

УДК 316.7

**ПРИОРИТЕТЫ ПОВЕСТКИ ДНЯ
ОТЕЧЕСТВЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ 1960-2010-е гг.**

А. А. Соловов¹

Научный руководитель: Ю. В. Васькина, к.социол. н., доцент

Ключевые слова: телевидение, повестка дня

Современное телевидение функционирует в условиях мультимедийности и атомизации аудитории. Широкомасштабным исследованием по выявлению генезиса отечественного телевидения и его повестки дня является монография Р. А. Борецкого «Беседы об истории телевидения», ранее Глейзер М. в книге «Радио и телевидение СССР. Даты и факты (1917-1989)» обозначил основные вехи советского телевидения, однако вопросы взаимосвязи с этапами политической и экономической жизни страны не рассматривались, а двадцатилетний период истории телевидения в условиях рынка оставался в стороне. Периодизацию советского телевидения Борецкий Р. А. связывает с воздействием директивных органов, событиями и фактами общественно-политической жизни страны. В настоящем исследовании мы рассмотрим контекст повестки дня отечественного телевидения 1960-х – 2010 годов в ракурсе основных этапов развития отечественного телевидения и отражении событий определённой эпохи. Для данного периода характерна стремительная трансформация телевидения из средства агитации и пропаганды в доходную отрасль в условиях новой политической системы России.

«Agenda-setting» (теория повестки дня) – такая теория, согласно которой СМИ оказывают значительное влияние на публику непосредственно самим подбором того, что именно они освещают. По словам американского учёного Бернарда Коэна, «прессе преимущественно не удаётся сказать людям, что думать, но она с большим успехом говорит им, о чём думать». Согласно теории повестки дня новости – это не просто отображение реальности, а социально сконструированная, отредактированная реальность. СМИ обладают способностью выделять определённые события (проблемы, темы, явления) и акцентировать на них внимание, заставляя аудиторию воспринимать эти события как чрезвычайно важные. Так они формируют повестку дня общества. О тех же событиях (а также проблемах и темах), которые остались вне поля зрения масс-медиа, аудитория, скорее всего, вообще не узнает.

Таким образом, роль телевидения в современном мире огромна. Оно информирует нас о последних событиях, произошедших в мире, развлекает

¹ Алексей Андреевич Соловов, студент группы 5201-390401Email: solowow13-99@yandex.ru

нас, развивает, но в тоже время оказывает большое воздействие на нашу психику как положительное, так и отрицательное.

УДК 621.3.082

ФОРМЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РАМКАХ ПРОЕКТА «ДОБРОПОЧТА»

В. В. Соловьева¹

Научный руководитель: Л. В. Вандышева, к.пед.н., доцент

Ключевые слова: благотворительность, формы благотворительности, благотворительный проект «ДоброПочта», дочерние проекты

Анализ существующих в современной науке определений даёт нам возможность понимать благотворительность как добровольную деятельность по оказанию помощи нуждающимся путём передачи материальных средств и оказания услуг при отсутствии личной материальной выгоды.

Особым феноменом в сфере благотворительности является проект «ДоброПочта». Основной идеей (целью) проекта является не материальная, а психологическая поддержка оказавшихся в трудной жизненной ситуации с помощью бумажной переписки, состоящей в отправке открыток и писем. Истории и иные личные данные получателей помощи располагаются в открытом доступе и охраняются Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных».

К категориям благополучателей в рамках проекта «ДоброПочта» относятся дети, взрослые, люди пожилого возраста. При выборе адресата благотворители обращают внимание, прежде всего, на историю человека, то есть отличительные черты конкретно его жизненной ситуации. Однако при этом среди адресатов чаще всего фигурируют дети.

К дочерним проектам «ДоброПочты» относят: благотворительный «Киоск ДоброПочта»; проект «Отдохни, мама»; клуб волонтеров «ДоброПочта».

Благотворительный «КиоскДоброПочта» представляет собой явление социального предпринимательства, под которым понимается вид предпринимательской деятельности, имеющий изначально заданную социальную миссию в качестве своей основы.

Таким образом, благотворительный проект «ДоброПочта» реализует обе формы благотворительности – нематериальную (через основной проект) и материальную (через дочерние проекты). Проект поддерживает развитие прочных, долговременных связей между участниками благотворительности. Будем считать это одним из показателей эффективности проекта, однако

¹ Вера Валериевна Соловьева, студентка группы 5301-390302D, email: verasl9@gmail.com