу у різних сферах. Меценатство спрямоване матеріальною, фінансовою, організаційною або іншими підтримками фізичними особами набувачів благодійної допомоги [4]. Це значна недержавна підтримка соціально-культурного розвитку держави, адже у багатьох випадках фінансування для збереження національного надбання держави не вистачає. Дослідники зазначають, що вітчизняна нормативно-правова база в сфері благодійності на сьогодні вже застаріла, що значно стримує розвиток благодійницької та меценатської діяльності. Лише останнім часом відбуваються позитивні зрушення у цій сфері, адже 2 червня 2021 р. ВРУ ухвалила Закон №1520 «Про внесення змін до деяких законів України щодо меценатської діяльності у сфері фізичної культури і спорту». Відтепер меценати можуть розміщувати логотипи, торговельні марки, позначення в будь-якій рекламі того, кому надали допомогу. Це не вважатиметься рекламою самого мецената в розумінні ЗУ «Про рекламу». Водночас оговорюється, що соціальна реклама може містити посилання на мецената фізичної культури і спорту під час підготовки та проведення офіційних спортивних заходів. Крім того, закон містить визначення понять «меценатська діяльність у сфері фізичної культури і спорту» та «меценатська допомога».

Для сучасного громадянського суспівства надзвичайно важливим є розуміння феномену «взаємодопомоги». За нормальних умов характерним прикладом такого явища є благодійність. В умовах екстраординарних, якими є війна, «взаємодопомога» стає внутрішнім обов'язком, який підштовхує громадян до дієвих вчинків. Основним завданням руху благодійництва вважають допомогу у тих сферах суспільного життя, де держава не в змозі

задовольнити всі потреби під час кризових ситуацій у країні, у конкретній сфері виробництва чи діяльності, життя людини та створення сприятливого середовища для поширення добродійних справ.

З давніх часів невід'ємною ланкою розвитку громадянського суспільства було меценатство. Існує велика когорта заможних та відомих людей в Україні, чия меценатська діяльність була сподвижницькою і збережена у пам'яті поколінь. Не вдаючись до історичних екскурсів, згадаємо активний розвиток громадянської благодійності на межі XIX і XX століть: у Києві всі публічні споруди були зведені коштом меценатів; міський голова Одеси Григорій Маразлі витратив на добродійність 12% свого десятимільйонного капіталу; добродійними справами відомі і брати Симиренки, що значну частину прибутків від торгово-промислової компанії віддавали на розвиток української культури, театру й освіти [5].

Існує потреба більшої популяризації благодійництва через ЗМІ, зокрема щодо висвітлення розширення співпраці органів влади з громадськими організаціями та іншими неурядовими об'єднаннями. Сьогодні ж уряд починає тісно співпрацювати з меценатами, так останнім часом в особі міністра соціальної політики Оксани Жолнович повідомлено під час телемарафону, що для підвищення пенсій в Україні уряд хоче задіяти й меценатів.

Меценатство зазвичай вважають красивою модою, іноді тим способом «вимолити прощення за своє багатство», про яке писав Антуан Прево. Історик Ігор Лильо вважає, що «частина українських олігархів сприймає Україну як роботу, де можна заробити гроші, а своє безпечне життя створили собі у Європі». Через таке ставлення й поведінку псевдомеценатів соціум сприймає заможних осіб не як благодійників, а як персон сталого бізнесу. Та все ж меценатство залишається здебільшого відвагою, здатністю вкласти трохи своїх зароблених статків у майбутнє. Можливо, саме в цьому й міститься таїна тих перспектив, які меценатство в Україні все ж матиме. Останнім часом в Україні тисячі підприємців активно займаються допомогою ЗСУ, громадським організаціям, переселенцям та українцям, які постраждали від війни. Так, «Фокус» зібрав в одному рейтингу 12 бізнесменів-меценатів, які активно допомагають Україні наблизити Перемогу. Слушними видаються в умовах сьогоднішньої думки підприємця й мецената Дмитра Новицького, для якого: «Меценатство – це такий собі «кваліфікаційний мінімум», гігієнічний рівень для сучасної освіченої людини... На відміну від благодійності (для мене – це «гасіння пожеж»: виникає якась біда, і ти швидко реагуєш, допомагаєш і вирішуєш проблему), меценатство – це історія про маленькі поступальні кроки, але які суттєво впливають на наше майбутнє. Ці невеликі кроки ведуть до великого результату – гідного суспільства та процвітання країни. Тобто, меценатство – це історія про майбутнє... Ти вкладаєш сьогодні, а результат буде» [6]. За даними соціологів, у наш час більше 78% українців допомагають бійцям та переселенцям, одна частина допомагає фінансово, а інша передає речі, продукти, або приділяє особистий час чи пропонує житло тощо.

Сучасні українські медіа — це гід у світ добрих справ меценатів, помічник у наданні інформації з правильного інвестування власного ресурсу у розвиток суспільства, наставник з культури благодійності. Так, теленариси,

відео-репортажі, новини та реклама, зокрема на «Інформаційному марафоні», роблять культуру благодійності органічною частиною життя українців, бо у кожному випуску новин, соціальній рекламі йдеться про те, як благодійництво впливає на життя кожного, чи можна робити добрі справи, якщо немає можливості донежити кошти або чому мільйонери витрачають статки на соціальні проекти, Телебачення та соціальні мережі інформують і про розвиток та структурно-функціональні трансформації волонтерського руху, що відбувається під вирішальним впливом та у контексті розв'язання загальнодержавних проблем, становлення інститутів громадянського суспільства з урахуванням соціокультурної специфіки українського народу.

Нещодавно у рекламному ролику про товарну марку «Перша приватна броварня» йшлося про історію створення й традиції українського підприємства та образ керівника-патріота, а слоган «Для людей – як для себе» підсилювався візуалізацією – особистим підписом бізнесмена-мецената Андрія Мацоли як гаранта достовірності й високої якості. Сьогодні діяльність А. Мацоли як мецената продовжується – завдяки його підтримці у 2022 році триває улюблений глядачами конкурс «Голос країни». Національний колорит рекламосфери на сприяє налагодженню взаємовідносин під час комунікації. Історичні факти, національні мотиви, фольклорні образи та символи в українській телевізійній рекламі в такому разі виступають як універсальний код. Використання у телерекламі досягнень і досвіду української нації сприяє й міфологізації самої нації. Національно-культурна тематика та українська креативна рефлексія часто присутня й на рівні неймінгу («Два козакі», «Козацька рада», «Галичина», «Хортиця», «Джосонюк», «Панна»), слоганів («Істинно українська», «Оболонь – жага відкриттів»).

Телевізійна українська реклама є одним з інструментів формування самосвідомості української нації. Створений у телерекламі позитивний і майже казковий образ справжнього захисника України відповідає ставленню українського народу до воїнів-захисників, відеоряд і слогани про волонтерів, у цьому переконують, адже «волонтерському роду немає переводу».

Систематичним є висвітлення на телебаченні результатів щорічного національного конкурсу «Благодійна Україна». Переможців на загальнодержавному рівні визначають у п'ятнадцятьох основних, трьох індивідуальних та чотирьох спеціальних номінаціях. Метою конкурсу є розвиток ефективного соціально-орієнтованого благодійництва, меценатства та волонтерства в Україні шляхом публічного стимулювання кращих благодійників, меценатів та волонтерів, їхніх організацій та практик. Завдяки медіа про добрі справи меценатів, волонтерів та благодійників дізнається вся країна. Поширений завдяки телебаченню та інтернету Всеукраїнський день добрих справ «Щедрий вівторок», коли люди влаштовують різноманітні благодійні акції у межах багатьох фондів, став популярним. Це спонукало. Колосальна перевага «Щедрого вівторка» - це те, що можна творити добро разом з великою групою людей, брати участь у благодійних заходах, а ще створювати власні акції допомоги.

В Україні утворилися й існують численні благодійні фонди як державні, так громадські: «Допомога молодіжному будівництву», «Асоціація

благодійників України», «Територія доброти», «Армія – твій оберіг», «Відбудуємо разом», «Відкриті серця», фонд родини Жебрівських, фонд В. Пінчука, фонд Олени Пінчук, фонд Кличка та ін. Громадянське суспільство дуже потребує інформації про діяльність благодійних фондів, адже її ще бракує у сучасному інформаційному просторі. З метою кращого інформування суспільства Фонд Zagoryi Foundation запустив перше в Україні видання про благодійність «Медіа Великих Історій». Ресурс буде розповідати про діяльність благодійників, про культуру благодійності усім та кожному, про тренди в благодійності, думки експертів.

Висновки

Наповнення контенту медіа благодійницькою тематикою не лише відображає навколишню дійсність, а й створює нову реальність, дає настанову на вектор поведінки нації – формує суспільну свідомість, базові уявлення та ментальні моделі поведінки й удосконалює господарську практику. Завданням ЗМІ сьогодні є застосування різноманітних технологій у наповненні контенту з меценатства, благодійності для формування у нашому суспільстві достатньо міцної та непохитної свідомості про те, що благодійництво та меценатство мають важливе значення у нашому житті, адже усвідомлення цього призводить до покращення суспільства в цілому. Медіапродукт про благодійництво, меценатство, волонтерство допомагає підвищенню наших особистих моральних цінностей, а вкладення внесків у військову, соціально-культурну сфери призводить до будівництва загальних моральних якостей нашого суспільства.

Список літератури

1. Гай-Нижник П. Національні інтереси, національні цінності та національні цілі як структуроформуючі чинники політики національної безпеки / П. Гай-Нижник, Л. Чупрій // Гілея. – 2014. – Вип. 84. – С. 465-471.
2. Лизанчук В. Історична правда – головна гуманітарна зброя / В. Лизанчук // Літературна Україна. – 2016. – 15 грудня.
3. Нариси з соціокультурної історії українського історієписання: субдисциплінарні напрями: колект. монографія / Угод О., Верменич Я., Ковалевська О., Ясь О.: за заг ред. В. Смолія: НАН України; Інститут історії України. – К.: Генеза, 2018. – 288 с.
4. Демешко М. В. Актуальні питання розмежування понять «благодійництва», «філантропії», «меценатства», «спонсорства» та інших суміжних дефініцій. Наук. вісник публічного та приватного права./ М. В. Лемешко. – 2016.- № 6. – Т. 1. – С. 180– 183.
5. Суровцева І. Меценатство в Україні другої половини XIX – початку XX ст./ І. Суровцева. – Д., 2006. – 176 с
6. Дмитро Новицький: «Меценатство – це історія про майбутнє». [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <https://mind.ua> > publications